



ANUARIO AC/E DE CULTURA DIGITAL 2026

Focus: Cartografía del uso de la IA en la
creación digital en español

AC/E
ACCIÓN CULTURAL
ESPAÑOLA

ANUARIO AC/E DE CULTURA DIGITAL 2026

AC/E

ACCIÓN CULTURAL
ESPAÑOLA

*Rodeaban al soberano unas servidoras de oro, semejantes a doncellas vivas,
que tenían inteligencia en su espíritu, voz y fuerza, y que habían aprendido
sus labores por obra de los dioses inmortales.*

Homero, *Ilíada*, Canto XVIII

Un año más, AC/E publica su *Anuario de cultura digital*. Si desde 2013, año en que apareció su primera edición, hemos venido observando cómo la digitalización transformaba de manera creciente todos los ámbitos de la cultura, hoy asistimos a un nuevo punto de inflexión. En esta ocasión, el cambio viene marcado por la rápida expansión de la inteligencia artificial y por su incorporación, todavía desigual pero ya muy significativa, a los procesos de creación, producción, distribución y mediación cultural.

Como ocurre con todas las grandes transformaciones tecnológicas, la inteligencia artificial suscita al mismo tiempo expectativas y temores. Promete una extraordinaria ampliación de capacidades: permite automatizar tareas repetitivas, facilitar procesos de producción, mejorar la traducción y la accesibilidad, explorar nuevas formas de narración y abrir posibilidades antes reservadas a organizaciones con grandes recursos. Pero, al mismo tiempo, plantea interrogantes de gran alcance sobre la autoría, el trabajo creativo, los derechos de propiedad intelectual, la diversidad cultural y lingüística o la concentración del poder tecnológico en muy pocas manos.

La cuestión, por tanto, no es si la inteligencia artificial va a influir en la cultura. Eso ya está ocurriendo. La cuestión es cómo queremos que lo haga. Si servirá para ampliar el campo de la creación humana o para empobrecerlo. Si contribuirá a democratizar las oportunidades o a reforzar dependencias y desigualdades ya existentes. Si ayudará a fortalecer la pluralidad cultural o si, por el contrario, empujará hacia una cierta homogeneización de lenguajes, estilos y formas de circulación de las obras.

Este *Anuario de cultura digital* quiere contribuir precisamente a esa tarea de observación y reflexión. Lo hace, como en años anteriores, desde una doble perspectiva. Por un lado, un conjunto de investigadores y especialistas aborda algunos

de los debates más relevantes del momento: la geopolítica cultural de la inteligencia artificial, el papel de los algoritmos en el descubrimiento y consumo de contenidos, la transformación de la crítica y la divulgación en el entorno digital, la preservación del patrimonio, los cambios en las formas de narrar o los desafíos que afrontan sectores como el cómic, la literatura infantil, el videojuego o las *newsletters*. Por otro lado, el Focus de esta edición ofrece una cartografía del uso de la IA en la creación digital en español, con especial atención a las herramientas más utilizadas, a las buenas prácticas que ya pueden identificarse y a las oportunidades y los desafíos que se abren para las industrias culturales de nuestro ámbito lingüístico.

Ese análisis resulta especialmente valioso, porque evita tanto el entusiasmo ingenuo como el rechazo automático. Nos muestra que la IA no está sustituyendo sin más la creatividad humana, pero sí está alterando de manera profunda el ecosistema cultural. Y nos recuerda algo esencial: que ninguna tecnología es neutral, que toda innovación incorpora una determinada distribución del poder y que, por eso mismo, la conversación sobre inteligencia artificial es también una conversación sobre soberanía cultural, sobre condiciones de trabajo, sobre derechos y sobre el lugar que queremos ocupar en el mundo digital de mañana.

Solo cabe desear que este volumen sirva para comprender mejor el momento que atravesamos y para actuar con inteligencia, prudencia y ambición. Porque también en este terreno el futuro no está escrito de antemano: dependerá, en buena medida, de nuestra capacidad para poner la tecnología al servicio de una cultura más libre, más plural y más humana.

José Andrés Torres Mora
Presidente
Acción Cultural Española (AC/E)

ÍNDICE

SUPREMACÍA CULTURAL Y GEOPOLÍTICA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL. CÓMO LA IA ESTÁ RECONFIGURANDO EL PODER CULTURAL GLOBAL Lucía Velasco	10
EL MARCO FRAGMENTADO: USOS Y DESUSOS DEL CONTEXTO EN LA DIVULGACIÓN Y CRÍTICA DE ARTE DIGITAL Eugenia Tenenbaum	22
TRANSMEDIALIZACIÓN E HIBRIDACIÓN DE FICCIÓN Y NO FICCIÓN: HACIA UNA RESISTENCIA ANTE EL AUGE DE LA POSVERDAD Domingo Sánchez-Mesa Martínez	37
ALGORITMOS CULTURALES: EL PODER INVISIBLE EN EL DESCUBRIMIENTO Y CONSUMO DIGITAL Henar León	54
LA ERA DE LAS <i>NEWSLETTERS</i> Jordi Pérez Colomé	67
EL FACSIMIL EN LA ERA DIGITAL. NUEVAS FORMAS DE PRESERVAR Y DIFUNDIR EL PATRIMONIO CULTURAL Carlos Bayod Lucini y Blanca Balbuena Lorenzo	76
NUEVAS FORMAS DE ALMACENAR LA INFORMACIÓN. ¿DÓNDE Y CÓMO PRESERVAR LA CULTURA DIGITAL? Solimán López	90
EL CÓMIC ANTE EL DESAFÍO DIGITAL: INDUSTRIA, CREACIÓN Y LECTORES EN TRANSFORMACIÓN Natalia Marín Navarro	104
LA LITERATURA INFANTIL Y JUVENIL EN LA ERA ALGORÍTMICA: NUEVOS RETOS Y MODELOS ANTE EL DESAFÍO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Paula Gonzalo	116

EL JUEGO DE MESA Y EL VIDEOJUEGO: ETAPAS Y MECÁNICAS DE LA CULTURA LÚDICA DE LA INFANCIA	
Julia Iriarte	130
NARRAR EN EL FLUJO: PLATAFORMAS, PERSONAJES Y MEDIACIÓN ALGORÍTMICA	
Juan Aparicio Belmonte	147
STOP KILLING GAMES. CONSERVACIÓN Y DERECHO DEL CONSUMIDOR VS. PROPIEDAD INTELECTUAL Y PROTECCIÓN INDUSTRIAL	
Darío López Rincón	159
FOCUS 2026. CARTOGRAFÍA DEL USO DE LA IA EN LA CREACIÓN DIGITAL EN ESPAÑOL	173



SUPREMACÍA CULTURAL Y GEOPOLÍTICA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL. CÓMO LA IA ESTÁ RECONFIGURANDO EL PODER CULTURAL GLOBAL

LUCÍA VELASCO

Lucía Velasco es economista y está especializada en el impacto social de la inteligencia artificial y la gobernanza global. Es investigadora en la Oxford Martin School y copreside la iniciativa OCDE-GPAI sobre el Futuro del Trabajo. A lo largo de su trayectoria profesional ha asesorado al secretario general adjunto de Naciones Unidas en materia de gobernanza de IA y ha trabajado en organismos internacionales como Naciones Unidas en Nueva York, la OCDE, el Foro Económico Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Su trayectoria le ha valido el reconocimiento de Forbes España como líder innovadora, su inclusión entre las 100 Brilliant Women in AI Ethics, y su nombramiento como embajadora de GovStack Women in GovTech. Es autora de *¿Te va a sustituir un algoritmo?* (2021).

1. Introducción

En algún momento de los últimos tres años, la inteligencia artificial (IA) dejó de ser una tecnología y empezó a convertirse en una infraestructura. Una infraestructura tan fundamental como las carreteras o las redes eléctricas, pero con una diferencia: mientras el asfalto y los cables son más o menos neutros respecto a lo que transportan, la IA decide lenguas, estéticas y narrativas. Cuáles circulan sin fricción por los sistemas generativos y cuáles languidecen en la oscuridad algorítmica.

Un equipo del Instituto Max Planck¹ ha documentado, tras analizar más de 740 000 horas de discurso humano en podcast y conferencias académicas, que ciertas palabras utilizadas a menudo por ChatGPT (como *delve*, *meticulous*, *commendable*) han aumentado su frecuencia en el habla. Los investigadores lo llaman el comienzo de un bucle de retroalimentación cultural cerrado en el que los rasgos culturales circulan bidireccionalmente entre humanos y máquinas. La cultura ya no solo alimenta la IA (Yakura *et al.*, 2024); la IA está empezando a alimentar la cultura.

La pregunta para cualquiera que trabaje en el sector cultural no es si la IA transformará su campo. Esa pregunta ya tiene respuesta. Lo que queda por decidir es quién controlará esa transformación y qué valores quedarán inscritos en ella. La IA puede ampliar la creatividad, la accesibilidad, la preservación y el alcance multilingüe. También puede profundizar la dependencia de las plataformas, debilitar los derechos de autor e intensificar la homogeneización. Este artículo cartografía estas dinámicas en el contexto global.

¹ Hiromu Yakura *et al.*, «Empirical evidence of Large Language Model's influence on human spoken communication», 2025, arXiv:2409.01754v3

2. La geopolítica cultural

Durante décadas, cuando hablábamos de poder cultural hablábamos de industrias mediáticas, de sistemas educativos, de eso que los teóricos de las relaciones internacionales llaman poder blando. Hollywood exportaba valores americanos; la BBC proyectaba una cierta idea de civilización británica; las telenovelas latinoamericanas tejían una comunidad imaginada de cientos de millones de hispanohablantes. La geopolítica de la cultura era, en esencia, una cuestión de quién producía contenidos y quién los consumía.

La inteligencia artificial añade una capa nueva y más profunda. Convierte la cultura en flujos de datos y decisiones de interfaz. Qué archivos se digitalizan. Qué obras se utilizan para entrenar a los modelos. Qué lenguas se tratan como ciudadanas de primera clase. Qué estilos visuales ofrece por defecto un generador de imágenes. Qué historias recomienda un asistente cuando le pides que te cuente algo para dormir.

Estas decisiones, tomadas por inversores en Palo Alto, ingenieros en Pekín o reguladores en Bruselas, determinan hoy la visibilidad cultural tanto como los programas de festivales o los acuerdos editoriales. Quizá más.

Tres características hacen que la geopolítica de la IA sea inseparable de la cultural.

La primera es que la frontera tecnológica² es extraordinariamente cara. La mayoría de los modelos de IA más potentes han sido producidos por la industria,³ no por la academia, y Estados Unidos ha producido muchos más que todos los demás países. Cuando el desarrollo de modelos se concentra en unas pocas manos y

² La «frontera tecnológica» se refiere al límite más avanzado del conocimiento y las capacidades tecnológicas disponibles en un momento dado.

³ Stanford HAI (2025), *The 2025 AI Index Report*. <https://hai.stanford.edu/ai-index/2025-ai-index-report>

en unas pocas geografías, también se concentra la capacidad de definir los valores por defecto técnicos y culturales. El que entrena el modelo decide, aunque sea por omisión, qué existe y qué no existe en el universo de lo generable.

La segunda característica es que los sistemas de IA median cada vez más el acceso a la cultura. Los buscadores, las plataformas de *streaming*, las redes sociales, ya configuraban el descubrimiento cultural antes de ChatGPT. Pero a medida que los asistentes conversacionales se convierten en la puerta de entrada a la información, el modelo y la plataforma deciden qué se muestra y cómo se enmarca. Esto es geopolítico, porque las plataformas operan a través de fronteras, y es cultural, porque la clasificación y la síntesis nunca son neutras. Un asistente que resume la historia de España para un estudiante de secundaria está haciendo un acto editorial.

El que entrena el modelo decide, aunque sea por omisión, qué existe y qué no existe en el universo de lo generable.

La tercera característica es que la IA opera en símbolos. Los modelos generativos producen lenguaje, imágenes, música, vídeo. Esto los hace capaces de estandarizar la expresión cultural a escala industrial. La supremacía cultural en la era de la IA no es solo cuestión de quién tiene los mejores modelos. Es también cuestión de quién puede establecer la forma normal del habla, el gusto por defecto, la explicación canónica.

Con ello, los valores, sesgos y estructuras lingüísticas de unos pocos actores dominantes del Norte Global quedan integrados en la infraestructura del conocimiento mundial.⁴ Estados Unidos captó más de 100 000 millones de dólares en inversión privada para esta tecnología en 2024 (doce veces el total de China),

⁴ Wharton School, *How the Global South Can Chart a New Path for AI*, 2025. <https://knowledge.wharton.upenn.edu/article/how-the-global-south-can-chart-a-new-path-for-ai/>

y las empresas estadounidenses controlan aproximadamente el 75 % del rendimiento global de la infraestructura computacional de la que depende toda la IA de frontera.⁵ Esta concentración amenaza con lo que la Unesco⁶ ha denominado un potencial de monocultura, es decir, de homogeneización. Los sistemas entrenados predominantemente en inglés replican también las cosmovisiones y prejuicios subyacentes de regiones ya dominantes.⁷

Al mismo tiempo, emerge un contramovimiento desde el Sur Global y desde los Estados bisagra geopolíticos,⁸ que defienden un futuro digital

⁵ Stanford University Human-Centered Artificial Intelligence, *AI Index Report 2025*. <https://aiindex.stanford.edu/report/>.

⁶ <https://www.unesco.org/en/articles/cultural-cost-ai-africas-education-systems>

⁷ Unesco, *Report of the Independent Expert Group on AI and Culture*, 2025. https://www.unesco.org/sites/default/files/medias/fichiers/2025/09/CULTAI_Report%20of%20the%20Independent%20Expert%20Group%20on%20Artificial%20Intelligence%20and%20Culture%20%28final%20online%20version%29%201.pdf

⁸ Los estados bisagra geopolíticos (*geopolitical swing states*) son naciones relativamente estables que poseen agencia para trazar su propio curso en la competencia entre grandes potencias, decisión por decisión, sin alinearse permanentemente con Washington o Beijing. A diferencia del no-alineamiento de la Guerra Fría, estos países practican el multialineamiento: tienen agendas globales independientes y la voluntad y las capacidades para convertirlas en realidad, utilizando sus ventajas económicas de manera más demandante, flexible y estratégica. Incluyen países con ventajas competitivas en cadenas de suministro críticas, ubicaciones favorables para *nearshoring/friendshoring*, capital significativo para invertir globalmente, o economías desarrolladas con líderes que persiguen visiones globales propias. India, Arabia Saudita, Vietnam y los países del Golfo ejemplifican esta categoría emergente que puede determinar el futuro del equilibrio internacional de poder. Véase Jared Cohen, «The Rise of Geopolitical Swing States», Goldman Sachs Global Institute, 15 de mayo de 2023. <https://www.goldmansachs.com/insights/articles/the-rise-of-geopolitical-swing-states>

pluralista. Desde los movimientos de soberanía de datos indígenas hasta las estrategias industriales de Corea del Sur o la fortaleza regulatoria de la Unión Europea, el mundo se moviliza para garantizar que el futuro de la inteligencia no sea una cultura unitaria.

3. Anatomía de la dependencia estratégica

Para entender dónde se concentra el poder en esta nueva realidad, es útil imaginar la inteligencia artificial como una pila o *stack* de cuatro capas, cada una apoyada sobre la anterior.

En la base está la infraestructura física: chips o semiconductores, centros de datos que consumen tanta electricidad como ciudades medianas, cables submarinos que transportan los datos entre continentes. Son cuellos de botella geopolíticos. Los controles de exportación estadounidenses sobre semiconductores avanzados, las restricciones chinas sobre tierras raras, las políticas energéticas europeas: todo ello determina quién puede entrenar modelos de frontera y a qué coste. Un análisis reciente de la OCDE⁹ subraya esta naturaleza de cadena de suministro, vinculando chips, centros de datos y servicios en la nube en una secuencia de dependencias.

Una capa más arriba está la nube. La mayoría de las organizaciones culturales acceden a la IA a través de servicios en la nube y API.¹⁰ La concentración en esta capa es evidente: en 2025, los

tres mayores proveedores¹¹ (Amazon, Microsoft y Google) representaban juntos el 63 % del gasto empresarial mundial en infraestructura en la nube. Si un único proveedor proporciona almacenamiento, identidad, analítica e inteligencia, el coste de cambiar se vuelve prohibitivo.

La tercera capa son los modelos fundacionales. Asistentes de escritura, herramientas de traducción, generadores de imágenes, compositores musicales, buscadores. Los proveedores de modelos pueden configurar la cobertura lingüística, las políticas de moderación y las condiciones económicas de acceso. Estados Unidos mantiene una cuota dominante (ChatGPT, Claude, Gemini, etc.), China ocupa el segundo lugar (Qwen, DeepSeek, Kimi, etc.) y Europa queda rezagada. Este desequilibrio se traduce en influencia cultural, porque afecta a quién puede definir el comportamiento del modelo y desplegarlo a escala.¹²

La cuarta capa es la interfaz. Resultados de búsqueda. Recomendaciones. Vídeos de formato corto. Asistentes virtuales que responden preguntas sobre libros, obras de arte o historia. Estas interfaces gestionan la atención y la información. También pueden generar resúmenes que se convierten en sustitutos de la experiencia original: ¿para qué visitar un museo si el chat ya te ha contado todo lo que necesitas saber?

Aquí es donde la homogeneización puede volverse estructural. Si la lógica de clasificación recompensa formatos predecibles y lenguas dominantes, y si los sistemas generativos abaratan la producción de variaciones infinitas sobre los mismos temas, las formas locales o experimentales tendrán cada vez más dificultades para obtener visibilidad. El algoritmo no está

⁹ OECD (2025), «Competition in artificial intelligence infrastructure», *OECD Roundtables on Competition Policy Papers*, n.º 330, OECD Publishing, París. <https://doi.org/10.1787/623d1874-en>

¹⁰ API (Application Programming Interface, o Interfaz de Programación de Aplicaciones) es el conjunto de protocolos y herramientas que permite que diferentes sistemas de software se comuniquen entre sí. Son las interfaces mediante las cuales desarrolladores, empresas y usuarios acceden a modelos de lenguaje, sistemas de generación de imágenes, o bases de datos masivas.

¹¹ <https://www.srgresearch.com/articles/cloud-market-share-trends-big-three-together-hold-63-while-oracle-and-the-neoclouds-inch-higher>

¹² *A Blueprint for Multinational Advanced AI Development*, Oxford Martin School AIGI, 2025. <https://aigi.ox.ac.uk/publications/a-blueprint-for-multinational-advanced-ai-development/>

programado contra el teatro experimental vasco o la poesía visual catalana, pero su indiferencia puede ser letal a medio plazo.

4. Cómo se reconfigura el poder cultural

La inteligencia artificial no solo amplifica las dinámicas existentes del poder cultural; las transforma cualitativamente.

Primero, desplaza el locus del poder cultural de manera radical. Durante el siglo xx, el poder cultural residía en quienes producían contenidos: los estudios de Hollywood que financiaban películas, las cadenas de televisión que programaban la franja horaria, las editoriales que decidían qué manuscritos merecían distribución. Incluso con la irrupción de las redes sociales en el siglo xxi, la lógica permaneció fundamentalmente intacta: los contenidos seguían reflejando la cultura de quienes los creaban. Un cineasta iraní narraba Teherán; un músico argentino componía desde Buenos Aires. La IA generativa rompe esta ecuación. El poder ya no reside en quienes producen contenidos, sino en quienes controlan la infraestructura de mediación: las corporaciones que determinan qué resulta visible, qué puede generarse, qué merece circular, y bajo qué condiciones económicas y legales.

Segundo, automatiza la influencia cultural a escala. Donde antes se requería una industria mediática completa para exportar valores, ahora un único modelo de lenguaje puede sintetizar respuestas a la manera de una cultura dominante en cien idiomas simultáneamente. La homogeneización ya no requiere imposición activa; opera como efecto secundario de la optimización estadística. Los sesgos no se programan, emergen de los datos y se replican en segundos (Wang *et al.*, 2024)

Tercero, privatiza y mercantiliza el común cultural. El patrimonio acumulado de generaciones (literatura, arte, conocimiento científico,

tradiciones documentadas) se convierte en datos de entrenamiento sobre los cuales las corporaciones entrenan modelos a los que habrá que pagar para acceder. Lo que era común se vuelve insumo; lo que era compartido se vuelve producto. Se extrae margen no de poseer las fábricas, sino de controlar los vectores: las redes, las API, y las plataformas que median entre producción cultural histórica y consumo cultural futuro (Wark, 2004).

El poder ya no reside en quienes producen contenidos, sino en quienes controlan la infraestructura de mediación.

El resultado es una reorganización global de las jerarquías culturales. No es simplemente que Estados Unidos o China tengan más poder cultural, es que el tipo de poder que ejercen es distinto. Ya no se trata principalmente de poder blando proyectado mediante diplomacia cultural, sino de infraestructura que determina las características técnicas, lingüísticas y epistémicas por defecto del nuevo mundo digital.

Esta reconfiguración no es inevitable ni ha sido completada. Pero está en marcha, y sus consecuencias para la diversidad cultural serán tan profundas como las que produjeron la imprenta o la televisión, solo que a una velocidad radicalmente mayor.

5. La cultura no es solamente el idioma, pero tu idioma es más caro

La supremacía cultural de la IA se siente quizás de forma más aguda en el ámbito del lenguaje. Con aproximadamente el 98 % de la investigación en IA originada en el Norte Global¹³ y la mayoría de los conjuntos de datos de entrenamiento reflejando este desequilibrio, los sesgos

¹³ <https://knowledge.wharton.upenn.edu/article/how-the-global-south-can-chart-a-new-path-for-ai/>

estructurales de Occidente quedan integrados en la infraestructura cognitiva utilizada por el resto del mundo.

El problema no es que los modelos no conozcan otras culturas. Es desde qué cultura explican el mundo. En el estudio «No todos los países celebran *Thanksgiving*», los autores muestran que los grandes modelos de lenguaje tienden a razonar desde marcos culturales norteamericanos, incluso cuando las preguntas se formulan en otros idiomas y sobre otros países. El sesgo no desaparece al cambiar de lengua, lo que indica que no es un problema de traducción, sino de estructura del razonamiento. Los modelos suelen responder con datos factualmente correctos; saben que *Thanksgiving* es una festividad estadounidense. Pero organizan sus explicaciones como si ese universo cultural fuese el punto de referencia implícito para describir prácticas culturales en general. Los autores denominan a este patrón dominación cultural: una centralidad algorítmica que no elimina otras culturas, pero las explica sistemáticamente desde un centro ajeno (Wang *et al.*, 2024).

La brecha no es solo simbólica. También es económica. Los sistemas de inteligencia artificial generativa utilizan *tokens*¹⁴ y están optimizados para el inglés, lo que significa que requieren menos *tokens*¹⁵ que otras lenguas para expresar lo mismo. Cada *token* tiene un coste. Algunos investigadores han descrito este fenómeno como un impuesto lingüístico incorporado en la arquitectura misma de la IA (Hu *et al.*, 2025). Este impuesto refuerza la supremacía del inglés

mientras relega a otras lenguas a un estatus de segunda clase en la economía digital.

Un estudiante que hace sus deberes con un asistente en inglés tendrá una experiencia cualitativamente distinta a otro que intenta hacer lo mismo en euskera. Y aquí España ilustra tanto el riesgo como la respuesta. El español es una lengua global, con casi quinientos millones de hablantes nativos. España también es multilingüe, con el catalán y valenciano, el euskera y el gallego como lenguas cooficiales. Las herramientas que tratan a España como monolingüe ignoran la realidad cultural, igual que las que tratan el español de México como el de Venezuela.

La Estrategia Española de Inteligencia Artificial de 2024¹⁶ incluye el objetivo de desarrollar un gran modelo de lenguaje en español y en lenguas cooficiales, denominado ALIA¹⁷. ALIA se presenta como una infraestructura pública, abierta y multilingüe, con apoyo del Barcelona Supercomputing Center (BSC). En paralelo, el Proyecto Aina¹⁸ enfatiza los recursos lingüísticos específicos para el catalán. Juntas, estas iniciativas representan una declaración de principios sobre el tratamiento de los modelos de lenguaje como infraestructura pública, no como productos importados.

Este patrón de dominación cultural es una centralidad algorítmica que no elimina otras culturas, pero las explica sistemáticamente desde un centro ajeno.

¹⁴ Un *token* es una unidad mínima en la que se divide un texto para que un modelo de lenguaje pueda procesarlo; suele ser una palabra, parte de una palabra o un signo de puntuación. Los sistemas de IA cuentan *tokens* para medir cuánta información pueden recibir o generar, y para calcular el coste de uso

¹⁵ Lundin, J. M., Zhang, A., Karim, N., Louzan, H., Wei, V., Adelani, D.I., y Carroll, C. (2025), «The Token Tax: Systematic Bias in Multilingual Tokenization», ArXiv, abs/2509.05486.

¹⁶ <https://espanadigital.gob.es/estrategia-de-inteligencia-artificial-2024>

¹⁷ <https://alia.gob.es>

¹⁸ <https://projecteaina.cat>

6. La homogeneización del contenido artificial

Una amenaza emergente es el llamado colapso de modelos. Los modelos de lenguaje aprenden patrones estadísticos a partir de grandes volúmenes de texto. Cuanto más frecuente es una expresión en los datos de entrenamiento, mayor probabilidad tiene de aparecer en las generaciones futuras. Actualmente, la IA generativa produce cantidades masivas de contenido que se publican en internet. Este contenido sintético comienza a formar parte del corpus textual disponible en la web. Cuando los siguientes modelos se entrenan, ya lo hacen sobre estos textos artificiales.

Si una proporción significativa de los datos de entrenamiento proviene de generaciones anteriores de modelos, el sistema aprende principalmente de patrones ya filtrados algorítmicamente. Cada ciclo de entrenamiento con contenido sintético amplifica la tendencia hacia la media estadística. El resultado no es un aumento de errores técnicos, sino una reducción sistemática de la variabilidad lingüística. Las expresiones menos frecuentes (la larga cola de la distribución) quedan progresivamente subrepresentadas: modismos regionales, construcciones sintácticas minoritarias, vocabulario especializado de culturas no dominantes. Con cada iteración, el espacio de variación lingüística se contrae.

La adopción generalizada de los modelos de lenguaje como asistentes de escritura ya se asocia con un declive medible en la diversidad léxica y sintáctica de la escritura humana. Si esta dinámica no se gestiona, podría dar lugar a una forma de monocultivo cognitivo: la variabilidad del lenguaje humano desplazada por un registro estandarizado, optimizado para la fluidez y la previsibilidad, pero pobre en matices (Sourati *et al.*, 2025).

7. Una cadena de suministro con trazas coloniales

Esta homogeneización, sin embargo, no es una consecuencia técnica ni un resultado accidental. Responde a dinámicas de poder más profundas y estructurales, que conectan la IA contemporánea con legados coloniales de extracción y subordinación epistémica.

La producción de IA se podría situar dentro de lo que el sociólogo peruano Aníbal Quijano denomina la matriz colonial del poder. Este marco explica que los desequilibrios en el desarrollo tecnológico reproducen continuidades históricas del colonialismo. Aparece una cadena de suministro colonial de la IA: regiones del Sur Global proveen datos, mano de obra de anotación y moderación de contenidos (frecuentemente precarizada e invisible), mientras que las grandes corporaciones tecnológicas capturan el valor, la propiedad intelectual y el poder de decisión sobre el diseño y la gobernanza de estos sistemas (Muldoon & Wu, 2023)

La experta en teoría de medios McKenzie Wark llamó a esta nueva élite la clase vectorialista: no posee directamente los medios de producción material, sino los vectores a través de los cuales la información es abstraída, valorizada y mercantilizada (Wark, 2004). En el contexto tecnológico, esta clase se manifiesta en las empresas que controlan la infraestructura en la nube, los modelos fundacionales y las plataformas de distribución. No producen directamente nuevos conocimientos, sino que controlan los medios para extraer valor de esas abstracciones.

Esta estructura perpetúa asimetrías económicas y consolida una producción de conocimiento hegemónica que margina epistemologías no occidentales. Un estudio reciente con profesionales del sector pertenecientes a países del Sur Global documenta cómo esta dependencia se experimenta no sólo en términos materiales, sino también epistémicos: sus conocimientos situados y prioridades locales son sistemáticamente

marginados en los debates globales sobre ética y gobernanza de la IA (Brown *et al.*, 2025)

El debate sobre los derechos de autor en este contexto a menudo se enmarca como compensación justa a los creadores. Pero es una lucha sobre quién controla los términos bajo los cuales la producción cultural del pasado alimentará la producción cultural del futuro. Las grandes plataformas buscan un modelo que les permita entrenar libremente sobre cualquier obra digitalizada. Es un cercamiento asimétrico: socialización de los insumos, privatización de los productos (Boyle, n. d.)

Las colecciones de las instituciones culturales alimentan modelos generativos que luego producen imitaciones comercializadas globalmente, sin compensación ni atribución.

Para las instituciones culturales esta dinámica es particularmente problemática. Sus colecciones (fotografías históricas, grabaciones de tradiciones orales, textiles con patrones simbólicos) alimentan modelos generativos que luego producen imitaciones comercializadas globalmente, sin compensación ni atribución. Es la lógica extractiva colonial aplicada a la dimensión simbólica.

8. Soberanía como resistencia

Frente a esta concentración de poder, emergen respuestas que disputan el determinismo tecnológico. Desde comunidades indígenas hasta Gobiernos de potencias medias, pasando por redes de investigadores y movimientos de cultura libre, se están articulando alternativas que rechazan tanto la dependencia tecnológica como la homogeneización cultural.

En Aotearoa Nueva Zelanda, los principios de soberanía de datos indígenas (Ruckstuhl, n. d.) reconocen que los pueblos maoríes tienen derechos inherentes sobre sus conocimientos, prácticas culturales y datos. El marco Te Mana

Raraunga¹⁹ establece que las comunidades indígenas deben controlar cómo se recopilan, almacenan y utilizan sus datos. No se trata solo de consentimiento informado, sino de gobernanza: quién decide qué conocimiento se digitaliza, quién se beneficia de su uso, y quién puede vetar aplicaciones que violen valores culturales (Carroll *et al.*, 2021; Kukutai & Taylor, 2016)

En África, la iniciativa Masakhane²⁰ ('construyamos juntos' en isiZulu) reúne a más de dos mil investigadores trabajando en procesamiento de lenguaje natural para lenguas africanas. A diferencia de los proyectos corporativos que tratan África como fuente de datos, Masakhane construye modelos de código abierto desarrollados y gobernados desde el continente (Abbott & Martinus, 2019).

Europa, por su parte, ha apostado por la regulación como forma de soberanía digital. La Ley de IA²¹, aprobada en 2024, establece obligaciones de transparencia, evaluaciones de impacto y prohibiciones sobre ciertos usos de alto riesgo. Aunque su efectividad aún está por ver, representa un intento de subordinar el desarrollo tecnológico a valores democráticos y derechos fundamentales. En paralelo, iniciativas como LAION²² trabajan en conjuntos de datos de entrenamiento abiertos y multilingües (Schuhmann *et al.*, 2022).

En América Latina, diversas organizaciones se centran en marcos de gobernanza de datos que priorizan el interés público sobre la extracción privada. Sus propuestas incluyen fideicomisos de datos comunitarios, licencias de uso restrictivo para datos culturalmente sensibles, y arquitecturas que permiten el análisis federado sin centralizar los datos en manos corporativas (Magalhães & Couldry, 2020; Ricaurte, 2019).

¹⁹ <https://www.temanararaunga.maori.nz/>.

²⁰ <https://www.masakhane.io/>.

²¹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32024R1689>.

²² Large-scale Artificial Intelligence Open Network. <https://laion.ai/>.

Construir infraestructura alternativa es caro, la interoperabilidad es técnicamente compleja, y existe siempre el riesgo de que las alternativas locales sean cooptadas. Pero estas iniciativas demuestran que hay elecciones que tomar y que la distribución del poder en el ecosistema de la IA es aún un terreno en disputa.

Cada elección sobre qué digitalizar, cómo etiquetar, bajo qué términos compartir y en qué infraestructura alojar constituye una opción entre distintas esferas de influencia geopolítica.

9. Implicaciones para el sector cultural: infraestructura, soberanía y resistencia

Para las instituciones culturales, la IA plantea una cuestión geopolítica trascendental: ¿serán nodos de soberanía epistémica o canalizadores de poderes hegemónicos globales?

La presión para digitalizar colecciones culturales no es meramente una cuestión de acceso o preservación. Es una decisión sobre infraestructura de poder. Cada elección sobre qué digitalizar, cómo etiquetar, bajo qué términos compartir y en qué infraestructura alojar constituye una opción entre distintas esferas de influencia geopolítica. Lo que está en juego es la capacidad futura de una nación o región para definir, acceder y hacer uso de su propio patrimonio cultural sin mediación de potencias extranjeras.

Cuando las instituciones culturales permiten que asistentes virtuales comerciales se conviertan en la interfaz predominante para acceder al conocimiento cultural, están cediendo poder editorial. Los modelos estadounidenses tienden a reflejar marcos conceptuales anglosajones; los modelos chinos, prioridades culturales del PCC. Ninguno refleja necesariamente las perspectivas de las comunidades cuyas culturas están siendo explicadas (Wang *et al.*, 2024). Lo importante es saber que hay alternativa. Siguiendo principios

de soberanía de datos, instituciones como el Museo Nacional del Indígena Americano del Smithsonian han desarrollado protocolos en colaboración con comunidades que limitan qué objetos pueden ser digitalizados y bajo qué condiciones. Estos protocolos reconocen que ciertos conocimientos culturales requieren contextos relacionales que los modelos estadísticos no pueden capturar: una pluralidad de contextos locales donde cada comunidad define sus propias reglas de circulación del conocimiento (Christen, 2020).

10. Tres futuros posibles

Las decisiones que se tomen en los próximos tres a cinco años sobre infraestructura, regulación, inversión pública y gobernanza de datos configurarán si la IA se convierte en instrumento de pluralismo cultural o de homogeneización. La arquitectura del futuro digital no está predeterminada por la lógica del código; será el resultado de políticas, inversiones y resistencias culturales.

Tres tendencias se perfilan con claridad. La primera es la aceleración del giro soberano en la política tecnológica global: Gobiernos de todo el mundo reconocen que la dependencia de infraestructuras de IA extranjeras constituye un riesgo estratégico inaceptable. La segunda es la emergencia de nuevas formas de vigilancia y control algorítmico que Shoshana Zuboff ha denominado «capitalismo de vigilancia»: los sistemas de IA no solo median el acceso a la información, sino que monitorizan, clasifican y predicen el comportamiento cultural a escala. La tercera es la consolidación de la brecha de información: entrenar un modelo de frontera cuesta cientos de millones de dólares, pero una vez entrenado, ejecutarlo se vuelve relativamente barato. Esta asimetría abre una ventana: si los modelos fundacionales se vuelven accesibles mediante licencias abiertas, actores medianos podrían ajustarlos con datos locales para servir necesidades culturales específicas sin replicar toda la infraestructura desde cero.

Con estas tendencias como telón de fondo, podemos imaginar tres escenarios para el futuro cultural de la IA.

Escenario 1: Consolidación hegemónica

Los modelos estadounidenses y chinos se vuelven tan dominantes que resulta prácticamente imposible operar fuera de sus ecosistemas. Los intentos de soberanía tecnológica europeos, latinoamericanos o africanos fracasan por falta de inversión sostenida o incapacidad para competir con la escala de las grandes plataformas. El resultado es un mundo culturalmente empobrecido donde las expresiones locales, las lenguas minoritarias, las narrativas que se desvían de los patrones estadísticos dominantes, simplemente desaparecen del espacio digital, no porque sean censuradas, sino porque resultan técnicamente inviables. La cultura se convierte en un producto estandarizado, optimizado para métricas de *engagement*, indistinguible.

Escenario 2: Fragmentación multipolar

Estados Unidos, China, Europa y otros polos tecnológicos desarrollan ecosistemas paralelos de IA, cada uno con sus propios modelos, regulaciones y valores integrados. Hay interoperabilidad limitada; las tensiones geopolíticas se traducen en incompatibilidades técnicas. Este mundo es menos homogéneo que el primero, pero también más caótico. Para las instituciones culturales medianas y pequeñas, navegar este paisaje balcanizado resulta agotador y costoso. Hay más pluralidad, pero la fragmentación genera sus propias formas de exclusión: quienes no pueden permitirse operar en múltiples ecosistemas quedan atrapados en uno solo.

Escenario 3: Pluralismo de infraestructuras

Los modelos fundacionales se vuelven bienes públicos, accesibles mediante licencias abiertas que permiten adaptaciones locales. Se establecen protocolos técnicos para interoperabilidad que no requieren uniformidad cultural. Los

marcos de soberanía de datos indígenas se convierten en estándar internacional. Las instituciones culturales operan como nodos de una red distribuida, compartiendo recursos sin intermediarios extractivos. Los creadores reciben compensación justa cuando sus obras alimentan sistemas generativos. La diversidad lingüística y expresiva no solo sobrevive, sino que florece, porque las herramientas de IA están diseñadas para amplificar diferencias en lugar de aplanarlas. En este mundo, la tecnología sirve a la cultura, no al revés.

Conclusión

Ninguno de estos escenarios se materializará en forma pura. El futuro real será una mezcla inestable de los tres, con distintas regiones y sectores navegando entre consolidación hegemónica, fragmentación multipolar y experimentación pluralista. Pero el punto no es predecir cuál prevalecerá, sino reconocer que la arquitectura tecnológica del futuro aún está por decidir.

Para las instituciones culturales, esto significa que 1) hay que tratar la infraestructura tecnológica como una cuestión de soberanía cultural, no como una mera decisión técnica; 2) hay que exigir transparencia y reciprocidad en los acuerdos con proveedores tecnológicos: si el patrimonio cultural alimenta sistemas de IA, las instituciones deben retener control sobre cómo se utiliza y capacidad de auditar los resultados; 3) hay que construir alianzas horizontales: la soberanía tecnológica no requiere autarquía, pero sí coordinación entre instituciones que comparten valores y riesgos similares.

La supremacía cultural no es inevitable. Pero tampoco se disolverá por inercia. La pregunta para quienes trabajan en el sector cultural es si serán agentes activos en esa transformación o meros espectadores. La elección, por ahora, sigue siendo nuestra.

Referencias

- Abbott, J., y Martinus, L. (2019), «Benchmarking Neural Machine Translation for Southern African Languages», *Proceedings of the 2019 Workshop on Widening NLP*, pp. 98-101. <https://aclanthology.org/W19-3632/>.
- Boyle, J. (n. d.). *The Public Domain: Enclosing the Commons of the Mind* by James Boyle, Project Gutenberg. Recuperado el 23 de diciembre de 2025 de <http://www.gutenberg.org/ebooks/27526>.
- Brown, V., Larasati, R., Kwarteng, J., y Farrell, T. (2025), «Understanding AI and power: situated perspectives from Global North and South practitioners», *AI & Society*, pp. 1-16. <https://doi.org/10.1007/s00146-025-02731-x>.
- Carroll, S. R., Herczog, E., Hudson, M., Russell, K., y Stall, S. (2021), «Operationalizing the CARE and FAIR Principles for Indigenous data futures», *Scientific Data*, 8(1), 108. <https://doi.org/10.1038/s41597-021-00892-0>.
- Christen, K. (2020), «Tribal archives, traditional knowledge, and Local Contexts: Why the “s” matters», *Journal of Western Archives*, 6(1), 3. <https://doi.org/10.26077/78D5-47CF>.
- Hu, S., Vulić, I., y Korhonen, A. (2025), «Quantifying language disparities in multilingual large language models», *Proceedings of the 2025 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing*, pp. 4003-4018. <https://doi.org/10.18653/v1/2025.emnlp-main.199>.
- Kukutai, T., y Taylor, J. (eds.) (2016), *Indigenous data sovereignty: Toward an agenda*, ANU Press. <https://doi.org/10.22459/caepr38.11.2016>.
- Magalhães, J. V., y Couldry, N. (2020), «Giving by taking away: Big tech, data colonialism, and the reconfiguration of social good», *International Journal of Communication*, 15. https://www.researchgate.net/publication/346407300_Giving_by_Taking_Away_Big_Tech_Data_Colonialism_and_the_Reconfiguration_of_Social_Good.
- Muldoon, J., y Wu, B. A. (2023), «Artificial intelligence in the colonial matrix of power», *Philosophy & Technology*, 36(4), 80. <https://doi.org/10.1007/s13347-023-00687-8>.
- Ricaurte, P. (2019), «Data epistemologies, the coloniality of power, and resistance», *Television & New Media*, 20(4), pp. 350-365. <https://doi.org/10.1177/1527476419831640>.
- Ruckstuhl, K. (n. d.), *Data as Taonga: Aotearoa New Zealand, Māori Data Sovereignty and Implications for Protection of Treasures*. Recuperado el 23 de diciembre de 2025 de <https://jipel.law.nyu.edu/data-as-taonga-aotearoa-new-zealand-maori-data-sovereignty-and-implications-for-protection-of-treasures/>.
- Schuhmann, C., Beaumont, R., Vencu, R., Gordon, C., Wightman, R., Cherti, M., Coombes, T., Katta, A., Mullis, C., Wortsman, M., Schramowski, P., Kundurthy, S., Crowson, K., Schmidt, L., Kaczmarczyk, R., y Jitsev, J. (2022), «LAION-5B: An open large-scale dataset for training next generation image-text models», arXiv [cs.CV]. arXiv. <http://arxiv.org/abs/2210.08402>.
- Sourati, Z., Karimi-Malekabadi, F., Ozcan, M., McDaniel, C., Ziabari, A., Trager, J., Tak, A., Chen, M., Morstatter, F., y Dehghani, M. (2025), «The shrinking landscape of linguistic diversity in the age of large language models», arXiv [cs.CL]. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2502.11266>.
- Wang, W., Jiao, W., Huang, J., Dai, R., Huang, J.-T., Tu, Z., y Lyu, M. (2024), «Not all countries celebrate Thanksgiving: On the cultural dominance in large language models», *Proceedings of the 62nd Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics* (vol. 1: Long Papers), pp. 6349-6384. <https://doi.org/10.18653/v1/2024.acl-long.345>.

Wark, M. (2004), *A Hacker Manifesto*, Harvard University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctvjz82nr>

Yakura, H., Lopez-Lopez, E., Brinkmann, L., Serna, I., Gupta, P., Soraperra, I., y Rahwan, I. (2024), «Empirical evidence of Large Language Model's influence on human spoken communication», arXiv [cs.CY]. <https://doi.org/10.48550/ARXIV.2409.01754>

EL MARCO FRAGMENTADO: USOS Y DESUSOS DEL CONTEXTO EN LA DIVULGACIÓN Y CRÍTICA DE ARTE DIGITAL

EUGENIA TENENBAUM

Historiadora del arte especializada en perspectiva de género, Eugenia Tenenbaum se dedica a la divulgación cultural y la crítica de arte en redes sociales, principalmente Instagram y Patreon. Como comunicadora también trabaja impartiendo visitas guiadas, ponencias y talleres sobre arte, feminismos y el impacto que tienen las relaciones de género en la creación, recepción y difusión de la producción artística en congresos, universidades, institutos, museos y otros espacios. En 2022 publicó su primer libro, *La mirada inquieta*, un ensayo sobre arte, y en 2023 su primer trabajo de ficción, *Las mujeres detrás de Picasso*.

Todo artista, todo científico, debe decidir ahora cuál es su postura. No tiene alternativa. No hay forma de estar por encima del conflicto, en las alturas olímpicas. No hay observadores imparciales. Mediante la destrucción en ciertos países del mayor patrimonio literario de la humanidad, mediante la propagación de falsas ideas de superioridad racial y nacional, el artista, el científico, el escritor se ven desafiados (...) El frente de batalla está en todas partes. No hay retaguardia protegida.¹

Fragmento 1: introducción

La cita elegida pertenece al documental *Here I Stand*, realizado en 1958 por St. Clair Bourne sobre Paul Robeson, icono de la lucha estadounidense por los derechos de las personas afrodescendientes, además de actor, abogado, escritor y teórico. Llegué a ella poco antes de empezar la redacción de este artículo, gracias al catálogo de la exposición *Proyectar un planeta negro: El arte y la cultura de Panáfrica* del Museu d'Art Contemporani de Barcelona. Es la cita que la directora del museo y comisaria de la exposición, Elvira Dyangani Ose, escoge para abrir la introducción. Después del índice, antes de cualquier explicación, ya hay una declaración de intenciones. Replicar su gesto me pareció acertado.

En su ponencia «La transformación del silencio en lenguaje y acción», presentada en 1977 y publicada a modo de artículo en 1978, la poeta y pensadora afroestadounidense Audre Lorde dijo:

¿Qué palabras son esas que todavía no pronunciamos? ¿Qué necesitas decir? ¿A qué tiranías te sometes día tras día, tratando de hacerlas tuyas, hasta que por su culpa enfermas y mueres, todavía en silencio? Puede que para algunas de las aquí presentes yo sea el rostro de uno de vuestros miedos. Porque soy mujer, porque soy negra, porque soy lesbiana, porque soy yo misma. Una mujer

¹ VV. AA., *Panáfrica. Arte e imaginarios políticos para la construcción de un planeta negro*, Museu d'Art Contemporani de Barcelona, 2025, p. 12.

negra, poeta y guerrera dedicada a su trabajo, que ha venido a preguntarnos... ¿estáis haciendo vosotros el vuestro?²



Retrato de Audre Lorde. Collage de autoría contemporánea (basado en fotografía original de Dagmar Schultz), c. 1980 (fotografía original); 2020 (reinención gráfica).

A esta ponencia pertenecen, además de estas poderosas palabras, también las conocidísimas «Mi silencio no me protegió. Tu silencio no te protegerá».

Fragmento 2: aproximación

Reconozco que en ciertos círculos citar a Audre Lorde siendo una feminista blanca es casi un cliché que fuerza, a partes iguales aunque en polos opuestos, la puesta de los ojos en blanco. En uno, ella es una de las caras más visibles e importantes de los feminismos negros y, por tanto, muchas mujeres blancas podemos llegar a pensar que leyéndola a ella nuestro trabajo ya está hecho, cuando lo cierto es que con ella nuestro trabajo no hace más que empezar. En otro, todavía se acoge con cierto recelo, condescendencia incluso, que una profesional se sitúe

² Audre Lorde, *Hermana otra*, Horas y Horas, 2022, p. 37.

como feminista y cite abiertamente a otras en sus artículos. La ficción de objetividad, que no es otra cosa que la ficción de distanciamiento emocional que construimos respecto a nuestro trabajo, sigue calando en el imaginario laboral de quienes nos dedicamos a la cultura.

Ocupar un lugar implica responsabilidad en nuestras prácticas (...) La racionalidad es sencillamente imposible, una ilusión óptica proyectada de manera comprensiva desde ninguna parte (...) ¿Cómo ver? ¿Desde dónde ver? ¿Qué limita la visión? ¿Para qué mirar? (...) ¿Quién logra tener más de un punto de vista? ¿A quién se ciega? ¿Quién se tapa los ojos? ¿Quién interpreta el campo visual?³

Estas son algunas de las preguntas que Donna Haraway, bióloga y filósofa, se hace en *Ciencia, cyborgs y mujeres. La creación de la naturaleza*, publicado en 1995. Con ellas, al mismo tiempo que nos sitúa delante de un espejo, también nos coge la mano para enseñarnos la posibilidad de un camino nuevo: el conocimiento siempre se sitúa en alguna parte, dentro de algún marco, atendiendo a diferentes intereses. Negarlo no nos acerca más a esa cosa escurridiza que es la verdad, solo estrecha nuestra capacidad de analizar ese marco en toda su amplitud y complejidad.

El conocimiento siempre se sitúa en alguna parte, dentro de algún marco, atendiendo a diferentes intereses.

Cuando la mayor parte de las disciplinas vinculadas a las humanidades y las ciencias sociales se fundaron, entre los siglos XVIII y XIX, tomaron de la ciencia una metodología que hicieron propia sin revisar antes, parece ser, si tenía sentido trasladarla en toda su amplitud o, por el contrario, si era preciso implementar algunos matices. En *La*

³ Donna Haraway, «Conocimientos situados: La cuestión científica en el feminismo y el privilegio de la perspectiva parcial», en *Ciencia, cyborgs y mujeres. La creación de la naturaleza*, Cátedra, 1995, pp. 17-18.

fantasía de la individualidad, una de las muchas tareas que la arqueóloga Almudena Hernando emprende es la de profundizar y explicar por qué un enfoque positivista basado en el método de las ciencias puras no es un marco de pensamiento que nos beneficie si trabajamos fuera de esas áreas, a veces tampoco si lo hacemos dentro de ellas:

Entender el universo desde el punto de vista de su complejidad constituye un ejercicio en muchos sentidos opuesto al de la ciencia positiva. Esta se caracteriza por analizar elementos discretos y separados, detallando sus rasgos y características, clasificando, computando y midiendo sus componentes. Sin embargo, desde hace tiempo y en número creciente, investigadores de todas las disciplinas (incluida la física) consideran un error aplicar este enfoque al estudio de cualquier dinámica, argumentando que la forma o las características que adopta cada uno de los elementos de un sistema es el resultado de su interacción compleja con los demás (...) Para entender los procesos de los que esos elementos participan, deben anularse las disociaciones con las que opera la ciencia positiva, que referidas a los fenómenos humanos son, por ejemplo, del tipo sujeto-objeto, sociedad-persona, cultura-naturaleza, cuerpo-mente, dominador-dominado.⁴

A pesar de su inadecuación para analizar correctamente la interrelación entre las partes con la intención de entender mejor su funcionamiento, tanto general como aislado, este enfoque positivista es el que se ha visto mayoritariamente privilegiado dentro de los entornos académicos. En ellos, el campo de saber correspondiente tiende a ser meticulosamente fragmentado a través de currículos educativos integrados por asignaturas aisladas cuyo profesorado, altamente especializado, se demuestra ciego en otras materias que no sean la propia. Esto no debería ser un problema si el componente básico del

⁴ Almudena Hernando, *La fantasía de la individualidad: Sobre la construcción sociohistórica del sujeto moderno*, Traficantes de Sueños, 2012, p. 28.

conocimiento, su multidisciplinariedad, fuera utilizado como herramienta para integrar la información y presentarla con todos sus matices, algo que termina ocurriendo más por error (muchas asignaturas diferenciadas nos permiten acceder a muchos tipos distintos de conocimiento) que por intención de que así sea. La carrera que cursé, Historia del Arte, es un buen ejemplo de ello: asignaturas de historia, literatura, filosofía, arte y metodología la convierten, posiblemente, en uno de los itinerarios que mayor multidisciplinariedad presentan gracias a lo diversa que es la formación de su profesorado y las distintas disciplinas que confluyen en ella; pero también en sus aulas se observa una tendencia al formalismo, que en este caso no es más que el análisis positivista de las obras de arte y el acercamiento pseudo-despolitizado a quienes las realizan. La ausencia mayoritaria de referentes femeninos tanto en los contenidos de las asignaturas como en sus referencias bibliográficas no es algo que nos hable de la objetividad como práctica académica, sino de la parcialidad que acarrea creer que esta es posible, del mismo modo que la ausencia de diversidad étnica como corporalidad en el grueso del profesorado o como problemática a tratar en muchas de las asignaturas refleja más un sesgo generalizado en la praxis de las personas blancas que una imposibilidad real de hacer frente al problema. Al final, estos silencios académicos y profesionales sirven para mostrar que las estructuras discriminatorias que atraviesan la realidad hacen también lo propio con los campos de saber y quienes se mueven en ellos. Estas inercias sociales forman parte de la hegemonía, somos educadas en su órbita desde que nacemos, pero no por ello deja de ser imperativo señalarlas, nombrarlas y repararlas.

Fragmento 3: confesión

Escribo hoy con la suficiente cercanía respecto a mi primera etapa formativa universitaria como para que sus vacíos todavía se sientan como una herida, pero también con el suficiente rodaje profesional como para haber constatado

que, a veces, en algunas partes, las cosas están cambiando. Lo interesante de los cambios, en este contexto, es que se producen independientemente de lo que opinemos de ellos, incluso independientemente de que estemos o no a favor de que ocurran. Son a la vez algo que producimos y algo frente a lo que nos adaptamos, resistimos o luchamos. En mi caso, el cambio pasa por reconocer que no hay distanciamiento personal o emocional posible de nuestro trabajo, especialmente si ese trabajo se inscribe dentro del ámbito cultural. Por eso he querido, como Audre Lorde, dejar claro desde dónde me sitúo y desde dónde me acompaña el pensamiento. Toda decisión profesional es, además de una decisión personal, también una decisión política, más todavía si entendemos lo político no como algo que tiene que ver o que tiene lugar solo en las altas esferas, sino como algo inherente a la experiencia y la convivencia humanas. A este respecto, desde nuestras decisiones profesionales podemos fingir que obviamos lo político, pero no por hacerlo estaremos escapando de ello. Incluso cuando damos la espalda a algo, ese «algo» sigue detrás: la única diferencia es que hemos decidido colocar nuestra atención en otro sitio.



Eugenia Tenenbaum, "El arte es político", 2021.

Donna Haraway no solo es la referencia más cercana con la que cuento en este momento para formular qué es y qué supone el conocimiento situado, también me sirve como referencia para expresar la necesidad de alejarnos de lo que ella llama «testigo modesto». En 2004, en *Testigo modesto. Segundo milenio*, muy en sintonía con lo formulado por Almudena Hernando, Haraway dice:

La auto-invisibilidad es la forma específicamente moderna, europea, masculina y científica de la virtud de la modestia. Esta es la forma de modestia que recompensa a sus practicantes con la moneda del poder social y epistemológico. Este tipo de modestia es una de las virtudes fundadoras de lo que llamamos modernidad. Esta es la virtud que garantiza que el testigo modesto sea el ventrílocuo legítimo y autorizado del mundo de los objetos, sin añadir nada de sus meras opiniones, de su corporeidad espacial. De esta manera, recibe el extraordinario poder de establecer los hechos. Es objetivo, garantiza la claridad y la pureza de los objetos.⁵

Desde su análisis no exento de ironía, Haraway se acerca a la neutralidad como espejismo, contribuyendo a su desestructuración como lugar de pensamiento y también de trabajo. Haber comprado el marco de la neutralidad como posibilidad nos ha llevado al lugar en el que estamos: consideramos lo reaccionario como neutro, nuestra profesión como objetiva, creemos que se puede vivir al margen de lo político. Mientras tanto, el mundo cambia y nosotras cambiamos con él. Lo interesante de los cambios es que, si bien no siempre tenemos agencia sobre su desarrollo, sí tenemos capacidad de decisión respecto a nuestra forma de relacionarnos con ellos.

⁵ Donna Haraway, *Testigo modesto. Segundo milenio*, University of California, 2004, p. 14.

Fragmento 4: expansión

A lo largo de los años noventa, la aparición de internet como un espacio cada vez más accesible para quienes habitamos el Norte Global supuso la apertura de posibilidades en la comunicación y la obtención de conocimiento como nunca antes la humanidad había visto. En la primera década de los 2000, esto se tradujo en una nueva órbita de realidad de la que cada vez más gente participaba ya no solo en formato escrito, también en formato audiovisual. El surgimiento y perfeccionamiento de las primeras redes sociales revolucionaron la forma en que las personas se relacionaban entre sí, también la manera en que se presentaban al resto. Quienes no somos nativas digitales, pero sí tuvimos acceso a este nuevo mundo virtual a lo largo de nuestra adolescencia o en los primeros años de la edad adulta, encontramos en él una variedad sin precedentes de referentes musicales, literarios, cinematográficos y culturales. Noelia Ramírez, en *Nadie me esperaba aquí: Apuntes sobre desclasamiento*, sintetiza muy bien la revolución que supuso esto:

Cuando has crecido sin vinilos de los Beatles pero con casetes de gasolinera, cuando en tu casa el hueco de la librería del comedor solo se llenaba con enciclopedias, la llegada de un internet libre de muros de pago podía salvar tu asimilación cultural. Conectaba el router y sus pitidos molestos daban vía libre a las referencias de las que hablaban en el bar de la facultad. Fue una de las épocas más electrizantes para mi cerebro: la era un campo lleno de posibilidades, todo cabía en mi ordenador.⁶

Para quienes tenían intereses específicos, internet también supuso la aparición de plataformas en las que poder explorarlos tanto a nivel pasivo (consumiendo la información) como a nivel activo (generándola). Por primera vez, siempre y cuando la economía permitiera comprar un ordenador y pagar su conexión, las personas podían acceder gratuitamente y desde casa a una

⁶ Noelia Ramírez, *Nadie me esperaba aquí: Apuntes sobre desclasamiento*, Debate, 2025, p. 24.

cantidad ingente de conocimiento que, por un lado, era pre-existente y ahora aparecía digitalizado, pero, por otro, era compartido por primera vez y en primera persona por profesionales de todo tipo a modo de afición. La proliferación de blogs respondió, en este sentido, no solo a la querencia de miles de personas de expresarse, sino también a su anhelo por compartir sus intereses, conocimientos e inquietudes con una potencial audiencia que los retroalimentara. El mundo estaba experimentando una revolución informativa que prometía democratizar el acceso al conocimiento y derribar todas las barreras sociales que en su ausencia se habían levantado.

Una introspección profunda de quiénes somos, qué tanto de estas dinámicas hostiles ha penetrado en nosotras y qué parte estamos dispuestas a sacrificar por un beneficio común, global y colectivo.

Fragmento 5: capitalización

Pero lo cierto es que, por norma general, no conseguimos «salir mejores» de las situaciones que potencialmente poseen las condiciones para que así sea, sobre todo cuando se inmiscuyen en ellas el capital y sus lógicas de mercado. Lo que en un principio se entendió como un espacio libre, democrático y accesible para todas, pronto fue sometido a las mismas dinámicas de competitividad, beneficio económico y sacrificio de la colectividad en beneficio de intereses individuales muy vinculados al provecho que empresas y grandes corporaciones pueden sacar de ellos. Si internet era un foco de atención global, entonces ese interés debía ser monetizado. Al mismo tiempo, su ecosistema virtual se llenó de los mismos vicios que asolan las sociedades que lo utilizan: la misoginia, el racismo y el capitalismo, con sus imbricaciones cisheteronormativas, gordóforas y capacitistas, entre otras, que terminaron convirtiendo un lugar *a priori* esperanzador en un feo aunque fiel reflejo de todo aquello que falla cuando apagamos el ordenador, apartamos la tableta o dejamos a un

lado el móvil. A veces olvidamos que las cosas, los espacios, las dinámicas no existen al margen de lo que somos, sino como consecuencia de ello. Queríamos pensar que una sociedad profundamente hostil y violenta podía generar un hábitat tecnológico que no lo fuera, pero por el camino olvidamos que para hacer posible esa utopía primero teníamos que repensar y orientar todos nuestros esfuerzos para que así fuera. El cambio no surge solo, aunque sí pueda hacerlo al margen de nuestros deseos. De ahí la pertinencia de redirigirlos primero hacia una introspección profunda de quiénes somos, qué tanto de estas dinámicas hostiles ha penetrado en nosotras, ya sea por educación o por asimilación, y qué parte estamos dispuestas a sacrificar (o a abandonar, si se prefiere una expresión menos sufrida y de corte menos judeocristiano) por un beneficio común, global y colectivo.

En la sinopsis de *Utopía no es una isla: Catálogo de mundos mejores*, un breve ensayo publicado por Layla Martínez en 2020 (año que de por sí supuso una distopía de la que tampoco salimos mejores) se apunta que

a diferencia de lo que sucedía en la modernidad, ya no creemos que el futuro esté ligado al progreso y vaya a ser necesariamente mejor. Se ha convertido en algo que nos produce miedo y ansiedad, así que creamos productos culturales que tratan de alertar sobre los riesgos de ir a peor, sobre los peligros que nos esperan a la vuelta de la esquina. Es lógico, pero el efecto combinado ha sido devastador. Los productos culturales reflejan la realidad, pero, al hacerlo, también la crean. Imaginar futuros peores nos ha quitado la capacidad de pensar en un porvenir mejor.

Las redes sociales juegan un papel importante en esta tendencia al catastrofismo, al situar delante de nuestros ojos todo aquello que no funciona y al hacerlo, además, a través de la sobreexposición constante a todo tipo de estímulos. Debido a que quienes gobiernan estos espacios digitales priorizan la rentabilidad a la ética y que nosotras estamos inmersas en un sistema atroz

que nos tiene agotadas y con la lengua fuera, terminamos, como usuarias, viéndonos movidas por inercias que no controlamos del todo, que no entendemos en absoluto y que no solo nos destruyen a nosotras, también a nuestras iguales. Lo que en un principio fue proyectado como un espacio plural y abierto a todas, ahora parece haberse convertido en una arena donde las diferentes individualidades compiten por la atención y en la que todo es lícito para conseguirla. Dado que esta rueda no gira sola, debe haber algún modo de pararla. Tratar de entender su funcionamiento y los componentes que le dan fuelle puede ser un buen punto de partida.

Fragmento 6: reacción

Del mismo modo que el mundo corporativo ha desarrollado prácticas y exportado anglicismos que aluden al intento de humanizar entornos laborales que se nutren de la deshumanización, como puede ser el concepto de *teambuilding*, en el mundo del márketing digital existe una frase que responde al efecto contrario, esto es, la deshumanización de entornos un día amables: «no hay *engagement* malo». Este marco de pensamiento, habitualmente desplegado como respuesta defensiva ante una crisis en la imagen de marca (dentro de la cual entra también la marca personal), sintetiza a la perfección la reducción de las interacciones humanas a una mera estadística a través de la cual medir el éxito, aislándolo de la ética subyacente a tener en cuenta el impacto negativo que un contenido puede tener dentro de un plano social. En otras palabras, todo está permitido siempre y cuando haga números.

Esta dinámica, caracterizada tanto por la falta de ética como por haber sucumbido a las lógicas neoliberales de deshumanización, es la que autoriza la práctica del *click-bait* y el *rage-bait* en contextos digitales. Ambas prácticas buscan la reacción instantánea por parte de la usuaria, aunque las emociones que movilizan sean distintas. En el caso del *click-bait*, la información es deliberadamente manipulada u ocultada con

la intención de que sea necesario invertir más tiempo o más *clicks* en llegar a ella, recurriendo para tal fin al sentido de urgencia o al sentimiento de inmediatez. En el caso del *rage-bait*, el método es el mismo, pero la información se manipula con la intención de apelar a una respuesta emocional negativa por parte de quien la recibe que la impulse a tomar una decisión instantánea y no reflexiva. En última instancia, lo que el *click-bait* busca es un aumento del tráfico de visitas y el *rage-bait* un aumento en la interacción con el contenido. Estos dos métodos de captación de la atención son ampliamente utilizados tanto por medios de comunicación como por creadoras individuales que monetizan sus contenidos, de ahí la justificación neoliberal de «todo *engagement* es bueno»: si el tráfico hacia un contenido y las reacciones a él son capitalizables, ya sea a través de patrocinios o de la monetización ofrecida por algunas de estas plataformas, ni a los algoritmos ni a muchas profesionales parece importarles el precio moral y ético que todas pagamos por ello.

Esta dinámica, caracterizada tanto por la falta de ética como por haber sucumbido a las lógicas neoliberales de deshumanización, es la que autoriza la práctica del click-bait y el rage-bait en contextos digitales.

Curiosamente, el principio de la economía de la atención existe desde mucho antes de que lo hiciera internet. Una rápida búsqueda nos ayuda a rastrear a algunos de los referentes de esta línea de trabajo. Por ejemplo, encabezando la lista tenemos a Herbert A. Simon, economista y psicólogo premiado con el Nobel de Economía en 1978, y vemos citada la siguiente frase: «La abundancia de información crea una pobreza de atención y la necesidad de asignar esa atención de manera eficiente entre la sobreabundancia de fuentes de información que podrían consumirla».⁷ En este contexto, lo que entendamos

⁷ Pilar Manuela Soto Solier, *Metáforas de flujos lumínicos: La ciudad-instalación como escenario y laboratorio de arte y la cultura contemporánea*, Universidad de Granada, 2011, p. 348.

por «eficiencia» dependerá, al mismo tiempo, de qué consideramos «eficiente» y desde qué punto de vista lo hacemos; la eficiencia nunca supone lo mismo desde una óptica económica, una psicológica o una sociológica, por poner varios ejemplos. Después, como precursores cuyo punto de vista me interesa, aparecen también Matthew Crawford, de quien se dice que popularizó la idea de que la economía estaba cambiando de una base material a una basada en la atención, siendo esta el «nuevo oro» y la «moneda» de internet, aunque sin criticar demasiado esta idea; o Claudio C. Bueno, analista esta vez sí crítico del concepto, que centra su línea de investigación en el trabajo, el tiempo y el poder que la atención conlleva y confiere a las plataformas digitales. Otro referente no mencionado en esta breve búsqueda, pero que, *a priori*, parece vincularse con la crítica que encontramos en el trabajo de Claudio Bueno, es Mark Fisher, a través de su concepto de realismo capitalista, desarrollado en textos como *Realismo capitalista: ¿No hay alternativa?*, de 2009. En la editorial que traduce al castellano a este autor, Caja Negra, podemos encontrar también otros títulos que prometen un examen profundo de estas dinámicas, los agentes que las promueven y las consecuencias que conllevan, como *Atención trastornada: Formas de ver arte y performance hoy*, de la historiadora y crítica de arte Claire Bishop; o *La era del individuo: El fin de un mundo común* y *La inteligencia artificial o el desafío del siglo: Anatomía de un antihumanismo radical*, ambos de Éric Sadin, definido como «uno de los ensayistas europeos más críticos de las formas tecnológicas contemporáneas» según la editorial.

La profundidad ha sido progresivamente sustituida por la inmediatez, el matiz por la aseveración, los distendidos tiempos del acto de pensar por la corta vida de la opinión fabricada en tiempo real y de forma instantánea.

La traslación de este aparato teórico a nuestra cotidianidad virtual es sencilla: cada vez es más habitual toparnos en redes sociales y medios

de comunicación con titulares explosivos, fragmentos descontextualizados y contenidos cortos que se jactan de poder resumir toda la complejidad del tema tratado en menos de un minuto. A su vez, todo contenido largo, ya sea una entrevista, un reportaje o una intervención, es diseccionado en pequeñas partes que son compartidas en redes sociales, muchas veces siendo estos fragmentos los únicos a los que acceden las usuarias en detrimento de todos los matices que el formato original puede albergar. En la competencia por la atención, que no es más que la pugna por la supervivencia de los medios tradicionales en un entorno digital en el que los colectivos marginalizados tratan también de hacerse hueco, resumir un enunciado y espectacularizarlo son ejercicios distintos. Esta tendencia a la espectacularización y a la síntesis desenfrenada ha permeado en los lenguajes de la divulgación y la crítica de arte, también en los circuitos académicos, donde el rendimiento que se espera de las doctorandas atiende más a la necesidad del sistema de publicar artículo tras artículo que al espíritu inicial presupuesto a estos espacios, de los que se esperaba una priorización de la calidad muy por encima de la prisa por la cantidad. En todos estos ámbitos, la profundidad ha sido progresivamente sustituida por la inmediatez, el matiz por la aseveración, los distendidos tiempos del acto de pensar por la corta vida de la opinión fabricada en tiempo real y de forma instantánea. ¿Es compatible competir por la atención y respetar los tiempos de pensamiento? ¿Podemos seguir un *trend* para revitalizar el tono adoptado en nuestros espacios de trabajo sin incurrir en la homogenización de la información? ¿Qué perseguimos cuando lo hacemos? ¿Renovar el formato o perseguir el espejismo capitalista de crecimiento sin fin?

Fragmento 7: extenuación

Volviendo a las palabras de Almudena Hernando sobre la ciencia positivista y la lógica de poder que su método sustenta:

Aunque tanto desde la propia física como desde las ciencias naturales o sociales se vienen generando desde hace tiempo formulaciones alternativas y críticas, el estereotipo de racionalidad científica más divulgado socialmente sigue aún modelado de acuerdo a los métodos de la física del siglo XVII. En ellos, se comparaba el funcionamiento y el movimiento de las partículas físicas con los de una máquina que, por tanto, podía utilizarse como analogía para describir cualquier organismo integrado por dichas partículas. Descartes incluyó como ejemplo de estos organismos el cuerpo humano y, aunque dejó fuera la mente, otros autores ampliaron la analogía también a este dominio, lo que llevó a interpretar como *verdaderas* las explicaciones que referían la sociedad humana a comportamientos mecanicistas y computables, semejantes a los de una máquina.

Esta definición de la ciencia positiva bien podría trasladarse a los presupuestos mantenidos por Byung-Chul Han en textos como *La sociedad del cansancio*, en sintonía una vez más con Mark Fisher y su conceptualización de lo que él llama «privatización del estrés»; no solo vemos nuestro universo digital atravesado y mediado por algoritmos opacos que no terminamos de entender, sino que sus lógicas de hiperproductividad se trasladan a la nuestra propia, obviando la dimensión humana de lo que somos, lo que vemos y a lo que accedemos. Todo esto, además de hipertrofiar el sistema, también nos hipertrofia a nosotras con él.

Haber consentido en la creación y validación de unos ritmos de trabajo y producción frenéticos ha desembocado en una pérdida casi absoluta del punto de referencia anterior, el mismo que nos recuerda que otras formas de hacer las cosas y de relacionarnos con ellas son posibles. Al fomentar la alta productividad en estrecha relación con la alta competitividad, el capitalismo tecnológico trae consigo no solo frustración, también crispación. La suma de ambas cosas podría orientar al sistema a replantearse cómo atajar las bases del problema, pero en su lugar lo que el sistema hace es ofrecernos una manzana envenenada destinada

a atajar el problema que él mismo ha creado, de manera que siga reportándole beneficios. Si lo pensamos, la función que cumple la inteligencia artificial generativa es esta: en un mundo en el que cada vez tenemos menos tiempo para pensar y en el que se nos exige, a pesar de todo, mayor productividad, terminamos delegando las labores de pensamiento, creatividad y gestión básica de problemas a una maquinaria que no es sostenible medioambiental ni socialmente. Más allá de los litros de agua que son necesarios para refrescar los servidores⁸ por cada interacción que realizamos con una IA,⁹ el MIT (Instituto Tecnológico de Massachusetts) publicó recientemente un estudio en el que, tras monitorear la actividad cerebral de 54 estudiantes durante cuatro meses en relación al uso de estas herramientas, determinaron que la atrofia cognitiva tras el uso reiterado de inteligencias artificiales era evidente. El 47 % de las estudiantes mostró un descenso considerable en la conectividad neuronal, dificultades para recordar el contenido que se acababa de generar y también cierto nivel de dependencia y descenso en la productividad en caso de no contar con la IA como soporte.¹⁰

Haber consentido en la creación y validación de unos ritmos de trabajo y producción frenéticos ha desembocado en una pérdida casi absoluta del punto de referencia anterior.

El cansancio, al anular nuestra capacidad para pensar con claridad, va aparejado a la facilidad para sobrerreaccionar, pero si cuando sobrerreaccionamos no estamos pensando, ¿quién lo está haciendo por nosotras?

⁸ Javier Díaz, «El gasto energético de la IA: Cada imagen generada con ChatGPT consume entre dos y cinco litros de agua», Cadena SER, 5 de abril de 2025.

⁹ Sergio Parra, «La sed de ChatGPT: la IA consume una cantidad de agua alarmante», *National Geographic España*, 1 de abril de 2025.

¹⁰ Andrew Chow, «ChatGPT May Be Eroding Critical Thinking Skills, According to a New MIT Study», *Time*, 23 de junio de 2025.

En una entrevista reciente, la escritora y poeta Sara Torres comentaba que

estamos en un momento donde necesitamos poner límites al poder que tienen sobre nuestras vidas las personas que manejan las tecnologías y acumulan recursos y poder de influencia. Nos estamos dando cuenta de eso, de que está en nuestras manos responder, hacernos cargo de nuestra propia existencia y de nuestra cultura compartida. No podemos permitir que la inercia de unas plataformas con intereses externos a nuestras vidas lidere nuestras existencias. Aquí hay que tomar responsabilidad.¹¹

Lo interesante de tomar responsabilidad es que esta acción no puede desarrollarse sin implicación política.

Fragmento 8: oposición

A lo largo de este artículo he tratado de tejer una red de conexiones entre metodologías de investigación, métodos de análisis, conceptos teóricos, referentes que considero importantes y tendencias presentes en el ecosistema digital que todas habitamos, en mayor o menor medida, con la intención de explorar tanto la interconectividad de diferentes frentes como la necesidad de que complejicemos la tarea del trabajo cultural. He tenido que hacerlo en un espacio relativamente reducido atendiendo a la ambición y complejidad del tema propuesto, y para ello he diseminado menciones muy diversas que responden a la necesidad de ofrecer vías de escape responsables e hilos de los que poder tirar a conveniencia de la lectora. Si la cultura se encarga, entre otras cosas, del mundo simbólico de las ideas y de sus formas de ser representadas, es hora de que las trabajadoras culturales *tomemos responsabilidad* respecto a nuestras prácticas y posicionamientos. Vuelvo ahora al inicio, recuperando la urgencia de perder el miedo a situarnos como sujetos

políticos que interpretan y difunden el mundo simbólico que configura la cultura desde un lugar muy concreto, a veces heredado y muchas otras elegido, pero siempre político.

Aventuraba en el resumen de este texto que toda la multidisciplinariedad y diversidad de enfoques a los que muchas accedimos en nuestra etapa universitaria se disolvió con la entrada al mercado laboral. Decía que, al convertirnos en profesionales, los modos de hacer de las estructuras en las que nos insertamos nos hicieron olvidar (o al menos eso intentaron) que nuestra vinculación con las imágenes siempre tenía lugar en relación con su contexto de creación, asimilación y difusión. En su lugar, pasamos a movernos en una esfera en la que el contexto es desplazado a un segundo o tercer plano: las imágenes y las ideas aparecen descontextualizadas, aisladas del marco que las ve crecer y separadas de aquello que les da sentido, es decir, de todo aquello que las rodea y condiciona. Tomar responsabilidad pasa por recuperar el contexto y reivindicar la importancia de tenerlo en cuenta. Para ello debemos plantearnos si los enfoques formalistas que hemos asumido como válidos sin caducidad son capaces de responder no solo a los tiempos que vivimos, también a los desafíos que estos plantean. Por ejemplo, recuerdo que una profesora de la asignatura «Arte desde 1945 hasta la actualidad», para explicarnos la irrupción del arte abstracto y conceptual tras la Segunda Guerra Mundial, hizo referencia al impacto psicológico que las imágenes del horror tuvieron en la sociedad occidental. Lo abstracto y lo conceptual, en este marco, fueron una respuesta tan lógica como emocional a la política de hacinamiento, desmembramiento y desfiguración, como si las artistas dijeran «si los cuerpos se disuelven, nosotras haremos lo propio también». Por aquel entonces, el neoliberalismo como marco de pensamiento, producción y organización no estaba todavía tan avanzado como lo está ahora. Quizás por eso artistas, críticas de arte y agentes culturales de todo tipo entendieron que *también* era su responsabilidad hablar del horror, que también el horror era una realidad de la que debiera

¹¹ Gema Hospido, «Sara Torres: La memoria está en la carne», *Glamour*, 13 de febrero de 2026.

hacerse cargo la cultura. Entonces movilizaron muchos de sus esfuerzos por hacer del arte un terreno digno en el que librar la batalla cultural y desde el que recomponer una psique colectiva que estaba rota, fragmentada.

Fragmento 9: ambivalencia

La escritora Arundhati Roy, en un comunicado publicado recientemente sobre su decisión de retirarse de la Berlinale este año, justificaba la acción diciendo: «Escucharlos decir que el arte no debería ser político es asombroso. Es una forma de silenciar una conversación sobre un crimen contra la humanidad, incluso mientras se desarrolla ante nosotros en tiempo real, cuando artistas, escritores y cineastas deberían estar haciendo todo lo posible por detenerlo».¹² Este posicionamiento ha adquirido, por suerte, cada vez más notoriedad en entornos culturales vinculados al cine, pero sigue contrastando con posturas como la mantenida por Michelle Yeoh tras recibir el Oso de Oro del festival. Cuando una reportera le pregunta por su opinión respecto a la política migratoria de su país de residencia, Estados Unidos, y las prácticas inhumanas que en su territorio se llevan a cabo con tal fin, Yeoh responde: «No creo estar en la posición de hablar de la situación política de Estados Unidos, y tampoco puedo afirmar que entienda cómo es. Así que es mejor no hablar de algo que desconoces. Mejor centrarse en lo que es importante para nosotras, que es el cine».¹³ Descontextualizada, esta intervención puede servirnos para apreciar la modestia de reconocer que hablar desde del desconocimiento puede ser contraproducente, pero este análisis es insuficiente. Las preguntas que deberíamos hacernos

¹² Javier Zurro, «La escritora Arundhati Roy cancela su presencia en la Berlinale tras la negativa del jurado a condenar el genocidio en Gaza», *elDiario.es*, 13 de febrero de 2026.

¹³ Ellise Shafer, «Michelle Yeoh Avoids Questions About U.S Politics in Berlin and Shifts Focus to Cinema: Best Not To Talk About Something I Don't Know», *Variety*, 13 de febrero de 2026.

quizás sean: ¿cómo es posible, en un mundo hiperconectado, que las personas no entiendan lo que está pasando? ¿Cómo es posible no tener una opinión sobre la violación reiterada de los derechos humanos tanto en el Norte como en el Sur Global? Quizás la cuestión aquí no sea la falta de conocimiento o de información, sino la falta de interés. ¿Estamos seguras de que esta postura merece la pena? ¿Estamos dispuestas a pagar el precio ético de situar la cultura por encima de la vida?



Mohammed Zaanoun, "Hospital Al-Shifa" (serie sobre el conflicto en Gaza), 2023.

La tibieza de estos posicionamientos apunta a un espejismo, el de la cultura como esfera autónoma y separada de la realidad, y es interesante trazar una línea entre el formalismo como análisis descontextualizado aunque legitimado, el positivismo como análisis autorizado de una parte aislada del todo y este tipo de posturas personales que, al pretenderse despolitizadas, se demuestran profundamente políticas. Como el formalismo o el positivismo, la tibieza es una opción no solo personal o profesional, también ética y moral. La cultura, al apelar a lo simbólico, se comunica con las estructuras de poder que sostienen esa esfera de realidad, ya sea legitimándolas o interpeándolas. No hay postura neutra, no hay retaguardia protegida. «El frente de batalla está en todas partes». La pregunta es: ¿estamos a la altura de las circunstancias que nos

ha tocado vivir, o nos creemos por encima de ellas? Si los regímenes absolutistas y totalitaristas se han valido ampliamente del arte y la cultura para legitimarse en el poder, ¿qué nos hace pensar que la cultura ha perdido su potencial como arma política? El músico Leo Kalyan, en su cuenta de Instagram, compartía hace escasas semanas un vídeo en el que decía: «“Mantente neutral” es lo que la gente dice cuando la verdad está a punto de costarles la comodidad. Nina Simone lo dijo claramente: “El deber del artista es reflejar los tiempos”. Y así lo hizo». Arundhati Roy y Michelle Yeoh son, en el marco de la Berli-nale, la personificación de las dos únicas posturas posibles en un presente devastador en el que la inacción, cada día, cuesta vidas, derechos y bienestar.

Fragmento 10: resistencia

Como Nina Simone, Paul Robeson, Audre Lorde o Arundhati Roy, muchas han sido las artistas que, desde diferentes ámbitos, han puesto su trabajo al servicio de la sociedad al entender que la cultura es un espacio tan digno y poderoso como cualquier otro desde el que luchar por la vida. Si el arte es, ante todo, una conversación, ¿cuáles son las que estamos dispuestas a iniciar y cuáles las que estamos dispuestas a silenciar?

En uno de los momentos más álgidos del arte conceptual, los años setenta del siglo pasado, un artista alemán decidió llevar a cabo su primera *performance* en suelo estadounidense. Como oposición al sistema de poder que simbolizaba dicha nación, su primer cometido fue no poner en ningún momento sus pies en ella. Para tal fin se valió del material más habitual en su obra, el fieltro, y durante tres días permaneció envuelto de pies a cabeza en él. Joseph Beuys, en la parte central de la *performance*, se desplazó en ambulancia a una habitación en la que conviviría las siguientes setenta y dos horas junto a un coyote con el que habló, jugó y al que dejó despedazar partes del fieltro que lo cubría. A esta obra efímera la llamó *I Like America and*

America Likes Me. Menos de una década después, en 1982, una joven Mona Hatoum colocó una estructura rectangular de plástico en medio de una galería, se introdujo dentro y trató de no perder el equilibrio mientras un cubo con agua iba humedeciendo la arcilla a sus pies. En ambas *performances*, el público observaba lo que ocurría sin poder intervenir. En el caso de Hatoum, mientras su cuerpo se levantaba, se escurría, se caía y se volvía a levantar, por la megafonía de la sala sonaban canciones revolucionarias en árabe, francés e inglés intercaladas con noticias e informes sobre la situación política en Palestina. El uso de estímulos sonoros es un recurso habitual en su trayectoria: un año después envolvió su cuerpo en plástico, lo amordazó y ensangrentó, lo situó encima de una mesa en un cuarto lóbrego iluminado solo de manera cenital por una bombilla y, mientras yacía inmóvil, en la sala podían oírse intervenciones radiofónicas que hablaban de la invasión israelí del Líbano junto con discursos sobre la paz pronunciados por líderes occidentales. En 2023, una fotografía tomada por Hamza W. Dahdooh en Gaza reproduce visualmente aquello a lo que Hatoum se estaba oponiendo como artista libanesa de ascendencia palestina tanto en *Under Siege*, su *performance* de 1982, como en *The Negotiating Table* de 1983. Veinte años después, en 2003, la artista Doris Salcedo participaba en la 8.ª Bienal de Estambul ocupando el solar vacío existente entre dos edificios con 1550 sillas de madera, apiladas unas sobre otras en el hueco hasta alcanzar la práctica totalidad del espacio disponible. Valiéndose de binomios tales como presencia-ausencia o memoria-olvido, el acercamiento conceptual de Doris Salcedo al arte contemporáneo se basa en una poética del recuerdo cuyas protagonistas son siempre aquellas olvidadas por el Estado y su necropolítica. De esta forma, diferentes artistas en distintos puntos del planeta, provenientes a su vez de contextos muy diversos, confluyen a la hora de abrir un espacio de escucha y contestación en sus prácticas profesionales, situando la cultura como un terreno fértil para el posicionamiento político y el cambio social.



Mona Hatoum, "The Negotiating Table
(La mesa de negociación)", 1983.

Fragmento 11: conclusiones

A modo de membrete, la información presentada en las páginas anteriores puede orientarse hacia tres escenarios posibles: uno positivo, uno neutral y otro negativo. Atendiendo a las ideas expuestas, es lógico presuponer que las conclusiones no se basan en un horizonte de objetividad, sino en uno *situado* conforme a los usos y desusos que del contexto pueden hacerse en la divulgación y crítica de arte en espacios digitales.

Siguiendo esta línea, un horizonte optimista supondría un mayor nivel de implicación por parte de artistas, agentes culturales y trabajadoras de la cultura para entender el mundo, las dinámicas que lo rigen, las violencias que se generan en él y cuál es nuestra responsabilidad en todo ello, atendiendo a los diversos campos de acción que tenemos a mano. Sea en nuestro día a día, en redes sociales, en espacios asamblearios, en nuestro puesto de trabajo o en las iniciativas que sacamos adelante, optar por no separar la vida de la cultura implica una revisión profunda y compleja de nuestros sesgos formativos, ideológicos y políticos, y los silencios y vacíos que desde ahí se generan. Al mismo tiempo, una mayor implicación por la vida conlleva una mayor implicación en la bondad como eje desde el que ser y desde el que trabajar. Si descontextualizar deshumaniza, entonces atender a la complejidad de aquello que nos rodea debe pasar, necesariamente, por un regreso a nuestra

humanidad y la humanidad de otras. En un contexto de explotación de las emociones, sobre todo de las más negativas, conocer nuestros disparadores y reivindicar la pausa antes de la acción contraviene el principio básico de la rueda en la que todas estamos metidas: cuanto más cansadas, menos reflexionamos; cuanto menos reflexionamos, más sobrereaccionamos y más fácilmente manipulables nos volvemos. La tarea del pensamiento es lenta, colectiva y no atiende a exigencias algorítmicas. Reivindicar el pensamiento es, por tanto, reivindicar también el tiempo necesario para pensar.

Un horizonte neutro, en este caso, respondería al análisis de cómo los sistemas de poder suelen encontrar la forma de adaptarse a los tiempos con el fin de sobrevivir a ellos. Si separamos la cultura de la vida, podemos convencernos de que la primera puede sobrevivir al margen de la segunda, pero como profesionales debemos ya saber que este espejismo no está exento de fricciones ni de obstáculos. Dentro de este esquema, lo más cercano a la neutralidad es el compromiso estético o performático. Esta tendencia la vemos en lugares de trabajo y espacios institucionales en los que se intervienen las propuestas sin cambiar la estructura: exposiciones temporales dedicadas a mujeres, líneas de trabajo que investigan la colonialidad, actividades temáticas durante el mes del Orgullo... Pero la hegemonía sigue impoluta, ya sea en los organigramas de estos espacios o en los discursos que rodean estos cambios. Tímidos, sutiles, poco arriesgados. Forzar un pequeño cambio para proteger la estructura y forzar un pequeño cambio para transformar la estructura son las dos derivas que puede tomar esta tendencia. Solo el tiempo dirá si el compromiso es algo que se adopta por presión o por convicción.

Un horizonte optimista supondría un mayor nivel de implicación por parte de artistas, agentes culturales y trabajadoras de la cultura para entender el mundo y las dinámicas que lo rigen.

Por último, un horizonte negativo supondría la pérdida de lo que desde los movimientos sociales se ha conseguido en las últimas décadas. Las pequeñas cotas de representación y revisión volverían a descender, la cultura daría la espalda definitivamente a la vida y con ello contribuiríamos a formar una burbuja de despreocupación que, tarde o temprano, explotaría sobre nosotros. ChatGPT no puede mejorar nuestro salario, frenar la especulación sobre la vivienda ni evitar que invirtamos grandes cantidades de tiempo en desplazarnos a nuestro trabajo, pero sí puede engrosar los bolsillos de oligarcas tecnológicos dispuestos a vender nuestro bienestar y nuestros datos, degradar el entorno como consecuencia de la construcción de más y más centros para su gestión y refrigeración, desperdiciar millones de litros de agua potable a la semana y financiar tanto el ascenso del fascismo como el rearme de los ejércitos de ocupación. Todo aquello que impacta la calidad de vida de los seres humanos es también sujeto cultural, de manera que el peor escenario posible es aquel en el que seguimos obviando que nuestra capacidad de agencia existe y nos negamos a orientarla en contra de aquello que nos vuelve más individualistas, más competitivas, más cínicas y también más desapegadas.

Por lo tanto yo, como otras muchas feministas, quiero luchar por una doctrina y una práctica de la objetividad que favorezca la contestación, la deconstrucción, la construcción apasionada, las conexiones entrelazadas, y que trate de transformar los sistemas de conocimiento y las maneras de mirar.¹⁴

¹⁴ Donna Haraway, *op. cit.*, p. 15.

Bibliografía

Bishop, Claire, *Atención trastornada: Formas de ver arte y performance hoy*, Caja Negra, 2025.

Chow, Andrew, «ChatGPT May Be Eroding Critical Thinking Skills, According to a New MIT Study», *Time*, 23 de junio de 2025.

Díaz, Javier, «El gasto energético de la IA: Cada imagen generada con ChatGPT consume entre dos y cinco litros de agua», Cadena SER, 5 de abril de 2025.

Fisher, Mark, *Realismo capitalista: ¿No hay alternativa?*, Caja Negra, 2016.

Han, Byung-Chul, *La sociedad del cansancio*, Herder, 2024.

Haraway, Donna, «Conocimientos situados: La cuestión científica en el feminismo y el privilegio de la perspectiva parcial», en *Ciencia, cyborgs y mujeres. La creación de la naturaleza*, Cátedra, 1995.

— *Testigo modesto. Segundo milenio*, University of California, 2004.

Hernando, Almudena, *La fantasía de la individualidad: Sobre la construcción sociohistórica del sujeto moderno*, Traficantes de Sueños, 2012.

Hospido, Gema, «Sara Torres: La memoria está en la carne», *Glamour*, 13 de febrero de 2026.

Lorde, Audre, *Hermana otra*, Horas y Horas, 2022.

Martínez, Layla, *Utopía no es una isla: Catálogo de mundos posibles*, Episkaia, 2020.

Parra, Sergio, «La sed de ChatGPT: la IA consume una cantidad de agua alarmante», *National Geographic España*, 1 de abril de 2025.

Ramírez, Noelia, *Nadie me esperaba aquí: Apuntes sobre desclasamiento*, Debate, 2025.

Sadin, Éric, *La era del individuo tirano. El fin de un mundo común*, Caja Negra, 2022.

— *La inteligencia artificial o el desafío del siglo. Anatomía de un antihumanismo radical*, 2020.

Shafer, Ellise, «Michelle Yeoh Avoids Questions About U.S Politics in Berlin and Shifts Focus to Cinema: Best Not To Talks About Something I Don't Know», *Variety*, 13 de febrero de 2026.

Soto Solier, Pilar Manuela, *Metáforas de flujos lumínicos: La ciudad-instalación como escenario y laboratorio de arte y la cultura contemporánea*, Universidad de Granada, 2011.

VV. AA., *Panáfrica. Arte e imaginarios políticos para la construcción de un planeta negro*, Museu d'Art Contemporani de Barcelona, 2025.

Zurro, Javier, «La escritora Arundhati Roy cancela su presencia en la Berlinale tras la negativa del jurado a condenar el genocidio en Gaza», *elDiario.es*, 13 de febrero de 2026.

TRANSMEDIALIZACIÓN E HIBRIDACIÓN DE FICCIÓN Y NO FICCIÓN: HACIA UNA RESISTENCIA ANTE EL AUGE DE LA POSVERDAD

DOMINGO SÁNCHEZ-MESA MARTÍNEZ
(UGR, IP DEL PROYECTO I+D *FicTRANS*)

Domingo Sánchez-Mesa Martínez es catedrático de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada en la UGR. Entre sus líneas de investigación están el comparatismo interartístico y los estudios de la intermedialidad/transmedialidad (con foco en la adaptación); los estudios de la cibercultura y los nuevos medios y la imagología de la inmigración (Premio Medialab UGR a la Comunicación e Innovación en Medios Digitales 2023). Ha publicado libros y artículos sobre poesía española contemporánea, la narrativa de Francisco Ayala, Claudio Magris y Enrique Vila-Matas, y sobre cineastas como David Lean, Pedro Almodóvar, Olivier Assayas o Helena Wittmann. Ha dirigido quince tesis doctorales y sido profesor visitante en UMass Amherst / Smith College (2016) y Barnard College / Columbia University (2016 y 2025).

«El propio concepto de verdad objetiva está desapareciendo del mundo. Las mentiras pasarán a la historia» (George Orwell)

1. Contexto e hipótesis

Arrancamos proponiendo la imagen o metáfora de la OSCILACIÓN en dos sentidos: 1.º) para visualizar nuestra relación con el cambio acelerado en el ecosistema mediático y tecnológico a la altura de 2026; 2.º) para intentar comprender lo que vamos a llamar *la crisis de la realidad*, vinculada a las cuatro dimensiones objeto de este informe: la hibridación mediática, la narrativa transmedia, la ficción y la (pos)verdad. Así, la célebre y algo gastada oposición de Umberto Eco entre *apocalípticos e integrados* ya parece menos operativa. En efecto, no nos queda más remedio que oscilar entre esos dos polos y, por momentos, ser apocalípticos y en otros reconocernos como integrados en relación al modo de comunicación digital (MCD), no permaneciendo de forma estable en ninguno de los dos extremos.

La consolidación masiva de las tecnologías de la información y de la comunicación fue celebrada en el último cambio de siglo como una oportunidad histórica para el acceso generalizado de nuestras sociedades modernas a la información y el conocimiento: la utopía de una ciudadanía informada y racional. Hoy muchas de aquellas promesas parecen quiméricas con el aumento de la desinformación a través de las redes sociales y la pauperización del lenguaje en la comunicación política, a lo que se suma la actual crisis de confianza en la veracidad de la información que recibimos, incluidas las representaciones basadas en la imagen, el sonido o los medios audiovisuales, más aún tras la irrupción generalizada de la IA(Gen). A pesar de que el fenómeno de la relación difusa entre la realidad y la ficción no es algo nuevo, cabe preguntarse de forma legítima si nos encontramos ante un cambio real de paradigma en este sentido.

A partir de una perspectiva crítico-cultural,¹ proponemos revisar el concepto de *posverdad*, así como las estrategias retóricas y discursivas que operan en los límites entre los géneros ficcionales y los no ficcionales, tratando de explicar o subvertir las percepciones dominantes sobre dichos límites en el contexto actual. Se trata de plantear los riesgos y las oportunidades que emergen de la *borradura* creciente de las fronteras entre ficción y no ficción, en su interrelación tanto con el supuesto régimen de la posverdad como con las narrativas transmediales (mundos narrativos expandidos en distintos medios con fuerte participación de las audiencias) y la hibridación mediática. Partimos para ello de cuatro hipótesis: 1.ª) el auge de la llamada posverdad en la cultura contemporánea reciente puede ser combatido con una exploración y análisis de prácticas transmediales que, moviéndose en las fronteras entre la ficción y los discursos factuales, bien resultan aliadas de aquellas dinámicas de poder indiferentes a los hechos y a la posibilidad de dar cuenta de ellos con veracidad, bien se erigen en reveladoras y críticas de dichas dinámicas, planteando una resistencia a ese régimen comunicativo. 2.ª) Lo que estaría en juego en este contexto de crisis de la verdad o de la realidad no sería tanto, o solo, estas mismas, sino el concepto y las prácticas de la ficción. La ficción, con todas sus manifestaciones y géneros, no puede ni debe identificarse con el reino de lo falso o irreal; la ficción no es ni más ni menos que «la manera en que se articula discursivamente lo real, de lo público a lo íntimo» (Carrera, 2025: 125). 3.ª) El modo de comunicación digital (MCD), escenario de la transmedialidad como forma de diseño y producción distribuida de prácticas culturales (la *estética transmedia*, Alberich y Gómez, 2017; Ruiz Martínez, 2022) habría confirmado el dominio de una idea de la *transparencia comunicativa* (con el *smartphone* en el centro de esta convergencia) instrumentalizada por el poder corporativo

¹ Presentamos algunas de las conclusiones provisionales del proyecto I+D *FicTrans*, PID2021-124434NB-I00, financiado por MCIN/AEI y por Feder. <https://nar-trans.com/>

tecnocapitalista. Ello habría provocado una implosión del sistema mediático de masas, complicando las posibilidades de una agencia política racional a medida que se desvanece la esfera pública. 4.^a) Es urgente el diseño de estrategias destinadas a la educación (trans)mediática y el entrenamiento en los límites entre ficción y no ficción para confrontar los riesgos asociados a esta crisis, aspectos y objetivos en los que profundiza *FicTrans*,² en la senda de proyectos como *Transmedia Literacy* (2015-2018; Scolari et al., 2018).³

Son muchas las noticias difundidas por los medios informativos en los últimos años que se revelan sintomáticas de nuestras hipótesis. Seleccionamos cuatro: 1) el ministro de Cultura británico pide a Netflix que advierta a la audiencia antes de cada capítulo que *The Crown* es una serie de ficción, dado que «una generación de espectadores que no vivió esos acontecimientos puede confundir la ficción con la realidad»; 2) un mes después de la celebración de las elecciones presidenciales de 2020 en los Estados Unidos, un 50 % del electorado que votó al partido republicano (casi veinte millones) piensa que el vencedor fue Donald Trump y que las elecciones fueron amañadas; 3) a pesar de las evidencias científicas acumuladas durante dos años de pandemia del SARS-CoV-2, uno de cada cinco europeos en edad de vacunarse no lo hizo; 4) según una encuesta del CIS de octubre de 2025, un 20 % de los jóvenes españoles entre 18-24 años creen que los años de la dictadura franquista

fueron buenos o muy buenos y un 25 % que, en determinadas circunstancias, un régimen autoritario puede ser preferible a uno democrático.



Asalto al Capitolio, 6 de enero de 2021.

Estas noticias y datos son síntomas de una crisis extraordinariamente compleja sobre la comprensión y experiencia de lo que se considera «real» o «verdadero» en la comunicación mediática contemporánea. La distinción entre lo factual y lo ficcional parece amenazada con disolverse en un *continuum* indiferenciado de discursos y mensajes donde las fronteras entre los hechos y lo narrado o imaginado sobre ellos estarían cada vez más difuminadas, más aún cuando el volumen de relatos y ficciones que pueblan el mercado cultural y del entretenimiento contemporáneo resulta inconmensurable (de las redes sociales y plataformas de comunicación digital a las series de televisión, novelas, videojuegos, películas, cómics, etc.).

Por otro lado, si nos aproximamos a los posibles efectos de la popularización de las formas de transmedialización que han proliferado en las últimas dos décadas observamos que, por un lado, los «efectos de realidad» y, por otro, el potencial crítico de la intensa movilidad de temas, mundos de ficción y personajes desplegados por

² Aparte de diversas publicaciones orientadas a la formación práctico-profesional en nuevos medios (Jódar y De la Torre, 2023), destacamos nuestro MOOC sobre alfabetización mediática transmedia (Ceprud/UGR). <https://masteres.ugr.es/newmedia-periodismo-multimedia/informacion/noticias/mooc-alfabetizacion-mediatica-narrativas-trans-media-2a-ed>

³ *Transmedia Literacy. Exploiting transmedia skills and informal learning strategies to improve formal education*, Transliteracy – 645238 / Horizon 2020 – Research and Innovation Actions. <https://trans-medialiteracy.org/>

las narrativas transmediales en las culturas del info-entretenimiento actuales son realidades ambivalentes en términos éticos y políticos, dado el nivel creciente de «inmersión» y «engagement» de las audiencias, así como de hibridación del «mundo real» y los «mundos imaginados». Para comprender esas realidades debemos focalizar nuestra mirada en el problema de la MEDIACIÓN. Un *medio* no es tanto o solo un «canal» o «soporte tecnológico» a través del cual se produce el MCD, sino un conjunto de prácticas sociales que configura una cultura (Baetens *et al.*, 2020).

Las posturas más incisivas de la teoría crítica del MCD advierten de los riesgos del imperio del «efecto de transparencia» provocados en el imaginario digital consolidado en la pandemia de la COVID-19, y que culmina un proceso largo en el que la horizontalidad y las promesas de empoderamiento de las primeras décadas de internet dieron paso a la solidificación de una madeja de discursos que habrían acabado confundiendo la realidad con la realidad del medio, y la esfera de los hechos con la lógica mediática que representa esos hechos (Carrera, 2025). La denuncia permanente de las *fake news* o del régimen de la posverdad misma corre el riesgo paradójico de validar la misma lógica dominante en base a una dicotomía verdad/mentira que negaría la condición construida que los relatos proyectan sobre lo «no falso». La crisis de la noción moderna de «espectáculo» (Debord, 1967) deriva de la pérdida de la distancia necesaria para que los espectadores perciban la mediación, dificultando la posibilidad de una agencia política eficaz dentro del *reboot* digital de la sociedad de masas en su hibridación con la *galaxia internet* (Castells, 2001). El *metamedio* digital y su evolución (conflictiva) entre la Web 2.0 y la Web 3.0 se hizo impermeable a la crítica a medida que se perfeccionaba ese efecto de transparencia mencionado.

La pérdida de distancia, física y simbólica, con los relatos (de los *mass media* a internet) ponen en riesgo la estética de *la negatividad* a base del mantra de la centralidad de «los hechos

reales», la «espontaneidad» o la vida «en tiempo real». La hipercodificación de los vídeos de IG o TikTok es en realidad lo contrario de la espontaneidad; la cuestión no es quién o qué se sube a esas redes, sino «qué reglas o canon se han adoptado en la forma de subir esos contenidos y decidir qué se puede y qué no se puede subir», ¿realmente se actúa con plena libertad? (Carrera, 2025: 31-32).

2. Riesgos y oportunidades de la experimentación transmedia en las fronteras entre la ficción y la no ficción

Jugar con las expectativas y la percepción de la realidad de espectadores, lectores y audiencias respecto al objeto de las representaciones estéticas o culturales es consustancial a las prácticas de la ficción a lo largo de la historia : «[...] una novela puede ser construida como un tapiz que se dispara en muchas direcciones: material ficcional, documental, autobiográfico, ensayístico, histórico, epistolar, libresco...» (Vila-Matas, 2011: 130) . Sin embargo, en el horizonte actual, donde nuestro imaginario global dominante está marcado por el MCD, las reglas del juego están cambiando. El espacio ideológico y experiencial dominante en este entorno está registrando un desplazamiento de las nociones tanto de *ficción* como de *realidad* en tanto hechos, con consecuencias evidentes sobre la idea de la verdad que, a su vez, aceleran las dinámicas no solo de polarización ideológica, sino de extremismo político.

En efecto, el pacto de credibilidad que opera al entrar en un mundo transmedial (*storyworld*), ya sea de ficción o no ficción, tiene unas particularidades. Primero, porque estas narrativas dependen de y expanden la participación activa de las audiencias (Pratten, 2015) y por tanto provocan un nivel de implicación cuantitativa y cualitativamente distinto a otras fases tradicionales de la historia de la ficción. Segundo, porque el poder de ese «efecto de transparencia» analizado

puede operar una «instrumentalización» más intensa de las audiencias, tanto en términos extractivos de capital (datos e información compartidos) como de anestesia de la capacidad de recepción crítica. Además, junto al hecho de que existe un gusto creciente del público por la mezcla entre lo ficcional y lo factual, algo perceptible en el *boom* de la integración de técnicas documentales en las series de televisión de ficción (Higueras y Pérez Ruffí, 2024), se constata también que la distinta actitud de audiencias que sí distinguen la oposición ficcional/no ficcional respecto a los que son más indiferentes (nativos de la cultura digital) determina un contexto de interpretación más complejo (Mínguez, 2013: 11).

3. ¿De qué hablamos cuando hablamos de «hibridación» en el contexto mediático y comunicativo de este primer cuarto del siglo XXI?

La cuestión nos retrotrae a las definiciones sobre los *nuevos medios* del teórico de la estética digital Lev Manovich. En su influyente libro *The language of new media* (2001), exploraba un espacio emergente que, con el impacto del ordenador personal como máquina disparadora del cambio, trató de delimitar a través de la «convergencia de dos recorridos históricamente separados, como son la tecnología informática y la mediática» (Manovich, 2001: 4). Los principios de la estética de estos nuevos medios son: 1) la *representación numérica*: todo objeto de los nuevos medios es programable, convertible en datos continuos y cuantificable a través de la digitalización; 2) la *modularidad*, debida al carácter fractal y discreto de sus elementos y cuya agregación digital mantiene su entidad independiente, facilitando su edición continua; 3) la *automatización*: lo anterior permite la creación, manipulación y acceso a los objetos de los nuevos medios sin intervención humana. La aceleración de este principio es la fase actual de *explosión* de la IA generativa; 4) la *variabilidad*: los objetos de los nuevos medios son infinitamente «adaptables»

a las necesidades o los gustos de los sujetos, al cambio social y mediático de la sociedad postindustrial; 5) la *transcodificación cultural*: la consecuencia más importante de la informatización de los medios, relacionada con el impacto de «la capa informática» sobre «la capa cultural». A fin de cuentas, hablamos de la consolidación de lo que venimos llamando *cultura cibernética* o *cibercultura* (Sánchez-Mesa, 1999; Sánchez-Mesa y Rosendo, 2024), una de las formas culturales arquitectónicas de la *hibridación*, un concepto que Manovich desarrollará en su segundo libro de referencia, *Software Takes Command* (2013). «El software —afirma— se ha convertido en nuestra interfaz con el mundo, con los demás, con nuestra memoria y nuestra imaginación: un lenguaje universal que el mundo emplea para hablar y un motor universal que propulsa el mundo» (Manovich, 2013: 9). Los tres conceptos con los que Manovich explica la evolución de este proceso son la *hibridación*, la *evolución* y la *remezcla profunda*. Aunque los tres se encuentran lógicamente vinculados, nosotros nos centraremos en el primero.

Podemos entender la hibridación en el sentido de la teoría evolutiva de las ciencias biológicas, a partir de las múltiples posibilidades de combinación entre medios a lo largo y gracias a su proceso de *softwerización*. Alguno de los primeros ejemplos es la app de Google Earth, combinación de técnicas de cartografía clásica con conceptos del campo de los sistemas de información geográfica (SIG), gráficos y animaciones por ordenador en 3D, software social y utilidades de búsqueda, o bien un programa como After Effects (Adobe, 1993), donde ya esa hibridación daría paso a una *remezclabilidad profunda* (animación, dibujo, fotografía de tipografía, gráficos 3D, vídeo, etc.). Manovich aplicaba esta noción de hibridación a medios y software bastante heterogéneos de comienzos de los 2000 (Flicker, YouTube, Facebook, Twitter, MySpace, Safari, Google Maps, Vimeo, Blogger...), pero lo interesante es que podemos considerar su funcionalidad en híbridos y remezclas emergentes en la segunda y tercera décadas del siglo:

Spotify, GitHub, Instagram, los *data driven docs*⁴, Wattpad, Twitch, Discord, TikTok, iVoox, etc.

En cuanto a los medios audiovisuales, la hibridación, para Manovich, se encuentra en el videoarte o vídeos experimentales e independientes para exposiciones o YouTube, mientras que para el cine narrativo del modelo Hollywood esa mezcla de formas e imágenes empieza a proliferar en films como la trilogía *Matrix* (Wachowski, 1999-2003), *Sin City* (Robert Rodriguez, 2005), *300* y *Watchmen* (Zack Snyder, 2007 y 2009), *Avatar* (James Cameron, 2009), *Alice in Wonderland* (Tim Burton, 2010) o *Hugo* (Martin Scorsese, 2011). Estos films van más allá de la estética de «efectos especiales» de los años noventa en *Terminator 2* (1991) o *Titanic* (1997), con su integración de objetos visuales CGI en las imágenes de *live motion*, ya que aspiran a una integración total de esos dos (o más) tipos de imágenes a partir del rodaje en «plató digitales». Se trata, en suma, de un *nuevo estilo visual* que tiene su propia especificidad (Manovich, 2013: 290).



Efecto *bullet time* en *Matrix*, 1999.

Venimos hablando del MCD como si fuera un «todo» homogéneo, pero existen prácticas de resistencia en él, como el ciberactivismo o el

4 Un nuevo género emergente fruto de la hibridación de la narrativa interactiva de no ficción de los documentales web y la visualización de datos (López Lozano *et al.*, 2024).

hacktivismo (Julian Oliver⁵, Critical Art Ensemble⁶, Deep Lab⁷ o Addie Wagenknecht⁸), y otras que cuestionan la dialéctica de superación de los viejos medios (analógicos) por los nuevos. Es el caso de actitudes y agencias *posdigitales*, que señalan desde la reacción de los medios analógicos «apropiándose» de los nuevos medios (*repurposing*) a la experimentación intermedial con el medio del libro impreso (Danielewski y *La casa de las hojas*; Fernández Mallo y «Mutaciones», o incluso J. J. Abrahams con Doug Dort en *S*). A ello se suman las prácticas artísticas de poetas digitales como Rui Torres, quien define lo posdigital así: «Lo post-digital apunta a la manera en que las tecnologías digitales provocan diálogos que van más allá de la interactividad mediante la pantalla, dando lugar a formas de conjunción entre lo digital, lo cultural y lo biológico», en las cuales predominan la mediación y la hibridación (Torres, 2022: 47). Su pieza *Phakephone4a(n)droid*⁹, con sus distintas materializaciones mediáticas y físicas, es un manifiesto de esa reivindicación vanguardista de la mediación como distancia necesaria para la reflexión crítica en y desde la forma artística, sea esta generada por software (con su materialidad), como la palabra impresa, las imágenes en movimiento en una pantalla o los objetos inscritos.



Phakephone4a(n)droid, de Rui Torres.

5 <https://julianoliver.com/projects/>.

6 <http://critical-art.net/>.

7 <https://www.deeplab.net/>.

8 <https://placesiveneverbeen.com/>.

9 <https://telepoesis.net/en/poetry.html>.

4. *If it doesn't spread, is dead*¹⁰: transmedialidad y evolución del concepto y la práctica de las narrativas transmediales

Nuestro enfoque al abordar la transmedialidad es el de una renovada literatura comparada y de los estudios comparados de medios, objeto de estudio del centro que dirigía en el MIT Henry Jenkins cuando definió en 2003 la narrativa transmedial. Jenkins, experto en cultura popular, supo «cristalizar» las intuiciones que estaban en el aire poco después de 1999 y denominar *trans-media storytelling* (TS) a esta tendencia del flujo de contenidos, sobre todo entre las industrias del cine y los videojuegos, animando a los productores a coordinar la distribución de contenidos entre esos medios, incluido el *merchandising*, para consolidar ese nuevo tipo de experiencia transmedial. En su libro *Convergence Culture* (2006), y ya con la trilogía *The Matrix* como caso referencial, formuló una definición más precisa, donde la participación de la audiencia se convertía en un rasgo diferencial de esta producción distribuida de obras: «El *transmedia storytelling* es el arte de la creación de mundos. Para experimentar por completo cualquier mundo ficcional, los consumidores deben asumir el rol de cazadores y recolectores, cazando pedazos del relato a través de los canales de medios, comparando notas entre ellos a través de grupos de discusión online, y colaborando para asegurarse de que cualquiera que invierta tiempo y esfuerzo volverá con una experiencia de entretenimiento más rica» (Jenkins, 2006: 21). Algo más adelante precisaría la definición hoy más canónica: «La narración transmediática representa un proceso en el que los elementos integrales de una obra de ficción se esparcen sistemáticamente a través de muchos canales de distribución con el propósito de crear una experiencia de entretenimiento unificada y coordinada. Lo ideal es que cada medio

proporcione su propia contribución original al desarrollo de la historia» (Jenkins, 2007).

Es cierto que podemos pensar que la transmedialidad no es radicalmente nueva, pues es evidente que a lo largo de la historia de las artes determinados temas (el viaje, el amor, la muerte), personajes (Don Quijote, Madame Bovary, Alicia, Sherlock Holmes), mitos (el Diluvio Universal, Medea, Orfeo y Eurídice, Drácula, Frankenstein) o historias basadas en hechos reales (la conquista del Oeste, el Holocausto, el desembarco de Normandía, la Guerra Civil española) han reaparecido en distintas versiones o han sido adaptados a diferentes artes o medios.¹¹ No olvidamos precedentes de mediados y finales del xx en los que va emergiendo este modo narrativo, como pueden ser mundos como el de *Dr. Who* (BBC) o el mismo *Star Wars* (Lucas Films), con su proliferación y expansión de medios (novelas, cómics, *fan art*, series de animación, atracciones en parques, videojuegos, etc.) y el crecimiento exponencial de sus comunidades de fans. La evolución política de este *mundo transmedia* puede entenderse siguiendo los debates generados por las últimas entregas de la franquicia (ya bajo el sello de Disney, 2015-) en un contexto como el de los Estados Unidos de la primera presidencia de Trump (Hassler-Forest, 2019). Las imágenes de Carrie Fisher en la marcha feminista de enero de 2017, los personajes femeninos más centrales y fuertes (Rey/Daisy Ridley) o los tonos supremacistas blancos de los villanos de la Tercera Orden son signos de la intersección de la lógica cultural transmedia y la política que puede derivarse de ella.

Los rasgos diferenciales básicos del *transmedia storytelling* son: 1) el relato se encuentra distribuido y expandido en cada uno de los medios implicados, buscando siempre que cada medio aporte aquello para lo que está mejor dotado; 2) la participación de la audiencia, aunque en distinto grado, ya está lejos de la pasividad de

¹⁰ H. Jenkins, S. Ford y J. Green, J. (2013), *Spreadable Media. Creating Value and Meaning in a Networked Culture*, NYU Press.

¹¹ Este fue uno de nuestros «argumentos fuertes» al entrar en el debate sobre la transmedialidad.

los medios masivos (los usuarios o «prosumidores» comparten, comentan, recrean, actúan protagonizando una de las formas de la *convergencia*); 3) también es diferencial la relación de esta forma de transmedialidad con los medios digitales; sin el desarrollo de la Web 2.0, las redes sociales y los grandes cambios en el sistema mediático acaecidos en la primera década del siglo XXI no se comprende bien este fenómeno (Rosendo, 2022).

Focalizar en el centro del diseño a la audiencia, personalizando su experiencia y complaciendo su deseo de verse rodeada de sus mundos favoritos cotidianamente.

Nuestro foco está en la incidencia de la transmedialidad sobre los cambios en la percepción de los límites entre realidad y ficción, y para poder calibrar este posible impacto conviene recordar que el productor Robert Pratten afirmaba que la clave no está tanto en «qué» es el TS como «para qué», desplazando el énfasis hacia el polo receptor de los usuarios, al subrayar que el objetivo no era sino «llevar a la audiencia en un viaje emocional de uno a otro momento» (Pratten, 2015: 2) o, dicho de otro modo, focalizar en el centro del diseño a la audiencia, personalizando su experiencia y complaciendo su deseo de verse rodeada de sus mundos favoritos cotidianamente. Este acompañamiento a través de un «viaje emocional» enlazaría con una cualidad de estas narrativas: su capacidad para «penetrar» en el mundo real, cumpliendo uno de los siete principios del TS, según el mismo Jenkins: el descrito con el par de conceptos *inmersión vs. extraibilidad*¹² (Jenkins, 2009). Mientras que las narrativas transmediales, en teoría, pueden potenciar la capacidad inmersiva que tienen las ficciones *per se* o el compromiso (*engagement*) con los relatos no ficcionales, también funcionan en un vector contrario, permitiendo al seguidor de ese universo poseer

y proyectar fuera de ese mundo imaginario o representado objetos «reales» (figuras, objetos, juguetes) que prolongan esa experiencia dentro del mundo físico de dicho sujeto, confirmando de algún modo la «existencia» de ese mundo narrativo. El poder *performativo* de estas narrativas se ha demostrado en el caso del *webdoc* o documental interactivo transmedia, uno de los híbridos que, en su orientación activista (*Quipu Project*, 2015; *La Primavera Rosa*, 2013-2018), es capaz de movilizar socialmente a su audiencia en esa oscilación entre inmersión y extraibilidad (Torre Espinosa, 2019).

También podemos expandir ese principio de extraibilidad a objetos y realidades digitales que los usuarios de los mundos transmedia atesoran y disfrutan (Rosendo, 2024), principalmente a través del *smartphone* entre ellos; por ejemplo, la interacción con sus personajes favoritos a través de los perfiles en redes sociales de series como *Skam* o en experiencias como los ARG del lanzamiento del álbum musical *Year Zero* (Nine Inch Nails, 2013), o como las que expanden el videojuego *Stalker: Shadow of Chernobyl* (GSC, 2007) con festivales celebrados en Kiev donde los jugadores podían conocer a auténticos *stalkers* de la zona de exclusión.

La creación transmedial tiene también una cara independiente, de bajo presupuesto, al margen de la gran industria del entretenimiento. Dentro de los laboratorios desarrollados en nuestros proyectos de investigación podemos citar dos casos: uno como expansión de un espectáculo teatral, la versión de *Comedia sin título*, de Sara Molina (2020), sobre el texto de García Lorca. El montaje fue expandido a través de las redes de Instagram y Twitter, proporcionando a la audiencia toda una serie de documentos y vídeos sobre el trabajo de preparación del espectáculo, siempre en contrapunto con aquel mismo y el propio texto de Lorca, a modo de «muro» intermedial en IG (Sánchez Montes, 2022). El otro está más relacionado con el activismo transmedia y forma parte de los productos del Proyecto Erasmus+

¹² https://henryjenkins.org/blog/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html?rq=principles_of_transmedia_storytelling

Migrimage (2020-2022)¹³. Se trata del docugame *Escape Europe*, un juego programado en Unity que simula las vicisitudes de unos personajes inmigrantes en distintas situaciones de paso de fronteras y superación de obstáculos para obtener acceso a la UE, incluida la experiencia, documentada en vídeo y entrevistas a lo largo del proyecto, en el campo de internamiento de refugiados de Kara Tepé en la isla de Lesbos. El videojuego forma parte de un concepto activista y participativo del webdoc del proyecto.



Muro de IG de *Comedia sin título*, de Sara Molina (2020) y docugame *Escape Europe* (proyecto Migrimage).

5. Tercer acto: ¡salvad a la ficción!

En todo el contexto hasta aquí descrito, la noción de verdad va cambiando y con ella la relación entre verdad y ficción. En buena medida, el siglo XXI comenzó haciendo buena la predicción implícita en el concepto de «simulacro» de Jean Baudrillard (1977), es decir, la idea de que la cultura empezaba a poblarse de imágenes cuyo referente ya no era la realidad, sino otras imágenes. En efecto, las Torres Gemelas caían tras el salvaje atentado del WTC del 11 de septiembre de 2001 y algo en el fondo de nuestra mirada nos decía que «ya habíamos visto eso antes».¹⁴

¹³ https://intlprojects2.ugr.es/migrimage_web/.

¹⁴ En las películas *Super Mario Bros* (1993), *Armageddon* (1998) o *Independence Day* (1993), así como el videojuego *Deus Ex* (2000). En el episodio piloto de la serie *The Lone Gunmen*, *spin-off* de *X-Files* estrenado el 4 de marzo de 2001, se secuestra un avión con la intención de estrellarlo con las Torres Gemelas, fruto de una conspiración de una facción del Gobierno para provocar mayor

Pero vayamos paso a paso. El término *ficción* viene del latín *fictiō*, *fictiōnis*, derivado de *figō*, *figere* ('formar'). Según las dos acepciones del DRAE, la ficción es 1) «la acción o el efecto de fingir»; y 2) «una clase de obras literarias o cinematográficas, generalmente narrativas, que tratan de sucesos y personajes imaginarios». Más allá de esta definición, lo importante es constatar que la relación que guarda la ficción con la verdad, en cuanto *fingimiento* o *engaño*, descansa en un pacto determinado con el receptor, por medio del cual este sabe que lo que se cuenta o se presenta no es verdad, pero lo acepta por el placer de entrar en el juego de la mimesis, tan viejo como la poética clásica (Aristóteles). La no ficción, por su parte, entendida como *factualidad*, se define, por un lado, como aquello que no se finge, que no se está simulando y que, por tanto, se corresponde con la verdad de los hechos, y por otro, de forma paralela a la ficción, se trataría de un tipo de obra creativa de carácter narrativo, pero cuyo relato lo es de sucesos y personajes reales; es decir, en una obra de no ficción podríamos acudir a fuentes externas al relato mismo para comprobar la veracidad de lo que allí se está contando. Esto no quiere decir que lo subjetivo y determinados recursos retóricos de los discursos ficcionales no estén presentes en las obras que se reclaman no ficcionales, como sucede con la puesta en escena, las técnicas cinematográficas y el montaje en el caso del documental (Gifreu *et al.*, 2019), al que acompañan en el ámbito audiovisual el ensayo fílmico, el reportaje, el film científico, museístico o educativo (Gifreu *et al.*, 2016), mientras que la biografía, la crónica o el ensayo histórico serían representativos en el ámbito literario. En la no ficción también se da un pacto entre emisor y receptor acerca de la veracidad de los hechos narrados en esas obras. Las cosas, sin embargo, no funcionan de forma tan sencilla.

gasto en defensa, aunque el atentado se evita en el último momento. https://www.youtube.com/results?search_query=capitulo+de+Lone+Gunman+de+las+torre+gemelas

La verosimilitud es un concepto fundamental para comprender la relación entre la ficción, sus límites y la verdad. En su *Poética* (1451b), Aristóteles señalaba dicha cualidad de la imitación como creíble pero no necesariamente verdadera, frente a la de la historia. La verosimilitud tiene sus propias reglas que implican cierto grado de realismo con las condiciones materiales de la existencia del mundo narrado, las ideas o la visión del mundo del público del momento, así como una estructura interna lógica. Lo verdadero tiene una relación paradójica con lo verosímil o creíble, ya que no tiene por qué serlo y, aun así, se impone. Lo interesante es que el principio de verosimilitud no se le exige al documental (o a la no ficción) del mismo modo que a los géneros ficcionales, lo que convierte la no ficción en un territorio, también paradójicamente, de mayor libertad en su tratamiento de la realidad a partir de la premisa (pacto pragmático) de trabajar con personajes, acontecimientos y lugares reales.

La verosimilitud es un concepto fundamental para comprender la relación entre la ficción, sus límites y la verdad.

En la historia de las prácticas y artes ficcionales, el pacto con la audiencia puede forzarse, jugando con indicios que hacen dudar sobre el carácter ficticio o no de lo narrado o presentado, pero normalmente siempre que los receptores puedan desambiguar esa aparente ambivalencia. Los *mockumentaries* serían un ejemplo en el terreno audiovisual, como el célebre *Operación Luna* (William Karel, 2002). También el uso (no documental, sino simulado o ficcional) del metraje encontrado es otra estrategia o género en sí mismo, vinculado al ensayo fílmico y al juego con el archivo en tanto documento; precisamente en el ámbito transmedial tenemos el caso de *The Blair Witch Project* (Myrick y Sánchez, 1999), la primera película que empleó una campaña viral de tipo transmedial jugando con esta ambivalencia. Asimismo, la célebre emisión radiofónica de Orson Welles de 1940 basada en *La guerra de los mundos* de H. G. Wells y el revuelo que provocó,

magnificado por la leyenda y en realidad involuntario, ya que se advirtió al principio del programa su carácter ficticio.



Orson Welles y su *Guerra de los mundos* desde la CBS (30 de octubre de 1938).

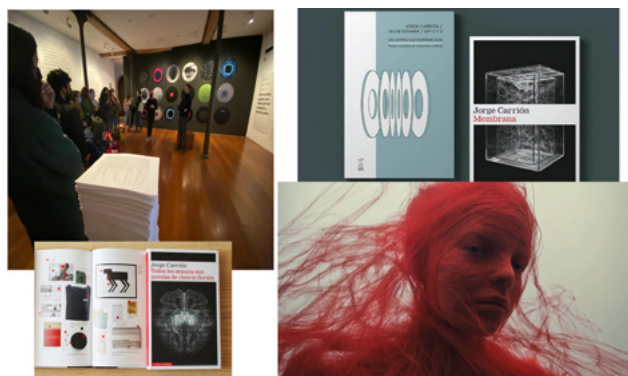
La autoficción, etiqueta polémica y revisada por algunos teóricos de la ficción (Pozuelo, 2010), es un ejemplo de «pacto ambiguo» (Alberca, 2007), una fusión de autobiografía y ficción en la que personaje, narrador y autor comparten marcas inequívocas de identidad al tiempo que marcas también claras propias de la novela, dificultando al lector decidir sobre el estatuto de lo que se narra. La autoficción es una estrategia que encontramos asociada al principio de inmersión vs. extraibilidad de la narrativa transmedia. Algunos ejemplos son *Plot 28*¹⁵, de Javier Hernández y Agustín Serra (2008); *Membrana*, de Jorge Carrion¹⁶, seguramente el mundo transmedia más complejo de los producidos recientemente en español (novela, exposición y catálogo «híbrido» en el Centro José Guerrero; expansión cibernética con ChatGPT en *Los campos electromagnéticos*, pódcast, cómics, cortometraje con IA-Gen, etc.); las *performances* e instalaciones de Sophie Calle¹⁷ (libros, exposiciones, fotografías, etc.); y, en la industria de la televisión o de la música, con géneros transmedia como el «álbum musical» en casos como *Lemonade* de Beyoncé, 2016, o *El mal querer* de Rosalía, 2018 (Sedeño, 2019), o con

¹⁵ <https://plot28.com/>.

¹⁶ <https://jorgecarrion.me/>.

¹⁷ <https://sophiecalles.weebly.com/>.

figuras como Donald Glover (Childish Gambino) con la serie *Atlanta* (Fox, 2016-2022), el mítico videoclip «This is America» (2018) o su álbum experimental *3.15.20* (2020).



El universo *Membrana*, de Jorge Carrión.

Una de las formas más relevantes de la oscilación entre factualidad y ficcionalidad son los relatos «basados en hechos reales», una de las formas del pacto ficcional ambiguo. Esta categoría resume muy bien buena parte de los problemas teóricos y políticos que hay en juego en las (nuevas) fronteras entre la ficción y la no ficción. En efecto, un film que se declara (en sus títulos de crédito) como «basado en hechos reales», o bien que utiliza recursos o materiales de archivo «reales» que, por ejemplo, se corresponden con el personaje cuya historia se está presentando reclama del espectador una recepción, una actitud de aceptación de «la verdad» de los hechos representados sobre la base de una referencialidad presente en la enunciación narrativa. A veces basta con integrar en el film (gracias a la intermedialidad) documentos, texturas y formatos que simulan su carácter documental (fotografías con posados clásicos, secuencias en blanco y negro mudas, hojas de periódicos, etc.), como en el reciente film de Martin Scorsese *Los asesinos de la luna* (2023), donde asistimos tal vez a la metalepsis más fuerte de la carrera del director, que aparece al final del relato ficcional leyendo datos documentales del caso como locutor de un programa de radio sobre esa historia «real», insuflando un gesto político adicional a su

adaptación de la crónica de no ficción de David Grann (2017).

Una de las formas más relevantes de la oscilación entre factualidad y ficcionalidad son los relatos «basados en hechos reales», una de las formas del pacto ficcional ambiguo.



Martin Scorsese en la escena final de *Los asesinos de la luna* (2023).

El auge del documental está conectado también con internet como medio de comunicación. «Somos víctimas agradecidas del síndrome documental» (Carrera y Talens, 2018: 38), pues hoy todos tenemos la posibilidad de registrar nuestra cotidianidad haciendo un uso sencillo de nuestros *smartphones*. Sin embargo, hace falta más para que un texto o una imagen se convierta en documental: las preguntas adecuadas y un punto de vista (narración y edición audiovisuales). Por eso la ficción acude al «basado en hechos reales», la mezcla «perfecta» del poder imaginativo y narrativo de los géneros de ficción y el potencial de *veridicción* de los relatos documentales. Pero si a veces el «basado en hechos reales» puede servir de «coartada» al discurso ficcional para justificar su «interpretación» de los hechos relatados (la serie de HBO *Chernobyl*, 2019, apelaba en sus créditos: «Based on the Untold True Story»), también es verdad que en la ambigüedad de este espacio creativo surgen propuestas progresivamente innovadoras que demuestran una conciencia de la responsabilidad

política de las retóricas empleadas, explotando la complejidad de las posibilidades de hibridación entre ficción y documental, como en *Orwell: 2+2=5*, (Raoul Peck, 2025), o incluso usando irónicamente la etiqueta «basado en hechos reales» para acreditar una historia realmente inventada, como en *Fargo* (Joel y Ethan Cohen, 1996).



Chernobyl (Craig Mazin, HBO 2019) y
Orwell: 2+2=5 (Raoul Peck, 2025).

6. La posverdad: cuando el elefante salió de la habitación

Es bien conocido que *postruth* (posverdad) fue la palabra del año escogida por el Oxford Dictionary en 2016. Durante una serie de años —coincidiendo con el primer mandato Trump— proliferó la reflexión sobre este concepto y la realidad que se supone designa, sobre todo desde la filosofía y la comunicación política. El segundo capítulo de esta presidencia en Estados Unidos y la expansión de discursos o figuras parecidas en regímenes democráticos occidentales ha reactivado la actividad crítica en torno al término. Aunque a menudo se iguala «posverdad» a «mentira», la cuestión parece apuntar a un estado de cosas y no tanto a un tipo de enunciado o acción relacionada. El citado diccionario la define así: «cuando los hechos son menos determinantes que la apelación a la emoción o las creencias personales en el modelaje de la opinión pública». En este estado de creencia, los hechos, por muy probados que estén, se convierten en indiferentes, porque los sujetos deciden creer «lo que necesitan» para que la realidad se armonice con sus ideales, sus sentimientos o su visión de

la vida y de esa realidad. Las necesidades identitarias se imponen al imperativo de actuación conforme a la verdad de los acontecimientos y, en esa dinámica, determinados poderes aceleran la expansión de relatos donde el poder de representación colectiva de esas identidades prima sobre los hechos. Es lo que Kellyanne Conway, la asesora de campaña de Donald Trump, llamó en una rueda de prensa «hechos alternativos».

La posverdad se torna en un espacio mental e imaginario en el que «se vive», como si se tratara de una ficción totalizante en la que hemos decidido creer para someter a la realidad, según nuestra visión.

En efecto, como afirma Harry G. Frankfurt (2005), la posverdad se torna en un espacio mental e imaginario en el que «se vive», como si se tratara de una ficción totalizante en la que hemos decidido creer para someter a la realidad, según nuestra visión, desde un nuevo tipo de verosimilitud. Por su parte, Lee McIntyre cree que la crisis no descansa en la imperfección de las teorías de la verdad al uso, sino en conocer cómo la gente *subvierte* la verdad, y así distingue un gradiente que iría desde la *falsedad* (error no intencionado) a la *ignorancia voluntaria* (pereza ante el contraste de la información), pasando por la *mentira* (voluntad de engañar), que ya exige una voluntad de afectar a los demás, para terminar en un grado máximo (la *posverdad*), que se manifestaría cuando alguien, o determinados grupos, piensan que la reacción de las masas «cambia realmente los hechos que son objeto de una mentira». ¿Es Trump un mentiroso o realmente delira? Lo que sí parece evidente es que miles, millones de sus seguidores parecen vivir ese estado de delirio. «La posverdad no es tanto la afirmación de que la verdad no existe, sino la de que los hechos están subordinados a nuestro punto de vista político» y por tanto se convierte en una herramienta de dominación política (McIntyre, 2018: 41). La posverdad no habría nacido en 2016; su origen está mucho más atrás, en irrationalidades cognitivas tanto de conservadores como de liberales, afirma McIntyre, y

sus precedentes están en los debates sobre el cambio climático, las vacunas o la teoría de la evolución. El cambio, o la novedad, es que el campo sobre el que se produce esta proyección ahora es «toda la realidad», no solo un aspecto o problema concreto de parte de ella, y por supuesto también el papel de las redes sociales y el MCD en esa expansión.

Un proyecto de narrativa transmedia como *Collapsus* (Pallota, 2011),¹⁸ con su simulación de una crisis climática ante el final de los combustibles fósiles en forma de documental interactivo *fake*, era ya un intento notable de implicar la lógica transmedia en una ética reactiva frente a los negacionistas del cambio climático. En España, además del ya citado *Plot28* destacó, entre otros, el proyecto de Manuel Bartual y Modesto García *#RedMonkey*,¹⁹ un hilo de Twitter expandido como una investigación colaborativa sobre un caso de conspiración vinculado a otra desaparición que concitó una actividad extraordinaria de seguidores en el verano de 2018.²⁰ En cualquier caso, estas experiencias, a menudo relacionadas con las crecientes tendencias conspiracionistas, se dividen entre una orientación o intención básicamente de entretenimiento y otras de un activismo más consciente de las posibilidades de la agencia transmedial (Hancox, 2019). No obstante, incluso las que desarrollan una agenda política muy limitada no ven mermado el valor del entrenamiento intelectual y tecnológico, y sobre todo colaborativo, de la narrativa transmedia, permitiendo a las comunidades de fans prepararse en estas simulaciones «divertidas» para cuando realmente tengan que explorar en las masas de datos e informaciones disponibles sobre cuáles son las respuestas a enigmas

factualmente urgentes en sus vidas y las del planeta.

En suma, y regresando a McIntyre, más que «aprender a vivir en una sociedad posfáctica» lo primero que tendríamos que promover desde una alfabetización transmedia es la capacidad de contratar, de defender la verdad, para «desafiar todo intento de oscurecer toda cuestión fáctica y combatir las falsedades antes de que se infecten» (McIntyre, 2018: 165). Tal vez tenga razón también Julian Baggini al afirmar que es prematuro y arriesgado dar por buena la existencia de una «era de la posverdad» (Baggini, 2018: 6), ya que aceptar que vivimos en dicho estado sería la mentira más perniciosa de todas, aliada de los que más pueden temer a la verdad. Y es que en lo que coinciden muchos filósofos es que lo primero que tenemos que hacer es luchar contra la posverdad, contra nuestros propios sesgos dentro de nosotros mismos (Baggini, 2018: 171). Se trata, como anima la teoría de la verdad de Maurizio Ferraris, de aprender la técnica para no tanto «decir» como «hacer la verdad» más allá de teorías hermenéuticas y analíticas, porque, incluso si no es en ningún caso tarde para reaccionar, la posverdad es «un objeto social real» (tan real como la recesión o la plusvalía), fundamental para comprender el funcionamiento de la opinión pública contemporánea (en sentido habermasiano), incluso para «captar la esencia de nuestra época» (Ferraris, 2019: 11).

La posverdad es «un objeto social real» fundamental para comprender el funcionamiento de la opinión pública contemporánea y «captar la esencia de nuestra época».

Como caso sintomático del potencial valor de las ficciones limítrofes con lo factual en la discusión sobre la posverdad citamos el caso de *Anatomía de un instante* (2009), cuyo autor, Javier Cercas, convence al presidente del Gobierno de España para desclasificar los documentos del golpe de Estado del 23-F con el fin de «desmontar la cadena de bulos» proyectada sobre este

¹⁸ *Collapsus: walkthrough*. https://www.youtube.com/watch?v=Kj1YWgbHs_w; tráiler: https://www.youtube.com/watch?v=u6T_zAEqWGM

¹⁹ <https://x.com/nelagarnela/status/103378322333965824?lang=es>

²⁰ «¿Cuáles son las claves del éxito de Nela García?», Teresa Moreno (RTVE LAB). <https://www.rtve.es/las-claves/nela-garcia-twitter-hilo-redmonkey-bartual-modesto-2018-08-28/>

acontecimiento de nuestra historia reciente, o al menos intentarlo. Esa «novela de no ficción» se actualiza y expande transmedialmente en la adaptación de la serie dirigida por Alberto Rodríguez (2025) y en el pódcast *23-F. La gran intriga* (2026), de Conchi Cejudo y Mona L. Siminiani, ambas producciones de Movistar+.



Anatomía de un instante (A. Rodríguez, 2025).

7. Conclusiones

La exploración del MCD enmarcada por los conceptos de transmedialidad, hibridación, ficción y factualidad nos lleva a confirmar el rol clásico y fundamental que tienen las ficciones en la adquisición de conocimiento y su influencia sobre las creencias (Lavocat, 2016). Recordando la definición clásica de Coleridge como «suspensión voluntaria de la incredulidad», Mieke Bal considera la ficción como socioculturalmente indispensable, invitando a pensar en ella fuera del pensamiento binario (Bal, 2025). Es posible defender la existencia de unos límites (oscilantes) entre ficciones y hechos sin caer obligadamente en ese binarismo.

Jürgen Habermas, maestro de la teoría crítica, argumentaba recientemente que los posibles beneficios de la enorme expansión de oportunidades de comunicación alumbradas por la digitalización masiva no habrían recaído tanto en la ciudadanía como en los que detentan el poder político (y económico) y buscan permanente ratificación y apoyo a través de declaraciones diarias en redes sociales. Es el caso de Twitter (ahora X), red social propiedad privada de un empresario que se reveló como activista de extrema derecha y fue apoyo fundamental en la campaña de la segunda presidencia de Trump. La lógica dominante de la esfera digital es la del comercio con el uso de los usuarios, la algoritmización de sus intereses y la exposición a publicidad personalizada, así como la venta de los datos. El uso de los líderes populistas que no quieren comprometerse en una conversación o auténtica interacción en la esfera pública crea esta disimilitud de base en el funcionamiento de la red (Habermas, 2022). ¿De verdad podemos seguir haciendo descansar la nueva esfera pública en internet o en las redes sociales?

En la era de la incertidumbre se nos pide concluir con tres escenarios predecibles, una tarea no siempre habitual para la investigación humanística que explora las formas culturales con un interés al tiempo crítico y descriptivo. Lo intentamos a continuación (el orden, como siempre, es parte del discurso):

A) Escenario neutral: Si somos consecuentes con la imagen de la oscilación propuesta en este artículo, no existe el escenario «neutral». La resistencia contra las dinámicas interesadas en la polarización extrema no consiste necesariamente en una «equidistancia», sino en una huida de la lógica polar, dicotómica, de enfrentamiento u oposición a cualquier precio. La oscilación no puede ser permanente, pero es el movimiento que nos permitirá evitar la instalación en nuestros propios sesgos, al mismo tiempo que seguimos construyendo y aplicando formatos y herramientas de educación (trans)mediática para comunicar y entrenar a la ciudadanía en el

análisis de los límites de la ficción y la defensa de la verdad, comprendiendo su complejidad en el estado actual del modo de comunicación digital (MCD).

B) Escenario negativo: las producciones transmediales renuncian mayoritariamente al interés crítico en la creación de experiencias narrativas sobre la realidad. El periodismo independiente de profundidad se convierte en irrelevante y se consolida la alianza de los poderes corporativos tecnológicos y las políticas ultraliberales (incluidas tendencias neofascistas) interesados en «naturalizar» una idea del espectáculo en la que se borra la mediación y se confirma «el efecto de transparencia» dominante del MCD. El «realismo capitalista» (Fisher, 2009) se solidifica y necrosan las democracias (liberales o socialistas) y sus esferas públicas.

C) Escenario positivo: se expande la alfabetización mediática y transmedia en la creación participativa y recepción activa crítica de universos de ficción y no ficción expandidos. Aquella se establece como uno de los pilares de la educación básica y secundaria, favoreciendo el entrenamiento de los jóvenes ciudadanos en las estrategias y el poder de la ficción y de la experimentación de sus límites. En esas políticas de alfabetización mediática se defiende al mismo tiempo la existencia de una frontera pragmática entre ficción y no ficción, un límite flexible y móvil, espacio de creación y lectura crítica. Se protege y financia una práctica renovada de las humanidades y ciencias de la comunicación digitales, vigilante de las metamorfosis de lo real y de las formas culturales como complejos dialógicos y conflictivos, con capacidad para fomentar una resistencia crítica a los poderes antidemocráticos y de visibilizar e intentar incidir en las crisis climáticas y humanitarias actuales y por venir.

Bibliografía

Alberca, Manuel (2007), *El pacto ambiguo: de la novela autobiográfica a la autoficción*, Biblioteca Nueva.

Alberich, Jordi, y Gómez-Pérez, Francisco J. (2017), «Tiento para una estética transmedia. Vectores estéticos en la creación, producción, uso y consumo de narrativas transmediales», *Tropelías. Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, 28, pp. 9-20. https://doi.org/10.26754/ojs_tropelias/tropelias.2017282044.

Baetens, Jan; De Graef, Ortwin, y Mandolesi, Silvana (2020), *Digital Reason. A Guide to Meaning, Medium and Community in a Modern World*, Leuven University Press.

Baggini, Julian (2018), *Breve historia de la verdad*, Cátedra.

Bal, Mieke (2025), «Inter-relaciones: sobre el estar-entre en los encuentros culturales, disciplinares, subjetivos y mediales». Conferencia plenaria en el congreso *Contra Matrix. Encuentros contemporáneos sobre movilidad en las fronteras de la ficción* (FicTrans-UGR, 5-7 de noviembre). https://www.youtube.com/watch?v=E_4AOIXktAA

Carrera, Pilar (2025), *La comunicación en el diván. Efectos políticos del imaginario digital*, Cátedra.

— y Talens, Jenaro (2018), *El relato documental*, Cátedra.

Castells, Manuel (2001), *La galaxia internet: Reflexiones sobre internet, empresa y sociedad*, Areté / Plaza & Janés.

Debord, Guy (1967), *La sociedad del espectáculo*, trad. J. L. Pardo, Pre-Textos, 2005.

Ferraris, Maurizio (2019), *Posverdad y otros enigmas*, Alianza.

Frankfurt, Harry G. (2005), *Sobre la charlatanería* (título original en inglés: *On Bullshit*), Paidós (en español) / Princeton University Press (en inglés). Aunque el ensayo original es de 1986, alcanzó fama mundial y se publicó como libro independiente en 2005.

Gifreu Castells, Arnau; Misek, Richard, y Verbruggen, Erwin (coords., 2016), «Transgressing the Non-fiction Transmedia Narrative», *View. Journal of European Television History and Culture*, vol. 5, n.º 10, pp. 1-3. <https://viewjournal.eu/articles/JETHC108>

Gifreu Castells, A.; Sánchez Castillo, S., y Galán, E. (2019), «Aproximación al documental interactivo como formato nativo transmedia», *Pasavento. Revista de Estudios Hispánicos*, 7(2), pp. 275-302. <https://doi.org/10.37536/preh.2019.7.2.722>

Habermas, Jürgen (2022), «Reflections and Hypotheses on a Further Structural Transformation of the Political Public Sphere», *Theory, Culture & Society*, 39(4), pp. 145-171.

Hancox, Donna (2019), «Transmedia for Social Change: Evolving Approaches to Activism and Representation», en Freeman, Matthew, y Rampazzo, Renira, *The Routledge Companion to Transmedia Studies*, Routledge, pp. 332-339.

Hassler-Forest, Dan (2019), «Transmedia Politics: *Star Wars* and the ideological Battlegrounds of Popular Franchises», en Freeman, Matthew, y Rampazzo, Renira, *The Routledge Companion to Transmedia Studies*, Routledge, pp. 297-305.

Higueras Ruiz, M. J., y Pérez Rufí, J. P. (2024), «The Audiovisual Language of the Documentary Applied to Television Series: Rhetorical strategies and hybridisation between fiction and non-fiction in television», *Visual Review. International Visual Culture Review. Revista Internacional de Cultura Visual*, 16(7), pp. 1-14. <https://doi.org/10.62161/revvisual.v16.5345>

Jenkins, Henry (2006), *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*, NYU Press.

— (2007), «Transmedia 101», *Pop Junctions. Reflections on Entertainment, Pop Culture, Activism, Media Literacy, Fandom and More*. <https://henryjenkins.org/blog/2013/11/transmedia-101-en-es-pagnol.html>

— (2009), «The Revenge of the origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling», *Pop Junctions. Reflections on Entertainment, Pop Culture, Activism, Media Literacy, Fandom and More*. https://henryjenkins.org/blog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html

Jódar Marín, Juan Ángel, y Torre Espinosa, Mario de la (2023), «Diseño, realización y posproducción de Webdoc», *Revista Mediterránea de Comunicación*, 14 (2), pp. 127-141. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.24503>

Lavocat, Françoise (2016), *Fait et Fiction. Pour une frontière*, Éditions du Seuil.

López Lozano, Andrea; Herrero Solana, Víctor, y Sánchez-Mesa, Domingo (2024), «Interactive Documentary and Data Visualization: New Approaches to Telling Stories with Data», *Visual Review. International Visual Culture Review*, 16(1), pp. 59-86. <https://doi.org/10.62161/revvisual.v16.4227>

Manovich, Lev (2001), *The Language of New Media*, MIT Press.

— (2013), *Software Takes Command*, Bloomsbury Academic.

McIntyre, Lee (2018), *La posverdad*, Cátedra.

Linares Peralta, Raúl (2021), «Información bibliográfica. Tema: Posverdad», *Monograma. Revista Iberoamericana de Cultura y Pensamiento*, 8, pp. 305-327. <https://revista.proeditio.com/revistamonograma/article/view/3792/4259>

Mínguez, Norberto (2013), *Ficción y no ficción en los discursos creativos de la cultura española, Iberoamericana*.

Pozuelo, José María (2010), *Figuraciones del yo en la narrativa: Javier Marías y E. Vila-Matas*, Ediciones Universidad de Valladolid.

Pratten, Robert (2015), *Getting Started in Transmedia Storytelling. A Practical Guide for Beginners* (2.ª ed.), Amazon.

Rosendo, Nieves (2022), *Narrativas transmediales: revisión conceptual y propuesta de una taxonomía y modelo de análisis (el caso español 2006-2016)*, Universidad de Granada, 2022. <https://hdl.handle.net/10481/77260>

— (2024), «Ucronías transmediales: cruzando el espejo negro de lo real», en Quiroga, A. J., y Jiménez-Higueras, Á. (coords.), *En busca del tiempo y del espacio. Ucronías y utopías desde la Antigüedad a la actualidad*, University of Coimbra Press, pp. 195-208. <https://doi.org/10.14195/978-989-26-2629-1>

Ruiz Martínez, José Manuel (2022), «Del diseño al diseño transmedia», en Sánchez-Mesa, D., y Alberich, J. (eds.), *Transmedialización y crowdsourcing. Los placeres de la intermedialidad y la colaboración en los relatos de la cultura digital*, Tirant lo Blanch, pp. 87-98.

Sánchez-Mesa Martínez, Domingo (1999), *Literatura y cultura cibernética: hacia una estética de la hibridación*.

— y Baetens, Jan (2017), «La literatura en expansión. Intermedialidad y transmedialidad en el cruce entre la literatura comparada, los estudios culturales y los New Media Studies», *Tropelías. Revista de Teoría de la Literatura Comparada*, 27, pp. 6-27. https://doi.org/10.26754/ojs_tropelias/tropelias.2017271536

— y Alberich, Jordi (eds., 2022), *Transmedialización y crowdsourcing. Los placeres de la intermedialidad y la colaboración en los relatos de la cultura digital*, Tirant lo Blanch.

— y Rosendo, Nieves (2024), «Comparatismo intermedial y posthumanismo: transmedialización del mito del cibernético», *Compendium: Journal of Comparative Studies / Revista de Estudos Comparatistas*, (6), pp. 100-121. <https://doi.org/10.51427/.com.jcs.2024.6.7>

Sánchez Montes, María José (2022), «Comedia sin título», de Sara Molina. El laboratorio de creación escénica Nar-Trans», en Sánchez-Mesa, D., y Alberich, J. (2022), *Transmedialización y crowdsourcing. Los placeres de la intermedialidad y la colaboración en los relatos de la cultura digital*, Tirant lo Blanch, pp. 99-108.

Scolari, Carlos A.; Masanet, María José; Guerrero Pico, Mar, y Establés, María José (2018), «Transmedia Literacy in the New Media Ecology: Teen's Transmedia Skills and the New Learning Strategies», *El Profesional de la Información*, julio-agosto de 2018, vol. 27, n.º 4.

Sedeño, Ana (2019), «El álbum visual como proyecto transmedia: videoclip y experiencia transmedia en la música popular», *Journal of Sound, Silence, Image and Technology*, 1(2), pp. 104-115.

Torre Espinosa, M. de la (2019), «Reflecting worlds: noción de mundo transmedia aplicada al género documental», *Arbor*, 195 (794), a529. <https://doi.org/10.3989/arbor.2019.794n4003>

Torres, Rui (2022), «Contra os novos média: a literatura pós-digital como mediação e hibridação», en María Eugenia Pereira et al. (coords.), *Mix and Match: Hibridismo e Transmedialidade*, Vilanova de Famalicão, Edições Húmus, pp. 47-67.

Vila-Matas, Enrique (2011), «Un tapiz que se dispara en múltiples direcciones», en *Una vida absolutamente maravillosa. Ensayos selectos*, Tusquets, pp. 128-146.

ALGORITMOS CULTURALES: EL PODER INVISIBLE EN EL DESCUBRIMIENTO Y CONSUMO DIGITAL

HENAR LEÓN

Henar León es gestora cultural e investigadora especializada en cultura digital y en transformación tecnológica de las industrias culturales y creativas (ICC), con formación en prospectiva y estudios de futuro. Su trabajo se centra en la intersección entre tecnología y cultura con un enfoque centrado en el ser humano, promoviendo la innovación y la adaptación digital en sectores creativos como el audiovisual, el editorial, el audio y la industria musical. En la actualidad, uno de sus campos de estudio es el impacto de la inteligencia artificial en los medios y en la cultura, y las relaciones humanas con los chatbots de acompañamiento.

¿Qué son los algoritmos y cómo han llegado hasta la cultura?

House of Cards fue una de las series insignia de Netflix. Estrenada en 2013, la serie no solo se hizo famosa por la trama política, sino porque había sido «creada» con la ayuda de algoritmos que analizaron datos de usuarios (qué tipo de series les gustaban, qué actores, qué tramas), diseñaron la serie y predijeron su éxito en función de esos datos.

Un algoritmo decide qué escuchamos en Spotify y no es infrecuente escuchar a usuarios de plataformas de *streaming* o de redes sociales decir que están «entrenando» a su algoritmo para que les muestre determinado contenido. Tampoco es infrecuente escuchar a artistas y personas creadoras quejarse de estos mismos algoritmos que impiden que su contenido llegue no solo a más seguidores, sino, incluso, a sus propios seguidores. Pero ¿qué son los algoritmos?

La RAE define «algoritmo» como un «conjunto ordenado y finito de operaciones que permite hallar la solución de un problema», es decir, los pasos, decisiones o acciones que se llevan a cabo para resolver una tarea. Los algoritmos deben ser precisos, objetivos, replicables y finitos. Aunque están actualmente asociados al contexto digital, se podrían considerar como algoritmos numerosas acciones no digitales, como, por ejemplo, seguir las instrucciones de una receta de cocina o del montaje de un mueble de IKEA. En el contexto digital, los algoritmos ordenan datos, buscan información, automatizan procesos y, cada vez más, perfilan usuarios y pautas de comportamiento, prescriben contenidos y se anticipan a nuestras intenciones. Los algoritmos producen un resultado a partir del procesamiento de una serie de datos. En «Datificación y streamificación de la cultura» (Bazzara, 2021) encontramos la definición de algoritmo propuesta por Tiziana Terranova (2017):

Un algoritmo puede ser definido provisionalmente como la descripción del método mediante el cual se lleva a cabo una tarea a través de secuencias de

pasos o instrucciones, grupos de pasos ordenados que operan sobre datos y estructuras computacionales (...) para poder funcionar, los algoritmos deben existir como parte de ensamblajes que incluyen hardware, datos, estructuras de datos (como listas, bases de datos, memoria, etc.) y los comportamientos y acciones de los cuerpos (pp. 94-95).

En *Mundofiltro. Cómo los algoritmos han aplanado la cultura* (Chayka, 2024) aparece una definición que agrega algunos matices:

Los algoritmos son máquinas digitales que convierten una serie de entradas de datos (*input*) en unos datos de salida (*output*) determinados (...). Lo que diferencia a un algoritmo de otro no es tanto su estructura como los ingredientes de los que está hecho.

(...)

Los primitivos algoritmos de internet se diseñaron para cribar un vasto corpus de materiales en busca de lo que era relevante para un usuario y presentarlo a continuación de forma coherente.

Pero ¿cómo nos relacionamos con los algoritmos? Bazzara (2021) apunta:

Eso que se presenta ante los ojos mientras se navega, y que suele ser llamado interfaz gráfica del usuario, es la representación visual de una serie de operaciones que ocurren por fuera del alcance del ojo que recorre la pantalla y del dedo que scrolla y selecciona los contenidos. En esas operaciones, al mismo tiempo técnicas y políticas, intervienen datos y algoritmos sobre una infraestructura computacional compleja.

Como indica Chayka (2024), la relación entre algoritmos e internet tuvo una primera etapa idílica, en la que los algoritmos ayudaban a organizar la información que ya entonces empezaba a ser abundante: algoritmos que ayudaban a organizar el correo electrónico o que empezaban a organizar los resultados de búsqueda de los buscadores primigenios. En la actualidad, se producen alrededor de 402,74 millones de terabytes

de datos cada día. Los algoritmos reordenan los datos para hacerlos accesibles y comprensibles. ¿El problema? Que no son sistemas neutrales. Los algoritmos son matemáticas, pero son, también, política.

En el contexto actual de explosión de la inteligencia artificial y la inteligencia artificial generativa, en ocasiones se identifican como equivalentes los algoritmos y la inteligencia artificial; sin embargo, los algoritmos no necesitan inteligencia artificial ni esta se basa exclusivamente en algoritmos, aunque sí hay algoritmos usando IA e IA usando algoritmos. Para tratar de aclarar estos conceptos que a veces se solapan, vamos a describir algunos de ellos:

- La **inteligencia artificial**, aunque en la actualidad tenga mucho foco mediático, no es una tecnología nueva, ya que nació formalmente en 1956. Sin embargo, algunos avances en IA sí son más novedosos, como la inteligencia artificial generativa (IAG o Gen-AI). Según la RAE, la inteligencia artificial es la «disciplina científica que se ocupa de crear programas informáticos que ejecutan operaciones comparables a las que realiza la mente humana, como el aprendizaje o el razonamiento lógico».
- La **IAG o inteligencia artificial generativa** es una rama de la IA que no solo analiza datos, sino que genera contenido nuevo: textos, imágenes, música, vídeos, código... La IAG «aprende» patrones de grandes conjuntos de datos para luego producir resultados únicos y realistas en respuesta a instrucciones o *prompts*.
- El **machine learning o aprendizaje automático** es otra rama de la IA que permite a las máquinas aprender por sí mismas, sin ser programadas explícitamente. Funciona utilizando algoritmos que identifican patrones en grandes conjuntos de datos para hacer predicciones o tomar decisiones, y mejoran su rendimiento con la experiencia.

Los algoritmos están presentes en todos los planos de nuestra vida (salud, movilidad, seguridad, economía y sistemas financieros...) y también en la cultura, lo que ha impactado de forma notable en las dinámicas de producción, distribución y consumo de la creación y de los productos culturales sin que haya mediado un debate sobre cómo los algoritmos deben mediar o no en nuestra sociedad. Los algoritmos no son una serie de fórmulas matemáticas neutras y es necesario entender cómo funcionan las culturas algorítmicas tanto desde el punto de vista de las políticas públicas como del de la creación cultural y el del acceso y el consumo de la cultura.

Los algoritmos están presentes en la cultura, lo que ha impactado de forma notable en las dinámicas de producción, distribución y consumo de la creación y de los productos culturales.

Conociendo a los algoritmos «culturales»: filtrado, prescripción, distribución y creación de contenidos culturales en la era algorítmica

Los algoritmos que surgieron en el entorno de internet sirvieron en su origen para ayudar a ordenar la información, cada vez más abundante y, por tanto, difícilmente accesible. Hubo unos primeros algoritmos que, como decíamos, ayudaban a ordenar el correo electrónico o los resultados de búsqueda en buscadores. PageRank surgió como un proyecto académico de Larry Page y Sergey Brin en 1996. En 1998, este grupo de algoritmos que permitía ordenar la información de internet por contenido textual y, además, por la estructura de los enlaces entre las páginas fue el motor de Google, ya que permitía mostrar los resultados de búsqueda de forma más eficaz para los usuarios. El uso y el perfeccionamiento de los algoritmos que ordenan la información se fue haciendo cada vez más necesario a medida que la Red se llenaba de contenido con la llegada de la web 2.0, cuando cualquier persona usuaria

de los entornos digitales podía subir sus propios contenidos, con los foros, las plataformas de blogs y fotologs y, poco después, las redes sociales.

En 2010, Facebook presentó su algoritmo EdgeRank, que decidía qué contenido se mostraba en el muro o *feed* de los usuarios. Hasta ese momento, el orden del *feed* había sido cronológico, pero, a partir de ahí, Facebook y luego el resto de las plataformas sociales comenzaron a mostrar el contenido teniendo en cuenta otros factores. Y, aunque al principio parecía posible identificar esos factores, los algoritmos avanzaron hacia sistemas más complejos basados en *machine learning*, que evolucionan constantemente, lo que los hace prácticamente indescifrables. Este es uno de los principales problemas de los algoritmos culturales actuales: su falta de transparencia sobre los criterios de ordenación o de prescripción.

Los algoritmos han avanzado hacia sistemas más complejos basados en machine learning, que evolucionan constantemente, lo que los hace prácticamente indescifrables.

A lo largo del día interactuamos con miles de algoritmos. Para entender cómo impactan en la cultura, vamos a colocar la mirada en lo que hacen:

Los **algoritmos de clasificación** sirven para estructurar el conocimiento. Mediante *machine learning*, el modelo asigna etiquetas a los datos en función de patrones históricos aprendidos de datos ya etiquetados.¹ Los algoritmos de clasificación pueden ser útiles en el catálogo de grandes bases de datos, como archivos, bibliotecas o hemerotecas digitales, añadiendo etiquetas, taxonomías, metadatos, etc. Algunos agentes del sector del libro, por ejemplo, reclaman que el sistema de clasificación y catalogación de los libros se actualice para adaptarse a

los criterios de búsqueda y consulta de los lectores, de forma que un usuario de una biblioteca pueda hacer una consulta tipo «un libro parecido a *Harry Potter*, pero que suceda en China» y que los resultados de búsqueda sugieran lecturas que cumplan ese criterio, en lugar de lo que el sistema de catalogación actual pueda sugerir. Una de las estrategias desarrolladas por las distintas plataformas de acceso a contenidos (libros, películas, series, música) consiste en reclasificar los géneros. Como señala Radakovich (2023):

Netflix caracteriza su oferta a partir de adjetivos que revelan, además del tema del argumento y la narrativa de la película, la subjetividad de los usuarios al clasificar la oferta, como, por ejemplo, «Series emotivas», «Romances excéntricos» o «Películas sombrías».

Los sistemas de catalogación, clasificación y metadato están inicialmente diseñados para garantizar que los contenidos sean encontrados no solo por tipo de contenido, sino por criterios más subjetivos de los usuarios.

Los **algoritmos de predicción** son capaces de hacer prospectiva de tendencias, mercados, audiencias, etc., detectando patrones en grandes volúmenes de datos.

Los **algoritmos de personalización o *profiling algorithms*** definen perfiles de usuarios utilizando, entre otros factores, datos sociodemográficos y datos de uso de los usuarios en las distintas plataformas. Las plataformas de *streaming*, por ejemplo, perfilan a sus usuarios para recomendarles contenido. También usan los perfilados para decidir qué contenido producir.

Los **algoritmos de recomendación** organizan y jerarquizan los contenidos para mostrar a los usuarios aquellos más afines al perfilado que la plataforma tenga de ellos. Podemos encontrar algoritmos de recomendación en *playlists* sugeridas en plataformas de *streaming* de música o en contenido «para ti» de las plataformas de *streaming* de series o películas. La recomendación

¹ <https://www.ibm.com/es-es/think/topics/classification-models>

personalizada puede afinarse hasta el punto de cambiar las miniaturas de carátulas de las películas o series recomendadas en función del perfil del usuario o usuaria de la plataforma. Netflix² explica cómo funciona su sistema de recomendaciones detallando algunos de los factores que tiene en cuenta para prescribir contenido, como las interacciones de los usuarios con el servicio, los gustos de personas con perfil semejante, la información de catalogación de los títulos disponibles en su plataforma (dirección, *casting*, categoría, etc.), además de factores que tienen que ver con el uso de la plataforma (desde qué dispositivo se utiliza, a qué hora del día, durante cuánto tiempo, etc.).

Los algoritmos median, también, en la **distribución**, ya que deciden, por ejemplo, cómo y cuándo o con qué prioridad circulan los contenidos culturales en los entornos digitales. Con más de 120 000 canciones nuevas publicadas al día en las plataformas de *streaming* de escucha de música, las *playlists* de Spotify³ se han convertido en el elemento clave de distribución de la música que ha alterado, de forma significativa, el ecosistema tradicional de la distribución musical. Cuando usuarios y usuarias no deciden activamente qué escuchar, la plataforma les prescribe los contenidos que llegan en forma de *playlists*.

Respecto a la **promoción** de los artistas, actividades y productos culturales, el marketing digital también está mediado por algoritmos, lo que impacta en la visibilidad de las actividades culturales que suceden en el entorno físico, especialmente en la llegada a nuevas audiencias.

Amazon y los algoritmos

Quizá el caso de Amazon y la venta de libros sea uno de los más ilustrativos para entender cómo

las matemáticas y la informática se colaron en el tejido cultural.

Amazon⁴ surgió en 1994 como una plataforma web para vender libros. En 1998 empezó a vender música y películas y comenzó su carrera internacional comprando plataformas de venta de libros británicas y alemanas. En la actualidad, Amazon es un conglomerado empresarial que ofrece todo tipo de productos y servicios. En el ámbito cultural, además de libros físicos y electrónicos, tiene plataformas de audiolibros, de escucha de música, de películas y series, y, entre las muchas piezas cruciales que lo componen, está su sistema de recomendación. Hacia mediados de los años noventa, el filtrado de las sugerencias se hacía en base a las compras de otros usuarios que hubieran adquirido el mismo libro. Pero el algoritmo de Amazon comenzó a evolucionar, como indican Brent Smith y Greg Linden (2017) en «Two Decades of Recommender Systems at Amazon.com»⁵:

Nuestro algoritmo comienza buscando artículos relacionados para cada artículo del catálogo. El término «relacionado» podría tener varios significados, pero en este punto, lo definiremos de forma general como «las personas que compran un artículo tienen una probabilidad inusualmente alta de comprar el otro». Por lo tanto, para cada artículo *i*₁, queremos todos los artículos *i*₂ que fueron comprados con una frecuencia inusualmente alta por las personas que compraron *i*₁.

Una vez creada esta tabla de artículos relacionados, podemos generar recomendaciones rápidamente mediante una serie de búsquedas. Para cada artículo que forma parte del contexto actual y los intereses previos de este cliente, buscamos los artículos relacionados, los combinamos para obtener los artículos de mayor interés, filtramos los artículos ya vistos o comprados y, finalmente, nos quedamos con los artículos para recomendar.

La prescripción de libros se convirtió en un negocio lucrativo. Fueron apareciendo distintas

² <https://help.netflix.com/es-es/node/100639>

³ <https://sympathyforthelawyer.com/blog/asi-funciona-algoritmo-listas-spotify/>

⁴ [https://en.wikipedia.org/wiki/Amazon_\(company\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Amazon_(company))

⁵ <http://amazon.com/>

plataformas donde lectores y lectoras no solo llevaban la cuenta de lo que leían, sino que sugerían lecturas. Muchas de estas plataformas fueron adquiridas por Amazon.⁶ Los datos que estas plataformas podían ofrecer a la compañía eran fundamentales para seguir perfeccionando sus algoritmos de recomendación.



Sergio Bang y Goyo Villasevil, libreros, propietarios y curadores de la librería Grant y de Swinton Gallery en Madrid. © Sergio Bang y Grant Librería.

Amazon llevó este modelo a librerías físicas, Amazon Books, en 2015. De esta forma, parecía que Amazon podría sustituir a los libreros y librerías y que el resto de las librerías físicas podrían llegar a desaparecer. Sin embargo, Amazon Books cerró su última librería física en 2022, pero en 2024, en España, las librerías seguían siendo el principal canal de ventas y habían incrementando un 5 % su facturación respecto al año anterior, según el informe *Comercio interior*

⁶ https://www.eldiario.es/tecnologia/diario-turing/.amazon-domina-negocio-recomendacion-libros_1_5772730.html

del libro en España 2024. Parece que, a pesar de la enorme oferta editorial que asfixia a veces a las librerías, los libreros y librerías siguen siendo mejores prescriptores de libros que los algoritmos. Esto puede tener que ver con algunos de los problemas de diseño de los algoritmos, como las cámaras de eco, que veremos más adelante.

Siguiendo con el ejemplo de Amazon, si la plataforma combinara el perfilado que tiene de sus usuarios (que pueden comprar, leer o escuchar libros, escuchar música o pódcast o ver series dentro de un mismo ecosistema digital con un mismo ID de usuario) con los datos que tiene para hacer predicciones de tendencias, ¿podría crear contenidos a la carta, de una forma similar a como sucedió con *House of Cards*, pero con muchos más datos y con algoritmos más evolucionados que entonces? ¿Qué pasaría si se juntara esta información que ya tiene con la inteligencia artificial generativa? ¿Podría Amazon publicar libros, o música, o series creados con IAG a partir de la información que tiene sobre usuarios, gustos y tendencias?

A pesar de la enorme oferta editorial que asfixia a veces a las librerías, los libreros y librerías siguen siendo mejores prescriptores de libros que los algoritmos.

El *marketplace* de Kindle tiene cada vez más contenido generado por IA —no necesariamente creado por Amazon—. En 2023, Amazon estableció una regla por la que impedía que un mismo autor o autora autopublicara más de tres libros diarios⁷ como medida para controlar el volumen de contenido generado por IA disponible en su plataforma. Además, comenzó a exigir a los autores y autoras que declararan si su contenido estaba hecho por IA. Pero parece que el problema, lejos de resolverse, va a más. Hay determinados géneros literarios, por ejemplo, ciertas

⁷ <https://www.theguardian.com/books/2023/sep/20/amazon-restricts-authors-from-self-publishing-more-than-three-books-a-day-after-ai-concerns>

formas de novela negra o novelas románticas *bestseller*, donde las fórmulas y los patrones se repiten una y otra vez, que son más fácilmente replicables usando IAG. ¿Podría una plataforma de distribución de contenidos «escribir» con IAG novelas a medida de sus usuarios y distribuirlas priorizándolas con sus sistemas de sugerencias y recomendación a esos usuarios y usuarias?

Esto mismo parece estar sucediendo ya con la música⁸ y los podcast⁹. En plataformas como Spotify, el contenido humano se mezcla con contenido creado por IAG y los algoritmos, de momento, parece que están tratando este contenido igual que si fuera contenido humano, tanto en la prescripción como en la monetización. Spotify reconoce que utiliza la IA para la prescripción de contenidos, para crear *playlists* generativas, o en funciones como el DJ AI. En su posicionamiento público,¹⁰ afirma que está trabajando por un uso responsable de la IA y la IAG en la industria de la música de la mano de grandes compañías del sector. Cuando ya los *feeds* infinitos de contenido creado por humanos disponibles a precios de suscripción mensual relativamente bajos estaban devaluando el valor simbólico y literal de la música, como señala Chayka (2024), las plataformas empiezan a llenarse de contenido sintético que compite por los ya escasos recursos (audiencia y beneficios económicos) que tenían los profesionales de la música.

El contenido generado por IAG no es un problema solo de las industrias creativas y culturales, ya que la falta de control en la distribución y prescripción de contenidos sintéticos generados por inteligencia artificial está inundando las

plataformas de lo que se conoce como contenido *slop*¹¹, contenido basura que compite por nuestra atención, por nuestro tiempo y por la monetización.

El lado oscuro de los algoritmos: gobernanza, tecnopolio, opacidad, hipervigilancia, sesgos, cámaras de eco, *dark patterns*, censura y manipulación

Los algoritmos son una secuencia ordenada de procedimientos para alcanzar un fin de la forma más eficiente posible. Más allá de la eficiencia matemática están los objetivos con los que se diseñan y programan los algoritmos, y es ahí donde pueden surgir los problemas. Los algoritmos están mediados por decisiones y acciones humanas (O'Neil, 2014, en Radakovich, 2023) y empresariales. El lado oscuro de los algoritmos no tiene que ver tanto con su complejidad técnica como con la gobernanza opaca y la concentración de poder que hay en la actualidad detrás de ellos. Los sistemas algorítmicos están operando como tecnopolios que dejan en manos de un número reducido de empresas la toma de decisiones culturales y simbólicas (Postman, 2018; Casas Cortés *et al.*, 2023). La gobernanza algorítmica es asimétrica, ya que las plataformas monitorizan de forma intensiva a los usuarios, pero los usuarios, creadores, instituciones u organismos no tenemos visibilidad sobre la información que los algoritmos tienen de nosotros, cómo la obtienen o los criterios que rigen la distribución, visibilidad y jerarquización de los contenidos. La cultura llega filtrada por sistemas opacos que reproducen sesgos estructurales, refuerzan cámaras de eco y limitan la exposición a la diversidad cultural. Este diseño puede ser, además, una puerta de entrada a nuevas formas de censura y de manipulación de la atención (Peirano, 2019; Sued, 2022).

⁸ <https://www.newyorker.com/culture/infinite-scroll/that-new-hit-song-on-spotify-it-was-made-by-ai> y <https://elpais.com/tecnologia/2025-06-07/grupos-falsos-y-canciones-artificiales-al-asalto-de-youtube-y-spotify.html>

⁹ <https://theconversation.com/fake-podcast-clips-are-misleading-millions-of-people-on-social-media-heres-how-to-spot-them-246425>

¹⁰ <https://newsroom.spotify.com/2025-10-16/artist-first-ai-music-spotify-collaboration/>

¹¹ <https://es.wikipedia.org/wiki/Slop>

Cañedo Rodríguez y Allen-Perkins (2023) apuntan a que la opacidad de los algoritmos también se debe a:

1. la complejidad técnica y el coste de adquisición de las destrezas necesarias para comprender o participar en la construcción de los algoritmos;
2. las dificultades de acceso o entrada a los lugares donde los algoritmos se diseñan;
3. la propia naturaleza de los algoritmos como objetos de indagación.

El concepto acuñado por Christian Sandvig¹² *Corrupt Personalization* o «personalización corrupta» se refiere a cuando los sistemas algorítmicos manipulan nuestra información y atención para mostrarnos contenido que beneficia a otros (anunciantes, plataformas) en lugar de a nuestros intereses reales, desviando nuestra atención hacia fines comerciales o irrelevantes para los usuarios.

Los *dark patterns*¹³ son «técnicas destinadas a influenciar a las personas para que tomen decisiones potencialmente perjudiciales para la protección de sus datos personales». Los algoritmos pueden optimizar la presentación de estos patrones para maximizar el engaño.

La moneda de los algoritmos: la economía de la atención, la economía de la intención y la datificación de la cultura

Hay un dicho popular en internet: si el producto o servicio digital es gratis, entonces el producto eres tú. ¿Qué significa esta frase? Que los

servicios que utilizamos de forma gratuita (redes sociales, correo electrónico, videojuegos) son gratis porque la moneda de cambio son nuestros datos, tanto los personales como los de perfilado o los que vamos generando con la interacción con la plataforma, ya sean nuestras publicaciones o los que van extrayendo los algoritmos de nuestro uso y nuestro comportamiento. Llevamos décadas proporcionándoles a las plataformas y los servicios digitales datos con los que mejorar y afinar sus algoritmos.

El poder se concentra en los dueños de los algoritmos, subordinándose la diversidad cultural a lógicas de rentabilidad.

Bazzara (2023) señala que las plataformas digitales han emergido como un nuevo modelo de negocio frente al estancamiento de la productividad basada en el intercambio de bienes. Cita a Nick Srnicek (2018) en *Capitalismo de plataformas*:

Con una prolongada caída de la rentabilidad de la manufactura, el capitalismo se volcó hacia los datos como un modo de mantener el crecimiento económico y la vitalidad de cara al inerte sector de la producción.

En este escenario, los datos son la moneda y los usuarios, «la fuente natural de esta materia prima».

La cultura se ha convertido, también e indirectamente, en una fuente de datos. La **datificación de la cultura** es el proceso mediante el cual la práctica cultural, incluidos en ella los gustos o el consumo de contenidos o experiencias culturales, se transforma en datos cuantificables que las plataformas pueden analizar y explotar para mediar después entre los hechos culturales y la audiencia. El poder se concentra en los dueños de los algoritmos, subordinándose la diversidad cultural a lógicas de rentabilidad.

¹² <https://socialmediacollective.org/2014/06/26/corrupt-personalization/>

¹³ <https://www.aepd.es/prensa-y-comunicacion/blog/dark-patterns-manipulacion-en-los-servicios-de-internet>

También se está monetizando nuestra atención en lo que se conoce como «**economía de la atención**». Con el doble objetivo de, por un lado, conseguir más datos mientras usamos las plataformas para seguir mejorando los algoritmos y, por otro, mostrar más publicidad, las redes sociales y las plataformas han desarrollado estrategias para que pasemos más tiempo en ellas, capturando nuestra atención. Los algoritmos empleados para captar, retener y dirigir nuestra atención condicionan, también, la visibilidad de los contenidos, moldeando, en el proceso, los hábitos culturales.

La economía de la atención está evolucionando hacia la **economía de la intención**, que está basada en

el análisis y la predicción de nuestras intenciones mediante sistemas de IA. Este concepto, según académicos de la Universidad de Cambridge, representa un cambio de paradigma en cómo las empresas explotan los datos humanos, elevando los riesgos éticos y sociales a niveles sin precedentes. La economía de las intenciones va más allá: utiliza herramientas de IA avanzadas, como modelos de lenguaje generativo (LLM), para recopilar datos psicológicos y conductuales a través de interacciones cotidianas. Estas tecnologías analizan patrones de comportamiento, lenguaje y preferencias, moldeando de manera sutil nuestras decisiones. (González Arocha, 2025¹⁴, recuperado en enero de 2026).

En esta nueva era de la economía de la intención, los algoritmos no solo moldearán los hábitos culturales, sino que comerciarán con nuestros deseos.

¹⁴ <https://dialektika.org/la-economia-de-las-intenciones-horizonte-comercial-ia/>

Algoritmos, creación cultural y los gustos de las audiencias

Si bien la diversidad de formas de expresión y de consumo cultural disponibles en la actualidad gracias a la tecnología ha democratizado el acceso a la cultura y a la creación y producción cultural, son también la tecnología y el capitalismo de plataformas (lo que Varoufakis (2024) describe como «tecnofeudalismo») los que están condicionando el hecho cultural. La proliferación de los algoritmos está reconfigurando las industrias culturales y los procesos de producción de valor y capital en el marco de las ecologías digitales (en Cañedo Rodríguez y Allen-Perkins, 2023).

Los algoritmos tienen una posición de peso para definir los gustos de las audiencias. Radakovich (2023) lo define como «matrices del gusto cultural» que

traducen distintos tipos de mecanismos para la formación y orientación de la apreciación cultural y artística, desarrollada a partir de perspectivas teóricas ya existentes en las ciencias sociales.

Y señala asimismo que las características de la matriz del gusto algorítmico podrían poner en riesgo la autonomía cultural de las audiencias, sobre todo de las nuevas generaciones.

En esta nueva era de la economía de la intención, los algoritmos no solo moldearán los hábitos culturales, sino que comerciarán con nuestros deseos.

Esta no es la única forma en que los algoritmos impactan en el ámbito cultural. Los creadores y creadoras están sometidos a la tiranía de los algoritmos que deciden qué mostrar o no a los usuarios de redes sociales o de plataformas de *streaming*. En el caso de las redes sociales, para tener mayor visibilidad el algoritmo consideraba inicialmente factores como el número de seguidores y el número de «me gusta», lo que llevaba a que los creadores y creadoras pudieran llegar

a dar más peso a los *likes* que a la obra cultural en sí. Los artistas, buscando *likes* que los puedan llevar a conseguir contratos o a tener más visibilidad, usan las mismas estrategias y contenidos para posicionarse, produciéndose un aplanamiento de la cultura. En la búsqueda de los *likes* se produce también una homogeneización de la cultura disfrazada de *trend*: plataformas como TikTok muestran a mayor número de usuarios aquellos contenidos que son «tendencia» en la plataforma, lo que lleva a miles de personas a crear *reels* con la misma música o adaptarse a los formatos imperantes en el momento, o a bailarines a bailar la misma canción con la misma coreografía una y otra vez, sin dejarles tiempo para la creación original.



Evento *Beerworking* (Madrid, 2016-2023).

Consideraciones éticas del diseño de algoritmos

Si bien la ingente cantidad de información, contenidos y datos que hay tanto en la web como fuera de ella hace que sea imposible navegar sin algoritmos, sí podemos aspirar a que estén diseñados de una forma responsable, más ética y segura. Hay diversos enfoques que subrayan la necesidad de avanzar hacia estos modelos de diseño responsable que sean más transparentes para los usuarios, es decir, que podamos entender cómo funcionan, y que sean personalizables, de forma que los usuarios podamos tener una mínima agencia sobre lo que se nos prescribe. La gobernanza de los algoritmos debe ser

compatible con valores éticos y los humanos deberían estar siempre en el centro.

Dentro de las consideraciones éticas del diseño de algoritmos cabe cuestionarse, también, la propiedad de los perfilados. En la actualidad hay una corriente de usuarios que quieren dejar de utilizar Spotify para escuchar música en otras plataformas de *streaming*. Hay numerosas herramientas para exportar las listas que los usuarios han creado en Spotify e importarlas en las nuevas plataformas. Pero, tras años de escucha de música y podcast en Spotify, la plataforma tiene mucha más información sobre nosotros y nuestros hábitos de escucha que las listas que hemos creado. Ese perfilado, como hemos visto, está detrás de la prescripción de contenidos que hace la plataforma. Sin embargo, el perfil que la plataforma tiene de los usuarios no se puede exportar. Al principio de este capítulo veíamos cómo algunos usuarios consideran que son capaces de «entrenar» a su algoritmo para que les prescriba el contenido que les interesa o les pueda interesar, pero no nos podemos llevar el «entrenamiento» de una plataforma a otra. En un marco de diseño ético y transparente de sistemas algorítmicos, ¿tendrían los usuarios derecho a acceder a los perfilados que los años de uso de una plataforma en combinación con los algoritmos de esa plataforma han creado?

La gobernanza de los algoritmos debe ser compatible con valores éticos y los humanos deberían estar siempre en el centro.

Conclusiones, tendencias y escenarios de futuro

En el contexto actual, los algoritmos se han consolidado como infraestructuras culturales centrales que almacenan, catalogan, organizan, jerarquizan, distribuyen y visibilizan contenidos culturales, lo que impacta de forma directa sobre la creación cultural y sobre el gusto cultural sin que haya habido una mediación o un consenso

social para definir los términos en los que se produce esa influencia. La datificación y la hiperpersonalización están redefiniendo la experiencia cultural, desplazando las curadurías humanas hacia sistemas automatizados. Esta nueva forma de gobernanza cultural es privada y está en manos de un número reducido de compañías.

Sin embargo, Zárate (2023) señala que

En plena era de la globalización, la información y las TIC (tecnologías de la información y las comunicaciones), vivimos en un ambiente algorítmico interpretado desde la informática del que ya no podemos prescindir y con el cual entramos en diálogo como parte esencial de nuestra comunicación e interacción social. (...) Pero ello no implica necesariamente caer bajo la tiranía del algoritmo como si no existiese otra posibilidad más que someterse pasivamente a sus reglas.

Los algoritmos son un nuevo elemento de la intermediación abierto a la reflexión y debemos reconocer nuestra capacidad para darles utilidad y sentido a los algoritmos, ya que esto no es un capital exclusivo de quienes programan los algoritmos, sino «de quienes le dan legitimidad social y simbólica a su uso».

Si bien hay una tendencia continuista hacia la hipersofisticación de los algoritmos que median en la cultura, donde la opacidad y el capitalismo de plataformas podrían seguir marcando el ritmo de creadores y públicos, también hay una tendencia que reivindica una tecnología ética que marque una nueva dirección en el diseño de algoritmos que ponga el control ciudadano, los derechos culturales y la transparencia en el centro.

Las librerías como espacio de resistencia a la hipervigilancia tecnológica y los libreros y librerías como prescriptores humanos de cultura caminan en paralelo a una tendencia social de desintoxicación tecnológica que pasa por tratar de rebajar el número de horas que pasamos delante de pantallas. A esta tendencia se le une un rumor que lleva resonando algunos años y que podría

estar empezando a coger fuerza, que tiene que ver con la preocupación por la no-propiedad de los *assets* digitales. A diferencia de los discos (vinilo, CD, casete), las películas (DVD) o los libros físicos, los *assets* digitales que consumimos o compramos en las plataformas no nos pertenecen y, por tanto, no se pueden, por ejemplo, legar, porque cuando los compramos, lo que hacemos es adquirir una licencia de uso limitada, no la propiedad del archivo. La tendencia a pasar menos horas delante de las pantallas que tienen cautiva nuestra atención y nuestro tiempo es especialmente compatible con la posible tendencia de la vuelta a formatos físicos (la venta de libros físicos y de vinilos, en realidad, no ha dejado de aumentar). Al hilo del descontento de los usuarios con Spotify se está empezando a detectar una incipiente vuelta a la piratería y a la descarga de archivos de música,¹⁵ a la vez que empiezan a subir las ventas de dispositivos de escucha de mp3. Parece difícil que este escenario de vuelta a lo físico se pueda generalizar, pero sí podría marcar el camino del poder que los creadores y usuarios pueden tener, aún, en la cultura.

La regulación nos ofrece un escenario intermedio entre el continuista y el disruptivo. Diversas entidades y organismos internacionales están interpellando a las plataformas por un uso ético de la tecnología a la vez que explorando vías para que la regulación ataje malas prácticas y proteja a usuarios y creadores. En la geopolítica de los datos y la regulación, es la Unión Europea la que tiene un foco más centrado en la ciudadanía.

Tal y como están diseñados los sistemas algorítmicos, parece imposible salir de ellos, tanto desde el punto de vista de creadoras, como de creadores, como de espectadoras. No obstante, como opinión pública, podemos influir en las decisiones políticas, éticas y culturales que definirán el marco de actuación de los algoritmos en el corto y medio plazo. También como creadores

¹⁵ <https://es.euronews.com/next/2025/12/22/spotify-investiga-una-brecha-de-datos-tras-asegurar-un-grupo-pirata-que-copio-su-catalogo>

y como usuarios, podemos optar por utilizar plataformas digitales que promuevan un uso ético de la tecnología y seguir eligiendo propuestas culturales creadas por curadores humanos o supervisadas por humanos en modelos híbridos de curación de contenidos.



Mesa redonda en «La Pecera» del Círculo de Bellas Artes.

Referencias

Amat, F., Chandrashekar, A., Jebara, T., y Basílico, J. (2018), «Artwork Personalization at Netflix» en *Twelfth ACM Conference on Recommender Systems (RecSys '18)*, 2-7 de octubre de 2018, Vancouver, BC, Canadá.

Amatriain, X., y Basílico, J. (2015), «Recommender Systems in Industry: A Netflix Case Study», en Ricci, F., Rokach, L., Shapira, B. (eds.), *Recommender Systems Handbook*, Springer, Boston, MA.

Bazzara, L. (2021), «Datificación y streamificación de la cultura. Nubes, redes y algoritmos en el uso de las plataformas digitales», *In Mediaciones de la Comunicación*, 16(2), pp. 37-61.

Cañedo Rodríguez, Montserrat, y Diego Allen-Perkins (2023), «Mashups digitales. Algoritmos, cultura y antropología», *Disparidades. Revista de Antropología* 78(1): e001a.

Casas Alatríste, R. (2023), *Tu atención, por favor. Claves para captar la atención y generar contenidos sostenibles*, Acción Empresarial.

Casas Cortés, Maribel; Cañedo, Montserrat, y Diz, Carlos (2023), *Platform Capitalism*, publicado online el 18 de octubre de 2023.

Chayka, K. (2024), *Mundofiltro. Cómo los algoritmos han aplanado la cultura*, Gatopardo.

Christian, B. (2020), *The Alignment Problem: Machine Learning and Human Values*, Atlantic Books.

Federación de Gremios de Editores de España (2025), *Comercio interior del libro en España 2024*.

Fumagalli, A. (2025), *Is Platform Capitalism Socially Sustainable?*, Preprint. <https://doi.org/10.20944/preprints202503.1869.v1>

G. de Rivera, L. (2025), *Esclavos del algoritmo. Manual de resistencia en la era de la inteligencia artificial*, Debate.

- Gabelas Barroso, J. A.; García Marín, D., y Aparici, R. (2023), *La invasión del algoritmo*, Gedisa.
- Gómez, C. E. (2019), «Estudios críticos sobre algoritmos: ¿un punto de encuentro entre la ingeniería y las ciencias sociales?», *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad - CTS*, 14(41), pp. 215-232.
- González Arocha, Jorge (2025), «La economía de las intenciones: Un nuevo horizonte comercial impulsado por la IA», *Dialektika. Filosofía, cultura y sociedad*, 5 de enero de 2025.
- González Vázquez, I., Fernández Macías, E., Wright, S., y Villani, D. (2025), *Digital Monitoring, Algorithmic Management and the Platformisation of Work in Europe*, Publications Office of the European Union, Luxemburgo.
- Hao, K. (2025), *The Empire of AI: Dreams and Nightmares in Sam Altman's OpenAI*, Penguin Press.
- Hesmondhalgh, D. (ed.) (2025), *Music Streaming around the World*, Oakland, University of California Press.
- Llano Alonso, F. H. (2024), «La ética de los algoritmos», *Teoría & Derecho. Revista de Pensamiento Jurídico*, 37, pp. 70-89.
- Macías Rodríguez, H. J. (2023), «Entre el entretenimiento y la socialización: un acercamiento a la cultura digital adolescente a través de TikTok», *RICSH. Revista Iberoamericana de las Ciencias Sociales y Humanísticas*, 12(23), pp. 71-97.
- Pajkovic, N. (2021), «Algorithms and taste-making: Exposing the Netflix Recommender System's operational logics», *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*.
- Peirano, M. (2019), *El enemigo conoce el sistema. Manipulación de ideas, personas e influencias después de la economía de la atención*, Debate.
- Postman, N. (2018), *Tecnópolis. La rendición de la cultura a la tecnología*, Ediciones del Salmón.
- Radakovich, R. (2023), «Las matrices del gusto: De la distinción a los algoritmos», *Comunicación y Medios*, 32(48), pp. 69-91.
- Smith, B., y Linden, G. (2017), «Two Decades of Recommender Systems at Amazon.com», *IEEE Internet Computing*, vol. 21, n.º 3, mayo junio de 2017.
- Strickler, Y. (2020), *This could be our future: A manifesto for a more generous world*, Penguin Random House.
- Sued, G. E. (2022), «Culturas algorítmicas: conceptos y métodos para su estudio social», *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, Universidad Nacional Autónoma de México, nueva época, año LXVII, n.º 246, septiembre-diciembre de 2022, pp. 43-73.
- Terranova, T. (2017), «Red Stack Attack! Algoritmos, capital y la automatización del común», en Avanesian, A., y Reis, M. (comps.), *Aceleracionismo. Estrategias para una transición hacia el postcapitalismo*, Buenos Aires, Caja Negra, pp. 91-109.
- Tironi, M., y Valderrama, M. (2021), «Descolonizando los sistemas algorítmicos: diseño crítico para la problematización de algoritmos y datos digitales desde el Sur», *Palabra Clave*, 24(3), e2432.
- Unesco (2025), *Report of the Independent Expert Group on Artificial Intelligence and Culture*.
- Varoufakis, Y. (2024), *Tecnofeudalismo: El sigiloso sucesor del capitalismo*, Deusto.
- Zárate, M. (2023), «Lugar, algoritmos culturales, inteligencia artificial, un diálogo posible», *Arquitectonics: Mind, Land & Society*, marzo de 2023, n.º 34, pp. 111-141.

LA ERA DE LAS NEWSLETTERS

JORDI PÉREZ COLOMÉ

Reportero de tecnología en *El País*. Se ocupa sobre todo de las consecuencias sociales que provoca internet. Escribe cada semana una *newsletter* sobre los jaleos que provocan estos cambios con más de 160 000 suscriptores entre *email* y LinkedIn. Fue premio José Manuel Porquet 2012 e iRedes Letras Enredadas 2014. Ha dado y da clases en cinco universidades españolas. Es autor de varios libros de escritura, reportajes y redes. Entre otros estudios, es también filólogo italiano.

Las *newsletters* no son nuevas; llevan décadas de vida en este mundo. Tampoco vive ahora ese concepto su época de mayor popularidad. Sin embargo, este artículo se titula «La era de las *newsletters*». Tiene, lógicamente, una explicación que espero que sea razonable.

Newsletter es una palabra casi medieval que fue fermentando en la primera mitad del siglo xx. La traducción más sencilla es la de una «carta con noticias» o «con novedades». En los millones de libros en inglés que forman el repositorio de la base de datos del Google Ngram Viewer (un buscador de palabras en libros durante los últimos ciento veinte años para ver cómo evolucionan ideas), la palabra «newsletter» existe desde el siglo xix, pero empieza a crecer su uso en la década de los cuarenta. Y explota a finales del siglo xx. Después inició una lenta decadencia que solo se frenó hará ahora más o menos una década. Desde entonces, vive una aparente estabilidad.

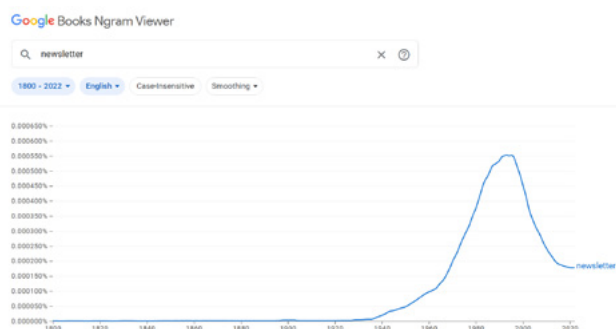


Gráfico de Google Ngram Viewer.

Esta cronología inicial me sirve para distinguir y explicar por qué, a pesar de esta decadencia reciente, es justo en estos años cuando hay que hablar de *newsletters*. Las *newsletters* del siglo xx eran sobre todo boletines comerciales de novedades. Era algo que las empresas mandaban a sus clientes para que estuvieran al tanto de sus nuevos productos. A finales del siglo xx, el *email* trajo su popularización extrema, que en unos pocos años se convirtió en *spam*, y luego en cansancio y casi desaparición como algo útil.

Esta es la prehistoria de las *newsletters*. La única relación entre aquella época y la actual es el

nombre y el canal. Entonces era más publicidad, vendehumo y descuentos. Era algo así como un catálogo electrónico que se mandaba como una botella al mar, por si alguien picaba y la abría. Ahora puede seguir siéndolo en muchos casos, pero la *newsletter* como concepto ha tomado un significado nuevo.

El cambio fue en 2016

Los cambios de tendencia no ocurren en un solo año. Pero si tuviera que escoger un momento concreto del cambio de concepto para las *newsletters*, sería 2016. Es fácil. Ese año será en el futuro uno de los momentos claves para entender la primera mitad del XXI. Ganó Trump, ganó el Brexit y las redes sociales pasaron a ser vistas de otro modo. Fue el fin de la época ingenua, feliz y revolucionaria de Silicon Valley. Esta nueva época coincidió con la dominación algorítmica del mundo: las redes ahora están programadas para darnos primero lo que funciona y, en segundo lugar, lo que nos interesa. Antes no era tan distinto, pero el algoritmo éramos nosotros: las cuentas que seguíamos nos interesaban y nos daban cosas que creíamos que tenían impacto para nosotros. Teníamos un poco más de poder de decisión sobre nuestro consumo de novedades.

Ahora las cuentas que seguimos en redes son solo una señal más para el algoritmo, pero hay muchas otras. El algoritmo sabe mejor que nosotros mismos en qué nos vamos a detener cuando hacemos *scroll*, qué vídeo veremos entero o solo la mitad, y en qué cuentas es más probable que dejemos un comentario. Eso tiene un beneficio inmediato para la plataforma: el algoritmo logra que acabemos estando más tiempo en la red y por tanto veamos más publicidad. Con este cambio, y con los años, hemos ido perdiendo algo que era importante para nuestra dieta de información cotidiana (que no son solo noticias, sino estrenos de películas, zapatillas nuevas o mejores parques naturales del sur de Francia): hoy vemos sobre todo vídeos muy divertidos,

memes graciosos, goles emblemáticos y escenas románticas increíbles, y por el camino hemos perdido una parte del consumo interesante de información quizá minoritaria, peculiar, pero importante.

Es un tipo de información difícil de definir, porque el cambio es más sofisticado de lo que parece: antes veíamos lo que nos interesaba y ahora también, porque el algoritmo sabe lo que nos gusta. Pero ese gusto nuestro ha quedado ofuscado por lo viral, lo general. Es más difícil llegar a ese gusto que definíamos nosotros casi sin querer. Tenemos menos sensación de control de nuestras redes. Por supuesto no nos aburren, pero tampoco nos llenan del todo. Hay un cierto vacío, pero no sabemos bien de qué.

Surgió un espacio variable, inestable, pero profundo: las newsletters, las cartas de humano a humano. ¿Qué aportaban, por qué eran distintas?

Antes, los medios cubrían esos huecos porque daban un poco de todo. Leías un periódico o veías un telediario y a la fuerza te comías el «menú» completo del día. Aunque entonces el problema era el opuesto: todo era demasiado genérico. No llegaban a tus gustos profundos (la música jazz de los setenta, el arte checo pre perestroika, el surf en las costas de Asia). Las redes iniciales eran un buen complemento a esos telediarios para todos. Pero luego el algoritmo dirigió nuestro gusto hacia otras esquinas. Las redes pasaron a parecerse más a unos «vídeos de primera» salpicados de información y opiniones a menudo muy exageradas. Así, entre los medios demasiado anquilosados y las redes demasiado chisporroteantes surgió un espacio variable, inestable, pero profundo. Ahí resucitó el concepto de las *newsletters*, de las cartas de humano a humano. ¿Qué aportaban, por qué eran distintas? No eran nada que resolviera ningún problema del todo, seguían siendo algo minoritario, pero daban de nuevo cierto control: esto es lo que quiero tener cerca de mí siempre que salga, en mi bandeja de entrada. Junto a ese detalle clave,

tienen para mí cinco características básicas que les dan su aire distinto.

1/ El tono es humano, personal. Si solo una cosa debiera definir a las *newsletters* es el tono, la personalidad. Es la clave que une el resto de las características. Una *newsletter*, que ha sido siempre una «carta de novedades», es hoy más una carta que un puñado de novedades. Es, en el fondo, un humano que escribe a otro humano. La primera persona es importante. Escoge de lo que habla, hace una curación de hechos, de productos culturales, de noticias. Pero, sobre todo, lo hace desde su punto de vista. Es su opinión, su talante, y es un tono cercano, poco engolado: ni clama atención a gritos como en las redes ni es el más oxidado de los medios. Es una carta que dice «hola, esto es lo que sé, o lo que creo, o lo que me gusta, y lo cuento con mis palabras». Es como un comentario más o menos largo, con sus dudas y titubeos. Pero no hay jefes, algoritmos ni obligaciones detrás. Es una de las comunicaciones más humanas de la era digital.

Las redes sociales originales trajeron precisamente algo así y fue una de sus grandes novedades. Leíamos las emociones de otros usuarios, lo que desayunaban, dónde iban pasar el día o las vacaciones. Era gente que nos enseñaba su diario y no tenían la pretensión estricta de presumir o viralizar. Simplemente nos interesaba. Era personal, al contrario que el tono aparentemente objetivo de los medios, burocrático. Pero la masificación fue corrompiendo la sinceridad y el algoritmo se fue llevando esa humanidad en favor de la viralidad, que no es solo una foto o un vídeo, es exageración, también en el tono: todo es más rimbombante y en el fondo insufrible. Llega a fatigar. Ya no se trata de contar unas vacaciones normales, es contar la caída de un camarero, la pelea con un tiburón o la foto escenificada con la mejor escena. Es un esfuerzo, a menudo guionizado, pero poco humano. Las redes eran entretenidas, pero ya se iban pareciendo más a los antiguos medios en su impersonalidad y el esfuerzo óptimo por la audiencia, el clic. El tono de las *newsletters* las distingue. Por su formato, no pueden jugar tanto a eso.

2/ La bandeja de entrada, el último reducto. Y no juegan tanto a eso porque su destino es un lugar cerrado y privado: la bandeja de entrada. De todo el espacio digital que tenemos a nuestro alrededor, la bandeja de entrada del correo electrónico es uno de los dos más privados. El otro, más íntimo aún, es nuestra app de mensajería principal: WhatsApp, Messenger, Telegram o los mensajes directos de Instagram. Esos espacios son tan íntimos que de momento no hemos dejado entrar apenas publicidad ni mensajes no privados. Aunque algunos ya se están abriendo, como los estados o los canales de WhatsApp.

Si alguien me ofreciera bastante dinero por ver mi WhatsApp o mi bandeja de entrada, tendría dudas. Pero cedería con el *email*. En parte es gracias a las docenas de *newsletters* que recibo. Mi bandeja de entrada sigue siendo muy privada, pero gracias a las *newsletters* se ha convertido en una pequeña portada en movimiento de internet. No es como me entero de las noticias grandes (alertas de medios) ni de las noticias pequeñas (X, TikTok, Reddit), pero sí es como me entero de «cosas» o, mejor aún, las entiendo.



Captura de pantalla de la red social X.

De qué «cosas» hablaré luego, pero el *email* es el lugar más tranquilo de todos estos frentes informativos, donde hay gente de cierta confianza, donde lo que me llega no depende de la última hora, donde hay gente que quiere contar algo sin un exceso de exageración ni verborrea. Esto es importante. He convertido mi bandeja de entrada en lo que antes era un RSS, un lugar donde se iban acumulando textos de medios y blogs de gente que te parecía interesante. La actualidad es importante, pero no es decisiva.

My family built Venezuela's petrostate - Even power needs a day off. Feb 21, 2026 View...	
POLITICO Playbook	Why Trump's locked in his own Cabinet - Presented by American Beverage: The unofficial guide to ... 5:04 PM
Why is this interer.	The Saturday Selection, Vol. 93 - On women's sizing, blue skies, The Simpsons, and songwriting. ... 5:02 PM
The Information	AI is Coming for Software's Business Model - Subscribe now for \$149 and save 25% on the first ye... 5:02 PM
Gustavo Arellano	Canto CDKLY: Kareem Living the Dream - Or: A fashh fiesta ... 4:39 PM
Larissa Zimberoff	The healthy gift in our gut - In this issue: A new study pinpoints key gut microbes in healthy people... 4:31 PM
Abram Brown	Weekend: Google, AI Rock Star? - Welcome, Weekenders! In this newsletter: • The Big Read: A rad... 4:02 PM
NewsGuard's Reality.	Reality Check Podcast: ChatGPT and Gemini Fail to Stop their AI Voice Tools from Spreading F... 4:02 PM
El Times	Cómo resistir el resto del invierno - El equipo de Well comparte sus consejos para lidiar con los de... 4:00 PM
CJR Editors	Weird and Weirder - A "revelation" brings hope, MAGA media keeps getting stronger, and loc... 3:03 PM
The New York Times	The Book Review: A great historical whodunit - Plus the early life of a seventh-century saint. Ve... 2:01 PM
Weekend Reads from .	What are LLMs parameters and what do they do? - Plus, the secrets of how AI really works. Subscr... 2:01 PM
Mike Allen	Asios AM: Trump hits red line - Plus: Inside the Internet Archive Saturday, February 21, 2026... 1:39 PM

La bandeja de entrada como centro de operaciones.

Cada newsletter es una pequeña bombilla en su tema o su mundillo con una pequeña comunidad alrededor.

3/ Hay más autores libres. Desde los años noventa, el precio de publicar y llegar a una audiencia masiva ha bajado muchísimo. Antes los emisores debían tener una antena con su licencia o una rotativa, ahora basta con tener una conexión a internet. Ese cambio permitió la primera oleada de *newsletters*, que provocaron el *spam* y el cansancio: ya no hacía falta el correo postal, sino que bastaba con el correo electrónico.

Con este abaratamiento llegó luego la disgregación de medios gracias a internet y la aparición de las redes, lo que ha ido provocando que haya más gente capaz de crear y tener la constancia de llevar una *newsletter*. No solo son escritores o creadores que empiezan directamente con su *newsletter*, sino también redactores o periodistas que se quedan sin trabajo o deciden abandonarlo porque prefieren trabajar solos o creen que ganarán más dinero.

4/ Son bombillas, no fluorescentes. Las *newsletters* tienen la ventaja de no tener ninguna aspiración de totalidad. Cuentan lo que les pasa por delante y les interesa. Me gusta la imagen de las *newsletters* como bombillas en el enorme espacio abierto que es internet. Facebook o TikTok son más bien fluorescentes en naves industriales. Tienen de todo para todos, siempre en movimiento, como si fuera un centro logístico de Amazon. Cada *newsletter*, en cambio, es una pequeña bombilla en su tema o su mundillo con una pequeña comunidad alrededor. El reto es qué tipo de lámpara ponerle a esa bombilla y cómo crear una pequeña comunidad. Hay muchas maneras.

Aquí es donde hablo de esas «cosas» que no son ni grandes ni pequeñas noticias. O sí lo son, pero desde otro punto de vista. Las *newsletters* tienden al comentario, a la opinión sobre los hechos de este mundo. Cuando digo «comentario» no quiero decir solo «esto es lo que yo creo», sino simplemente eso, comentar lo que es más importante, los motivos por los que has escogido ir a una expo, o has visto los Oscar, o incluso te has sentido mal observando algo por la calle. O las noticias que más te importan por orden.

Las *newsletters*, por tanto, no aspiran a cubrirlo todo. Son miradas. Muchas *newsletters* siguen girando en torno a estrellas, a opinadores reconocidos, no a periodistas o escritores de a pie. Sigue siendo más fácil vender una opinión llamativa que una buena crónica de lo que pasó en un lugar poco destacable. Hay algo importante sobre el contenido de las *newsletters*: la mayor parte del tiempo son curación de la realidad, las mejores exposiciones, la opinión pensada sobre la mejor IA, los equipos que pasarán a la siguiente fase.

Esta mezcla de tono, mirada, selección requiere un estilo y talante concretos. No es fácil de adquirir y es un reflejo de una personalidad. Por eso la IA, que puede ser una gran escritora de *newsletters*, no alcanzará por sí sola el éxito.

5/ Hay herramientas extremadamente simples para crearlas. Substack es la marca que se ha hecho más célebre para la creación de *newsletters* en unos minutos. Pero hay más: Ghost, Beehiiv, Buttondown. No todas dan lo mismo. Cuando los fundadores de Substack lanzaron su empresa en 2017, su objetivo era simplemente gestionar todo lo que no fuera escribir: suscripciones, pagos, envíos: «Substack está pensado para escritores que deciden ir por libre. Algunos son profesionales que pueden dejar su trabajo y ganarse la vida volcando su experiencia en publicaciones propias, que controlan de principio a fin. Otros escriben a tiempo parcial: trabajan como profesores, académicos, operarios, agentes de seguros, administrativos, comerciales —o en mil cosas más— y ahora pueden ganar dinero escribiendo sobre lo que realmente les apasiona. También hay escritores y editores con espíritu emprendedor que se juntan para montar desde cero medios independientes, centrados en temas que los grandes medios no suelen cubrir bien».

La newsletter nueva la manda una persona, la anterior la enviaba una institución, empresa u organización.

Aquí vuelvo a la distinción inicial sobre las *newsletters*. Esto que describen los fundadores de Substack es el nuevo concepto de esta palabra popularizado hacia 2016. Pero el otro, más de publicidad o comercial, sobrevive y también tiene herramientas simples para ser gestionado: MailChimp, ConvertKit, MailerLite. Esta variedad y complejidad constituye la segunda parte de este artículo.

La cultura como tema: no todo es personal

La gran diferencia entre la *newsletter* original y el nuevo concepto es el emisor. La *newsletter* nueva la manda una persona, la anterior la enviaba una institución, empresa u organización. En el sector de la cultura hay mucho de esto: cines,

programadores de conciertos, museos, editoriales. Es difícil hacer que estas organizaciones colectivas tengan una voz reconocible. Aunque no es imposible: puede crearse una voz propia anónima (como las cuentas en redes de Ryanair o Burger King) o, más fácil, encargar la *newsletter* a alguien de la organización que haga un esfuerzo por hacerla suya.

Aquí viene el segundo elemento clave en todo esto y en gran parte del mundo editorial: cómo lograr ofrecer un valor para el suscriptor. Normalmente ver o leer algo en internet requiere un mínimo esfuerzo, pero que acaba resultando difícil de lograr: un clic. En las *newsletters* necesitas otro esfuerzo aparte del clic: la suscripción con un *email*. Una vez logrado, sin embargo, ese clic es más factible. Una buena tasa de apertura de una *newsletter* ronda el 40 %: si tienes cien mil suscriptores, eso son cuarenta mil interesados. Es muchísimo. El porcentaje suele ser menor, pero sigue siendo mucho mayor que en la web abierta o en plataformas.

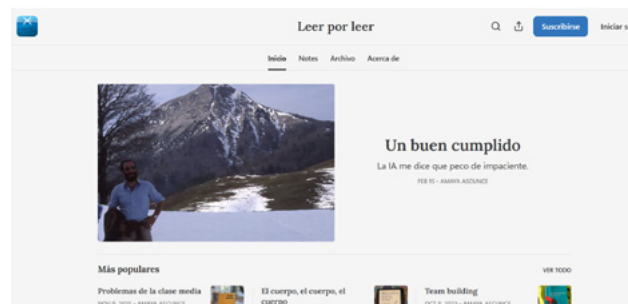
Tras esta salvedad de porcentajes, ¿cómo consigue una *newsletter* «valor para el suscriptor»? Esta es la pregunta clave para cualquier emisor de *newsletters*: ¿qué debo poner o escribir aquí que le sirva, ahorre tiempo o entretenga al receptor? Esa pregunta no es igual para una filmoteca que para una galería pequeña, o para una lectora de novelas interesada en compartir sus gustos. Pero si todo lo que una galería hace ahora es mandar la programación, sus opciones de aumentar la tasa de apertura es menor. ¿Qué alternativas hay? Ofrecer algo más. Hay montones de ideas: hablar de un artista emergente, analizar una obra reciente, proponer muestras en otros lugares o ciudades, hacer listas de cosas vinculadas a su sector para que los receptores tengan más información y más ordenada.

He empezado hablando del tono y de la bombilla porque son elementos que pueden aportar valor: nos interesa a menudo más «mis libros del año» que «los más vendidos del año» o las «películas, o exposiciones, o cuadros, o artistas, o

compañías de danza, que más he disfrutado este mes o año, o este Arco o Festival de Venecia».

Aparte del valor que aportan a sus suscriptores, el reto más complejo de estas publicaciones es la constancia.

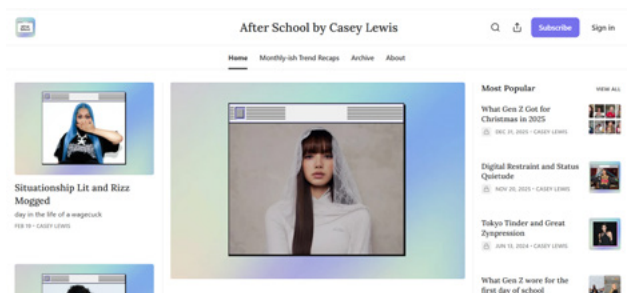
En español hay bastante margen para crecer. Las *newsletters* más grandes están vinculadas a periódicos (y se nutren en parte de sus bases de datos), o son muy informativas (*Kloshletter*, *Zumitow*, *Multiversal*) o tecnológicas (*Bonilista*, *Suma Positiva*, *Ecotechers*). También hay algunas de temas más culturales muy vinculadas a sus creadores, como es habitual: *Nada importa* o *Leer por leer*. Aparte del valor que aportan a sus suscriptores, el reto más complejo de estas publicaciones es la constancia. Cumplir con la periodicidad que cada cual se imponga parece menor, pero es una dificultad extraordinaria. Siempre hay cosas que hacer y una *newsletter* con algo de valor añadido no solo requiere escribirla y montarla, sino pensarla antes. Es trabajo extra.



Interfaz de *Leer por Leer* en Substack.

La mayoría de las ideas también están ya pilladas. Pero el margen para añadir toques humanos es enorme. Las *newsletters* de autor en inglés más grandes del mundo son también curación y comentario de noticias con un punto de vista o tecnología. Pero en las listas de temas culturales hay destellos de cosas interesantes que se pueden replicar o al menos tomar nota. Haley Nahman hace en *Maybe Baby* una especie de análisis cultural de la realidad. Está muy vinculada a la cultura digital, pero sus temas son de una profundidad notable. *After School*, de Casey

Lewis, es una *newsletter* increíblemente útil sobre el consumo y la cultura de la generación Z, los menores de treinta años. *The Audacity*, de Roxanne Gay, es una mirada feminista a los follones culturales con su muy atractivo club de lectura. Austin Kleon es un artista que ha escrito *bestsellers* sobre creatividad; en su *newsletter* hace listas que pueden aportar muchas ideas sobre asuntos culturales. Muchos otros artistas usan sus *newsletters* como diario creativo o bloc de notas sobre temas creativos mediante los cuales aclarar sus ideas y compartirlas con su audiencia. Es un modo evidente de encontrar nuevos clientes o compradores. O también para dar con gente interesada en sus cursos sobre pedagogía vocal o creación de libros infantiles.



Captura de la newsletter 'After School' de Casey Lewis.

Hay muchos problemas en las previsiones

En todo el artículo hay un tema complicado que apenas he tocado: el económico. El motivo está claro, diría: en las organizaciones, los ingresos llegan por otros lados. La *newsletter* es solo un apoyo. Pero para otro tipo de creadores es uno de los retos más complejos de resolver. La inmensa mayoría de las *newsletters* tienen un puñado de suscriptores gratuitos. El paso a pago es una de las cuentas más empinadas de internet.

Por este motivo, las *newsletters* más consolidadas en español están vinculadas a medios. Buscan tráfico e influencia, pero no son el sostén financiero de sus autores. Es uno de los grandes agujeros de esta lengua respecto al inglés, donde sí hay cientos, miles de *newsletters* que

sobreviven por sí mismas. Y muchas, además, están vinculadas a otros ingresos de sus autores, como libros o cursos.

Pero una vez conseguido ese sustento, una *newsletter* funciona mucho mejor que un libro para la mayoría de los autores. Es un ingreso fijo mensual por ir escribiendo. No dependes de un solo objeto que se publica, con suerte, cada dos años. Encima en un campo con menos *bestsellers* que la literatura: la no ficción.

Otro de los retos actuales es que la inmensa cantidad de *newsletters* personales se convierta en excesiva. Y que eso lleve a algunas a gritar como si fueran mensajes virales, con titulares llamativos y absurdos. Ya está ocurriendo, de hecho, y es un poco inevitable. Cuando hay mucho de algo, hay que llamar la atención como sea. Luego esto puede provocar que el afán de suscribirse hunda algunas bandejas de entrada en algo parecido al *spam* y los usuarios huyan de todas por falta de gestión o mantenimiento. La masificación es uno de los grandes problemas para el futuro de las *newsletters*. Pero no el peor.

A medio y largo plazo hay un futuro que matará las *newsletters*. No es la falta de interés por la lectura de las generaciones más jóvenes, que también podría ser. Es algo mucho más básico: su desprecio y desinterés por el correo electrónico. Los menores de veinticinco ya no ven el *email* como una herramienta de comunicación. Es más como una contraseña: lo que necesitas para loguearte en redes y quizá para escribir a algún servicio técnico o una reclamación. Pero nada más.

Por eso Substack aspira a convertirse en una red propia, donde la gente vaya como destino final a ver reflexiones más elaboradas sobre temas que le interesan. Pero el sinfín de redes y plataformas que habrá en unos años hará casi imposible que esto sea viable. La evolución de las *newsletters*, que en el fondo son los blogs de esta década, es difícil de imaginar. Es probable que surja algún formato que no sea el *email* donde se hagan

estas reflexiones. En parte ya hay tiktoks que son en realidad *newsletters* leídas. No es lo mismo, pero quizá sea lo más parecido en 2035.

Esta sería una prospectiva intermedia. La supervivencia del género convertido en una especie de carta leída a cámara. No es descabellado que alguna red del futuro combine vídeo (sobre todo) con fotos y texto en un solo *feed*. Ya las hay. X lo es en parte, aunque es difícil cambiar su espíritu original. Pero Upscrolled, popularizada durante unos pocos días gracias a la debacle temporal de TikTok en Estados Unidos en enero, ya combina todo eso en un solo *feed* o cronología. Otra cosa es que en algún momento haya gente suficiente allí. Es dudoso. Por eso el *email* ha sido, a pesar de ser engorroso tener que suscribirse, una vía útil: todo el mundo tiene hoy bandeja de entrada. Así que si te interesa algo por *email*, al menos tienes una cuenta, un lugar donde recibirlo. No está claro que eso ocurra cuando el *email* no sea uno de nuestros repositorios principales de información. Mientras eso llegue, disfrutemos de estos diez o quince años de calma tensa, donde las *newsletters* podrán seguir siendo una razonable herramienta de difusión.

La evolución de las newsletters, que en el fondo son los blogs de esta década, es difícil de imaginar.

La prospectiva más optimista y no descabellada es que siempre habrá un porcentaje de la sociedad interesado en el contenido de las *newsletters*. Será un público que prefiera leer en silencio durante unos minutos algo para entenderlo. O que quiera seguir sabiendo qué pone el cine de la esquina y no solo Netflix. Es muy probable que no le llegue a la bandeja de entrada, o sí, pero es improbable que sea un lugar que consulte a menudo. El debate sobre el futuro de la lectura es probablemente real. Los artículos que dicen que la concentración de los jóvenes durante dos horas es imposible igual tienen algo de razón. Pero es igual de posible que exageren mucho. Quizá lo que hacen es mirar el móvil un par de ratos, pero la atención se mantiene, al menos en un grupo sustancial. Nadie, en realidad, lo sabe. Pero es posible que sea el panorama más optimista para el futuro.

Referencias

<https://afterschool.substack.com>

<https://austinkleon.com/newsletter>

<https://bonilista.substack.com>

<https://buttondown.email>

<https://convertkit.com>

<https://ecotechers.substack.com>

<https://ghost.org>

<https://kloshletter.com>

<https://leerporleer.substack.com>

<https://mailchimp.com>

<https://maybebaby.substack.com>

<https://multiversal.es>

<https://nadaimporta.substack.com>

<https://roxanegay.substack.com>

<https://substack.com>

<https://sumapositiva.com>

<https://www.beehiiv.com>

<https://www.mailerlite.com>

<https://zumitow.com>

EL FACSIMIL EN LA ERA DIGITAL. NUEVAS FORMAS DE PRESERVAR Y DIFUNDIR EL PATRIMONIO CULTURAL

CARLOS BAYOD LUCINI Y BLANCA BALBUENA LORENZO
FUNDACIÓN FACTUM PARA LA TECNOLOGÍA
DIGITAL EN LA PRESERVACIÓN

Carlos Bayod Lucini es doctor en Historia y Teoría del Arte por la Universidad Autónoma de Madrid y arquitecto por la Universidad Politécnica de Madrid. Como director de proyectos en la Fundación Factum, su trabajo se centra en el desarrollo y la aplicación de tecnología digital para la documentación, estudio y difusión del patrimonio artístico y cultural. Entre otros muchos proyectos, ha dirigido el primer escaneado en alta resolución de la tumba de Seti I, los cartones de Rafael en el Victoria & Albert Museum o las pinturas negras de Goya en el Museo del Prado. Ha diseñado exposiciones como *The Materiality of the Aura. New Technologies for Preservation*, y ha publicado artículos sobre tecnología, conservación digital y museología, reivindicando la importancia de los facsímiles para la protección de las obras de arte. Bayod es conferenciante habitual y ha sido profesor del máster en Historic Preservation de la Universidad de Columbia (Nueva York).

Blanca Balbuena Lorenzo es coordinadora de proyectos en la Fundación Factum, centrados en la digitalización y la producción de facsímiles con el objetivo de preservar el patrimonio cultural, así como en el desarrollo de proyectos expositivos y de investigación. Es graduada en Conservación y Restauración por la UCM y se especializó en Historic Preservation gracias a una beca Fulbright en la Universidad de Columbia de Nueva York. Su principal interés reside en la búsqueda de alternativas para la repatriación del patrimonio, especialmente a través del uso de nuevas tecnologías, tema que desarrolló en su tesis de máster: *Cultural Diplomacy and Transnational Heritage*¹.

¹ <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/jwv4-0997>.

Introducción. Del grabado de reproducción a la reproducción del grabado

La entrada principal al palacio de Goyeneche, sede de la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando, se encuentra en el número 13 de la calle de Alcalá de Madrid. La misma puerta da acceso a la Calcografía Nacional, una de las instituciones más importantes para la custodia y conservación de matrices de grabado, con una colección de más de diez mil planchas de cobre originales de los siglos XVIII al XX. La historia del grabado es la historia del arte y la ciencia de la reproducción de la imagen: las sucesivas técnicas y materiales desarrollados para transferir información de un medio a otro han dejado progresivamente su huella en la superficie de las matrices y las estampas. La superficie de las planchas nos habla de su trayectoria histórica, y su estudio ayuda a comprender cómo las ideas del pasado se han transmitido a nuestro contexto cultural actual.

En octubre de 2023, la Fundación Factum escaneó una selección de planchas de grabado de Goya, pertenecientes a las principales series de matrices originales que conforman el núcleo del archivo de la Calcografía Nacional.² El objetivo: demostrar las posibilidades que ofrece el escaneado en alta resolución de superficies para conservar, estudiar y difundir obras originales. Se empleó para ello el escáner Selene³, un sistema pionero desarrollado por Factum que documenta

tridimensionalmente la superficie de objetos de muy bajo relieve, como pueden ser las planchas o, incluso, las propias estampas. Selene es una herramienta basada en una técnica adaptada de la denominada fotometría estéreo,⁴ desarrollada para contribuir a la preservación del patrimonio de museos, archivos y bibliotecas.⁵ Gracias a Selene se pudo obtener por primera vez datos precisos de este conjunto único, cuya topografía contiene la huella visible y mensurable de las incisiones trazadas por el mismo Goya.



El sistema Selene PSS es el último desarrollo de la Fundación Factum. © foto: Jorge Cano | Factum Foundation.

² Durante dos días se digitalizaron varias láminas de cobre de las series *Caprichos*, *Desastres de la guerra*, *Disparates*, y del conjunto basado en cuadros de Velázquez realizado por Goya. El proyecto fue realizado en colaboración con la Calcografía Nacional y su responsable, Javier Blas. Para más información sobre la colección, ver <https://www.realacademiabellasartessanfernando.com/goia/goia-en-la-calcografia-nacional/>.

³ Para consultar información técnica y proyectos realizados con el sistema Selene PSS, visitar el siguiente enlace: <https://factumfoundation.org/our-projects/institutional-collaborations/archio-x-analysing-and-recording-cultural-heritage-in-oxford/>.

- ⁴ La superficie se plantea en secciones de 24 x 18 cm, y cada una de ellas se fotografía sucesivamente iluminándola en cuatro direcciones (arriba, derecha, abajo, izquierda). De esta forma se obtiene un grupo de cuatro imágenes, cada una con un patrón propio de luces y sombras, con las que, tras procesarlas con un software específico, se recrea el relieve superficial como un mapa de alturas. Al emplear fotografías en alta resolución, la restitución digital de la superficie presenta un altísimo grado de detalle, alcanzando una resolución espacial de 25 micras (un punto de información cada 0,025 mm). Varias secciones de escaneado se pueden alinear entre sí como un mosaico para completar la superficie total de un objeto.
- ⁵ Selene Circle es el nombre de la red de usuarios del sistema Selene desarrollado por la Fundación Factum, compuesto por las siguientes instituciones: The Bodleian Libraries (Oxford), The British Museum (Londres), John Rylands Library (Manchester), Instituto Valencia de Don Juan (Madrid), National Gallery of Art (Washington DC), Princeton University Library (Nueva Jersey), Georgia Museum of Art (Athens, Georgia) y Vatican Apostolic Library (Ciudad del Vaticano).

El escaneado de superficie también hace posible un nuevo tipo de transferencia de información: del modelo digital a su fiel reproducción material. Sin entrar en contacto directo con la plancha, el mapa de alturas obtenido con Selene permite recrear una topografía en un medio físico y a tamaño real, manteniendo todas las cualidades formales del original, a través de procesos de prototipado 3D conocidos como Elevated Printing⁶. Este camino de ida y vuelta —del objeto material a su representación digital, y de ahí a una nueva materialidad— condensa el núcleo del trabajo de la Fundación Factum, el origen y el fin de una labor de investigación y desarrollo que busca redefinir el modo en que nos relacionamos con los objetos culturales. La recreación del carácter único de una superficie por medios digitales y su posterior rematerialización como facsímil en un nuevo soporte amplía radicalmente las posibilidades de interactuar con la obra de arte.

El facsímil digital abre hoy la puerta a una difusión más inclusiva, sostenible y global del conjunto de los elementos que definen nuestro patrimonio cultural.

El escaneado realizado por Factum no buscaba obtener datos para una recreación material. El fin era la demostración y puesta en práctica de una nueva tecnología de captura digital aplicada a la documentación de unas planchas únicas que, tras un complejo proceso de conservación realizado por el equipo de la Calcografía Nacional, volvían a mostrar su superficie de cobre expuesta, y el trazo más legible y veraz.⁷ Goya

⁶ Elevated Printing, tecnología patentada y desarrollada por Canon Production Printing. Para ver ejemplos de la aplicación de la tecnología a proyectos de patrimonio cultural, ver <https://factumfoundation.org/technology/physical-output/elevated-printing/>.

⁷ Las planchas de Goya habían estado durante décadas cubiertas por una capa de acerado que se aplicó sobre la superficie de cobre original y la protegía con vistas a la realización de múltiples estampaciones. Para más información, ver <https://www.>

logró fusionar el aguafuerte (lineal) y el aguatinta (tonal) para crear sus originales composiciones artísticas. Pero, más allá de la capacidad del grabado para la expresión creativa, nos interesa aquí fijarnos en su alcance como método ejemplar para la difusión de imágenes.

El grabado de reproducción ha permitido acercar las obras de arte a un público más amplio. Se han utilizado grabados —como ilustración de libros, o bien como láminas sueltas— para la educación y la diseminación del conocimiento a través de la reproducción de pinturas y otras obras de arte, monumentos arquitectónicos, vistas urbanas o elementos de la naturaleza, por mencionar solo algunos de los temas habituales. La reproducción de una imagen o unidad de información en un medio distinto, empleando para ello la tecnología disponible en cada momento, ha sido clave para propiciar el acceso universal a la información. Desde este mismo espíritu, como veremos a continuación, el facsímil digital abre hoy la puerta a una difusión más inclusiva, sostenible y global del conjunto de los elementos que definen nuestro patrimonio cultural.

Réplicas analógicas para la difusión de imágenes e ideas

Históricamente, los vaciados de obra escultórica como instrumentos educativos han desempeñado un papel en gran medida similar al de los grabados de reproducción para obra pictórica: favorecer una difusión y un acceso mayoritario a obras maestras que, de otro modo, solo estaban accesibles para una minoría. Se cita con frecuencia la apuesta de instituciones como el museo Victoria & Albert de Londres, que, a principios de la década de 1850, ya contaba con importantes y numerosos vaciados como parte de su colección, y continuó promoviendo su realización.⁸

realacademiabellasartessanfernando.com/noticias/academia/conservacion-de-las-laminas-de-goya/.

⁸ Buena parte de este conjunto puede verse hoy en la sala de los Cast Courts, que expone

Además de recrear la forma y la textura, la correcta reproducción del color ha propiciado el desarrollo de técnicas específicas que garanticen la precisión como parte de una serie con fines a la difusión de una obra. A principios del siglo XIX se patenta la cromolitografía, una técnica de reproducción de imágenes a color mediante la estampación de piedras litográficas, que resultó esencial para la propagación del arte hispanomusulmán y la difusión del interés foráneo por nuestro pasado islámico.

Desde mediados del siglo XIX la fotografía impulsó una transmisión del patrimonio cultural de alcance total.⁹ La aparición de la fotografía acabó así con la función documental del grabado de reproducción, que pasó a redefinir su importancia como medio de expresión artística. La progresiva inclusión de fotografías en las publicaciones de finales del XIX cambió para siempre el modo en que se estudiaba la historia del arte.¹⁰

Hoy se emplean de forma habitual diversas técnicas de captura digital como parte de la labor de documentación en museos y otras instituciones culturales, para registrar tanto el espectro visible (fotografía) como el no visible (radiografía con rayos X, reflectografía con infrarrojos o luz ultravioleta, entre otras técnicas) de las obras de arte. De manera complementaria, el uso de sistemas de escaneado 3D (triangulación láser, luz estructurada, fotogrametría, etc.) para la

monumentales ejemplos del arte y la arquitectura occidentales. Uno de los más importantes es la reproducción del Pórtico de la Gloria de la catedral de Santiago de Compostela, trabajo llevado a cabo por Domenico Brucciani en 1866.

⁹ Grandes proyectos de fotografía documental, como los llevados a cabo por los hermanos Alinari en Italia o Jean Laurent en España, permitieron dar a conocer pinturas, esculturas, edificios y ciudades con gran precisión.

¹⁰ Anthony Hamber, «Photography in nineteenth-century art publications», en Rodney Palmer y Thomas Frangenberg (eds.), *The Rise of the Image: Essays on the History of the Illustrated Art Book*, Abingdon (Oxfordshire), Routledge, 2003, pp. 215-244.

documentación de forma y relieve ha sido un campo de creciente desarrollo desde principios del presente siglo.

El facsímil, creado con tecnología digital pero a la vez tangible desde su materialidad, tiene la capacidad de escribir un nuevo capítulo en la historia de la difusión de objetos culturales.

Cada nuevo desarrollo tecnológico, por tanto, multiplica las posibilidades de conocimiento y difusión del patrimonio. La restitución de las cualidades únicas de una obra en un medio digital consigue hoy un acceso remoto, instantáneo y ubicuo, si bien a costa de la experiencia física e inmediata de la contemplación *in situ* del objeto material. Es en este campo donde el facsímil, creado con tecnología digital, pero a la vez tangible desde su materialidad, tiene la capacidad de escribir un nuevo capítulo en la historia de la difusión de objetos culturales.

Facsímiles para una recontextualización del patrimonio

En 2005, Factum ya empleó tecnología de escaneado láser para digitalizar la superficie de una primera edición de un grabado de los *Caprichos*,¹¹ obteniendo un archivo digital con suficiente resolución para mostrar el relieve de las líneas causado por la presión del tórculo, además de otras sutiles marcas de la impresión y leves irregularidades en la superficie del papel.¹² La prueba se realizó con el escáner Seti, un sistema específicamente adaptado por Factum para digitalizar en 3D superficies de bajo relieve, y

¹¹ Para más información, ver <https://www.factum-arte.com/pag/304/los-caprichos>

¹² En este momento, el intento por digitalizar también la plancha metálica (entonces con la superficie de cobre todavía cubierta por el acerado) no arrojó datos de calidad, debido a la característica reflectante del material, que provocaba la aparición de «ruido» en la superficie digital.

que fue empleado por primera vez en 2001 en la tumba de Seti I, en el que sería el primero de una serie de proyectos llevados a cabo en Luxor por la fundación, que, en colaboración con el Ministerio de Turismo y Antigüedades de Egipto, ha puesto en práctica una aproximación basada en la preservación sin contacto para sitios arqueológicos de frágil condición.¹³



El facsímil de la cámara funeraria de Tutankamón fue instalado en 2014.

© foto: Alicia Guirao | Factum Foundation.

Quince años después de la primera campaña, Factum regresó a la tumba de Seti I con nuevas tecnologías de captura, para completar el escaneado de la totalidad de los relieves. Entre 2016 y 2021 se consiguió escanear un área de cientos de metros cuadrados de superficie en alta resolución (en relieve y color), gracias a la combinación del escáner 3D Lucida (desarrollado con el artista e ingeniero Manuel Franquelo) con otros sistemas como la fotogrametría, la fotografía

¹³ En 2009 Factum digitalizó en color y 3D (con una nueva adaptación del escáner Seti) el sarcófago y las pinturas murales de la cámara funeraria de Tutankamón, como base para la realización del primer facsímil 3D autorizado de la tumba, instalado de forma permanente desde 2014 a la entrada del Valle de los Reyes. Los proyectos de digitalización y transferencia tecnológica de la Fundación Factum en Luxor se enmarcan en la Theban Necropolis Preservation Initiative. Para más información, ver https://factumfoundation.org/wp-content/uploads/tnpi_report_sept2020.pdf

panorámica de color o el escaneado LiDAR, generando un repositorio detallado del estado de conservación de la tumba de Seti I.¹⁴

A partir de los datos obtenidos, se espera completar la reproducción facsímil de la tumba completa, a escala real y en alta resolución, para su instalación permanente próxima al sitio original. Hasta que llegue ese momento, y a modo de prueba de concepto, Factum realizó en 2017 el facsímil de una serie de salas de la tumba para una exposición temporal en el Museo de Antigüedades de Basilea (Suiza).¹⁵ Esta reproducción permitió recorrer los espacios de las cámaras y los pasillos del monumento de Seti I lejos de su ubicación original. Desde una representación de sus relieves en un nuevo contexto, se invitaba al visitante a experimentar una aproximación cercana, casi íntima, con la complejidad material de la superficie.



Detalle de la reproducción de relieves murales de la tumba de Seti I en Basilea.

© foto: Oak Taylor-Smith | Factum Foundation.

¹⁴ En línea con la política habitual de la Fundación Factum, la información digital obtenida en este proyecto se entregó y pertenece al propietario o custodio del bien original, en este caso el Ministerio de Turismo y Antigüedades de Egipto, que posee todos los derechos sobre los datos.

¹⁵ La exposición de Basilea mostraba el facsímil de una sección de la tumba de Seti junto a piezas originales, y reflexionaba sobre la evolución de su estado de conservación desde su descubrimiento en 1817 y sobre el desarrollo de la propia noción de conservación a lo largo de doscientos años. Ver <https://factumfoundation.org/wp-content/uploads/Factum-Two-Hundred-Years-Tomb-of-Seti-the-I.pdf>

El uso de facsímiles como parte de exposiciones temporales (compartiendo o no espacio con originales) es un área de creciente interés, que permite mostrar obras que no podrán nunca verse fuera de su ubicación original (por estar ligadas a un terreno o un edificio histórico), o cuyo desplazamiento resulta inadecuado para su conservación. Los facsímiles permiten que las obras viajen y puedan apreciarse en un nuevo contexto, en diálogo inédito con otras piezas. El trabajo del comisario adquiere así nuevas herramientas para desarrollar conceptos y narrativas sin depender de la posibilidad de disponer de una obra original en préstamo.

En 2021 se inauguró en Bishop Auckland (Inglaterra) una exposición titulada *In Ictu Oculi. In the Blink of an Eye*. Se trata de una instalación permanente como parte del centro Spanish Gallery (The Auckland Project), y fue comisariada y desarrollada por la Fundación Factum.¹⁶ Plan-teada como un recorrido por el Siglo de Oro, el itinerario presenta una selección de obras representativas de arte, piezas de arquitectura y artes decorativas.¹⁷ Esta ambiciosa reunión de piezas fue posible gracias al uso exclusivo de reproducciones facsímiles de las obras, pues no se incluyó

ningún original.¹⁸ Los facsímiles fueron realizados gracias a la colaboración con las instituciones custodias de los originales, que valoraron en esta iniciativa la oportunidad de contribuir a la conservación, documentación digital y difusión de sus colecciones.¹⁹



La exposición *In Ictu Oculi. In the Blink of an Eye* se puede ver en Bishop Auckland, Reino Unido. © foto: Factum Foundation.

De la idealización romántica al facsímil como herramienta crítica de investigación

El proyecto realizado en Bishop Auckland ha inspirado nuevos proyectos de difusión e investigación con los que Factum busca crear nuevas vías de acceso sin manipular o desplazar los originales. Con este fin, resulta especialmente relevante el proyecto de digitalización en 3D y reproducción facsímil de una serie de yeserías hispanomusulmanas y mudéjares que Factum

¹⁶ La exposición fue comisariada por Adam Lowe y Charlotte Skene Catling y diseñada por el estudio Skene Catling de la Peña. Para saber más sobre el proceso de producción de los facsímiles, ver <https://factumfoundation.org/our-projects/exhibitions-and-conferences/the-spanish-gallery-at-bishop-auckland/>.

¹⁷ La exposición incluye obras como el sepulcro del cardenal Tavera, de Alonso Berruguete, y *El bautismo de Cristo* del Greco, ambas pertenecientes al Hospital de Tavera en Toledo; las dos *Vanitas* de Valdés Leal y un gran lienzo de Murillo que se pueden ver habitualmente en la Hermandad de la Santa Caridad en Sevilla; o la célebre carta de Juan de la Cosa, procedente del Museo Naval de Madrid, entre otras obras capitales. El conjunto se completaba con techos, azulejería y yeserías de procedencias variadas, logrando una coherencia estética y técnica, y una auténtica experiencia inmersiva de gran riqueza.

¹⁸ Paradójicamente, solo el mobiliario de la exposición (bancos, sillas, etc.) estaba formado por piezas antiguas originales.

¹⁹ Las instituciones participantes incluyen: Fundación Casa Ducal de Medinaceli, Hermandad de la Santa Caridad, Ministerio de Defensa de España, Centro de Estudios Europa Hispánica (CEEH), Ministerio de Cultura y Deporte de España, Ayuntamiento de Sevilla, Hermanas Clarisas Franciscanas (Toledo) y Junta de Andalucía.

inició en 2021. Realizado en colaboración con entidades públicas y privadas, este proyecto de investigación en desarrollo es una oportunidad única para relacionar elementos arquitectónicos y decorativos de estilos, épocas y localizaciones diversos, testimonios de un tiempo de coexistencia de las comunidades cristiana, musulmana y judía en la península ibérica. De este modo, la tecnología digital permite poner en valor cómo la fusión de distintas identidades culturales dio lugar a formas decorativas únicas en el mundo, reflejo de los cambios políticos y religiosos de la época. Las piezas escogidas proceden de Navarra, Zaragoza, Valladolid, Toledo, Granada o Sevilla y sus facsímiles se instalarán en una exposición permanente, a través de un eje temporal que abarca seis siglos de historia.



Imran Khan, de la Fundación Factum, digitalizando las yeserías del Palacio de Comares en la Alhambra de Granada. © Ana Carrasco Huertas.

La reproducción de elementos decorativos hispanomusulmanes no es un fenómeno nuevo, sino que se remonta al siglo XIX. Aunque los artistas románticos sentían verdadera pasión por todo el arte oriental, ningún monumento generó tanta fascinación como la Alhambra. Uno de los principales exponentes del *alhambrismo* fue Owen Jones, quien, tras meses estudiando el palacio, publicó cientos de dibujos y vaciados en yeso que convirtieron el monumento en el máximo referente arquitectónico del siglo XIX. Su especial interés por el color lo llevó a ser pionero en el

uso de la cromolitografía²⁰, lo que permitió hacer accesibles sus reproducciones a un público más amplio. En este afán de difundir sus percepciones estéticas, Jones llegó incluso a recrear parte de la Alhambra con motivo de la Exposición Universal de Londres, acompañada de todo tipo de objetos diseñados por él.²¹

Si bien es cierto que el romanticismo fue clave para dar a conocer la Alhambra a nivel mundial, su perspectiva romántica no se correspondía con la realidad: en aquel momento, el monumento se encontraba en ruinas.²² Fue precisamente este interés el que propició las primeras campañas de restauración; sin embargo, estas intervenciones reconstruyeron la Alhambra tal como se la imaginaban, y no como había sido concebida originalmente.

Las restauraciones más importantes, de la mano de Rafael Contreras (1824-1890), se basaron en la reposición sistemática de decoraciones a partir de reproducciones realizadas con contacto. Si bien fueron copias llamativas, en pocos casos imitaron el original. Este mismo taller también produjo maquetas, algunas de las cuales fueron expuestas en la Exposición Universal de Londres y adquiridas por el actual Victoria & Albert, para el que Jones fue el encargado de seleccionar «ejemplos de buen diseño que se podían copiar y usar como inspiración».²³ Esta correlación no solo

²⁰ Técnica de reproducción de imágenes a color mediante la estampación de piedras litográficas, cada una de un color.

²¹ Owen Jones (2010), *El Patio Alhambra en el Crystal Palace*, Madrid, Abada.

²² Carolina Molina (s. f.), «Cuando la Alhambra estuvo en ruinas. El proceso de restauración del monumento hasta el incendio de 1890», *El legado andalusí*. <https://www.legadoandalusi.es/revista/cuando-la-alhambra-estuvo-en-ruinas/>.

²³ Mariam Rosser-Owen (2011), «Coleccionar la Alhambra: Owen Jones y la España islámica en el South Kensington Museum / Collecting the Alhambra: Owen Jones and Islamic Spain at the South Kensington Museum», en *Owen Jones y la Alhambra*, Granada, Patronato de la Alhambra y Generalife, pp. 43-69.

sugiere que las teorías del ornamento de Jones a partir de la Alhambra impulsaron la estética *alhambrista* a nivel nacional, sino que pudieron influir indirectamente en el enfoque restaurador de Contreras.

Aunque el uso de reproducciones afectó directamente a la conservación de la Alhambra, estas también desempeñaron un papel clave en la difusión del arte hispanomusulmán en museos extranjeros y nacionales, como el Victoria & Albert o el Arqueológico Nacional. Frente a la creciente necesidad de reunir un gran número de obras, extraídas de diferentes puntos de la Península, se recurrió al uso de réplicas cuando no se disponía de los originales. Si bien las técnicas de reproducción implicaban un contacto directo con el original, las copias pudieron llegar a frenar hasta cierto punto el movimiento indiscriminado de obras. En la actualidad, los facsímiles de yaserías de Factum representan una respuesta contemporánea que permite el acercamiento del arte hispanomusulmán a un público más amplio sin poner en riesgo las obras originales.

La inclusión de facsímiles como parte de exposiciones temporales permite completar una narrativa sin necesidad de trasladar físicamente los originales.

Si bien mantienen el carácter didáctico de las réplicas históricas, los facsímiles de Factum son copias idénticas al original, sin ningún añadido o intervención subjetiva. Por ello, en ningún caso afectarán negativamente en ninguna investigación o posible restauración; por el contrario, buscan ampliar las posibilidades de estudio al poder apreciar piezas junto a otras de diversa procedencia que, de otro modo, no podrían compararse en un mismo espacio. Por último, como se desarrollará a continuación, las nuevas tecnologías utilizadas abren la posibilidad de revisar críticamente ciertas intervenciones subjetivas pasadas, permitiendo una aproximación más veraz de lo que fueron en monumentos como la Alhambra.

Reconstrucciones digitales: facsímiles para una conservación sin contacto

Nuestra sociedad transita una agenda de gran intensidad cultural: una vorágine de exposiciones temporales, ferias e inauguraciones que, inevitablemente, tensionan la integridad material de las obras de arte. Para muchas obras, sobre todo aquellas realizadas por los autores más célebres, el calendario impone un ritmo constante de traslados, montajes, cambios de ambiente, limpiezas y otras intervenciones necesarias para dar respuesta a una demanda creciente de la experiencia de «estar frente al original». Sin embargo, lo que hoy aceptamos como algo natural podría dejar de serlo mañana, y en un futuro no muy lejano nos podría parecer injustificado el movimiento y la manipulación de objetos que, por su carácter insustituible, merecerían, tal vez, un tratamiento más conservador.

El trabajo de la Fundación Factum busca aportar soluciones alternativas a estas cuestiones, que atañen a profesionales de distintos ámbitos relacionados con la protección del patrimonio artístico y cultural. La inclusión de facsímiles como parte de exposiciones temporales permite completar una narrativa sin necesidad de trasladar físicamente los originales (y hace posible dotar a los museos de nuevos datos digitales en 3D que documentan la condición de las obras, datos que no se habrían obtenido de otra manera). Al evitar el traslado y la manipulación, los facsímiles ya están contribuyendo de forma activa a preservar los originales.

Pero se puede ir todavía más lejos, y plantear una actitud más radical respecto de la necesidad de intervención directa sobre las obras originales. Si hablamos de obra pictórica, cualquier tratamiento, desde el más *conservador* (limpieza superficial o sustitución de un barniz oscurecido) hasta el más *agresivo* (eliminación completa de elementos no originales, por ejemplo), produce alteraciones en la superficie. A pesar de que se planteen como reversibles, la mayoría de las

prácticas de restauración dejan una huella más o menos permanente en la obra original. Por ello, la Fundación Factum ha impulsado y completado diversos proyectos experimentales de restauración digital, con el fin de explorar el potencial de la digitalización y los facsímiles para promover una preservación no invasiva del patrimonio cultural.

La reconstrucción en 2023 de una tabla del siglo xv de Antoni Peris ofrece un ejemplo de gran interés, fruto de la colaboración de Factum con el Departamento de Restauración de Pintura del Museo del Prado.²⁴ Frente a la posibilidad de retirar físicamente unos elementos añadidos en época moderna (con la idea de «devolver» a la obra de Peris un aspecto cercano al original), se planteó la alternativa de cubrir el fondo con un nuevo fondo: una lámina que mostrara unas cualidades de textura cercanas a las que habría tenido anteriormente.

El uso de facsímiles como alternativa a la intervención directa sobre la obra original libera al restaurador de la obligación de escoger entre integridad material y coherencia artística.

Factum realizó entonces el escaneado en 3D de otro de los paneles centrales del retablo, con el fin de obtener datos de la superficie con los craquelados y motivos decorativos en relieve que pudieran aplicarse a este nuevo fondo. Mediante la manipulación de la superficie digital y su adaptación precisa a las dimensiones de la tabla del Prado, se pudo reconstruir físicamente un nuevo fondo que, superpuesto a la tabla original, devolvía a la obra la legibilidad de un estado anterior. El resultado es un híbrido entre original y reproducción que se puede ver hoy en la sala 57B del Museo del Prado, y que ofrece un

nuevo paradigma de intervención reversible, que hace compatible la preservación (material) de la historia con la recuperación (visual) del aspecto original.²⁵



Detalle del «nuevo fondo» creado para cubrir el original de la tabla de Antoni Peris, como aproximación experimental para un tratamiento reversible.
© foto: Oak Taylor-Smith | Factum Foundation.

Resultaría todavía más radical el proyecto iniciado en 2021 con el museo Catharijneconvent de Utrecht, que planteó una reconstrucción del aspecto de *La Crucifixión*, obra del Maestro de la Lamentación de Lindau, actuando de manera totalmente externa e independiente al objeto original. En este caso, era también el fondo original el que se veía alterado por una intervención posterior que entorpecía la apreciación de las figuras y la composición en su conjunto. En escenarios como este, la disyuntiva habitual puede resumirse en dos maneras de intervenir: la primera opción aboga por eliminar las capas de material añadidas, buscando devolver a la obra su aspecto original; la segunda opción, por el contrario, respeta todas las capas que la historia ha depositado en la obra, como parte de su biografía.

²⁴ Para más información sobre los pasos necesarios para completar este proyecto, ver <https://factumfoundation.org/our-projects/digitisation/an-innovative-intervention-on-a-panel-painting-by-antoni-peris/>.

²⁵ La web del Museo del Prado muestra la obra en su estado actual, tras la intervención que le otorga un nuevo fondo: <https://www.museodelprado.es/en/the-collection/art-work/our-lady-of-grace-and-the-grand-masters-of-the/a862dbc5-7c08-4c65-84dd-b4b21a16e49f>.

Pero existe una tercera opción que consiste en realizar dos versiones de la obra: un facsímil en su estado actual y, además, una reproducción según una hipótesis de reconstrucción del fondo original. A partir del escaneado en 3D y el color de la superficie de la obra, Factum llevó a cabo una serie de procesos de reconstrucción digital, que recuperaban el relieve que se encontraba oculto bajo la gruesa capa de pigmento, completando así dos versiones de la obra: «antes» y «después» de un posible proceso de restauración.²⁶ Sin tocar la obra original, se ofrecía así la posibilidad única de un desdoblamiento del mismo objeto en varias versiones de forma simultánea. Los facsímiles se presentaron al público en 2023 en el Palacio Real de Ámsterdam y se han mostrado iluminados por luz de velas, destacando así el misterioso efecto del oro sobre la superficie. El uso de facsímiles como alternativa a la intervención directa sobre la obra original libera al restaurador de la obligación de escoger entre integridad material y coherencia artística.



Las dos versiones de *La Crucifixión* (estado actual e hipótesis de reconstrucción) fueron expuestas en el Palacio Real de Ámsterdam. © foto: Sanne Frequin.

En cualquier proceso de conservación curativa subyace una interpretación subjetiva de cómo una obra debe ser observada para poder entender su significado. Independientemente de cómo se restaure un objeto, el mero hecho de realizar una intervención física ya nos indica que, hasta

²⁶ El desarrollo de este proyecto se puede consultar en este enlace: <https://factumfoundation.org/our-projects/digital-restorations/the-crucifixion-by-the-master-of-the-lindau-lamentation/>

entonces, faltaba algo que impedía apreciarlo correctamente. No es una interpretación independiente de quien realiza la acción, sino una evolución de todas las teorías de conservación y de aquello que, en el mundo contemporáneo, aceptamos como válido. El visitante que aprecia una pintura intervenida en un museo, junto con su respectiva breve cartela que narra lo que es, ignora su trayectoria real y la percibe como un objeto lineal desde su creación hasta nuestros días.

Gracias a las tecnologías digitales de escaneado y reproducción tenemos la oportunidad de intervenir en el patrimonio de una manera completamente diferente, sin necesidad de tocar la obra original. La restauración digital nos permite experimentar con mayor libertad, sin riesgo de realizar intervenciones que se queden desfasadas y haya que revertir en un futuro. Nos permite «des-restaurar» una obra, devolverla a un estado anterior, recuperar colores degradados e, incluso, reconstruir partes que no han perdurado hasta nuestros días y de las que solamente contamos con testimonios escritos. Intervenciones virtuales que permiten la reubicación de las obras, mediante facsímiles, en el lugar para el que fueron concebidas, consiguiendo así, en muchos casos, una experiencia más auténtica que frente al original.

Repatriación. Facsímiles para una vuelta a casa

Es frecuente la aparición de noticias sobre casos de repatriación de bienes culturales. Recientemente, la Brigada de Investigación de Patrimonio Histórico consiguió recuperar dos grupos escultóricos romanos excepcionales, los cuales habían salido ilegalmente de la Península.²⁷ También

²⁷ «El Museo Arqueológico Nacional acoge dos grupos escultóricos de época romana expoliados y recuperados por la Policía Nacional». Museo Arqueológico Nacional, nota de prensa, 8 de enero de 2026. <https://www.man.es/man/museo/prensa/notas-de-prensa/2025/broncesromanos.html>

dentro de nuestras fronteras, no estamos exentos de polémicas en torno a la devolución de bienes culturales a su lugar de procedencia. Destacan por su carácter mediático litigios sobre, por ejemplo, las pinturas románicas de Sijena, actualmente en el MNAC de Barcelona, pero declarados de titularidad aragonesa tras una sentencia del Tribunal Supremo.²⁸ Asimismo, los arcos mixtilíneos y otras piezas procedentes del palacio de la Aljafería de Zaragoza que, como parte de la colección del Museo Arqueológico Nacional, fueron cedidos temporalmente en 2008 a las Cortes de Aragón, donde permanecen desde entonces, continúan siendo reclamados por el Ministerio de Cultura.²⁹ En casos de conflicto, los procesos de recuperación de obras pueden ser demasiado complejos, por lo que conviene imaginar alternativas para abordar casos de repatriación.

Desde hace años, la Fundación Factum colabora con el Museo Arqueológico Nacional en la digitalización y producción de facsímiles de piezas de su colección para proyectos específicos. En 2023, Factum llevó a cabo la digitalización 3D del sarcófago romano de Husillos (s. II d. C.).³⁰ Gracias al alcalde de Husillos (Palencia), y en estrecha colaboración con el MAN, Factum reprodujo el sarcófago a partir de los datos escaneados e instaló el facsímil en la iglesia de Husillos. La

vuelta del sarcófago a la localidad no solo permitió llenar el gran vacío existente en la memoria colectiva de sus habitantes, también hace posible redescubrirlo y estudiarlo en un nuevo contexto y bajo una nueva mirada.



Detalle del facsímil del sarcófago de Husillos.
© foto: Oak Taylor-Smith | Factum Foundation.

En 2025, Factum digitalizó y reprodujo una escultura romana de Hércules, descubierta en Alcalá la Real pero actualmente expuesta en el Museo Arqueológico Nacional. El facsímil fue enviado a su localidad de origen, ofreciendo un acceso renovado a un bien cultural estrechamente vinculado a la historia arqueológica de Alcalá la Real y el pasado romano de la región andaluza. Y en el mismo año también se «devolvieron» en forma de facsímil los capiteles románicos de Santa María la Real de Aguilar de Campoo (Palencia). Como complemento a la conservación de los originales en el MAN, los facsímiles formarán parte del monasterio palentino, de donde procedían originalmente. Sumado al valor que demuestran estas iniciativas en procesos complejos de repatriación o recuperación, los datos escaneados de las obras originales se entregan y pertenecen en todo momento a las instituciones que tienen la custodia y propiedad del bien original, garantizando así nuevas iniciativas de conservación, investigación y difusión.

²⁸ «El Tribunal Supremo desestima los recursos de la Generalitat y del Museo Nacional de Arte de Cataluña sobre las pinturas murales del monasterio de Sijena (Huesca)», Tribunal Supremo, Sala de lo Civil, 27 de mayo de 2025, n.º 824/2025.

²⁹ R. Pérez (2013), «Más de 18 000 firmas para que no vuelvan a Madrid unos arcos árabes de Zaragoza», *Abc*. <https://www.abc.es/local-aragon/20131024/abci-aragon-moviliza-quedarse-arcos-201310240951.html>

³⁰ El sarcófago es una pieza de extraordinario valor al ser único e incluso, como afirman grandes historiadores como Serafín Moralejo o Francisco Prado Vilar, haber tenido una influencia clave en el desarrollo de importantes obras posteriores del arte románico. Francisco Prado Vilar, «*Saevum facinus*: estilo, genealogía y sacrificio en el arte románico español», *Goya*, n.º 324, 2008.



Detalle del facsímil de uno de los capiteles para Santa María la Real.
© foto: Oak Taylor-Smith | Factum Foundation.

Conclusiones. Nuevos escenarios para la originalidad y la autenticidad

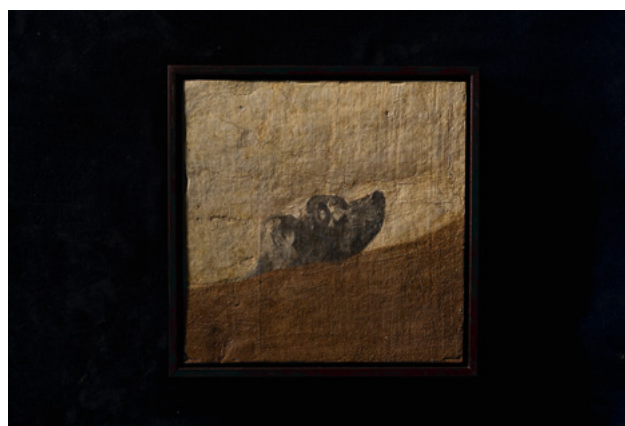
El concepto de reproducción, desde un punto de vista artístico, ha formado parte de la cultura occidental durante milenios. La copia es parte consustancial a la creación artística —históricamente, los alumnos han aprendido imitando las obras de los maestros—. El concepto de copia se ha redefinido con el tiempo y en cada época se han producido cambios en el valor y en la comprensión de este tipo de objetos.³¹ Hoy día, la copia como vía para el aprendizaje y la difusión de imágenes e ideas se concentra en las vastas posibilidades que ofrece el facsímil material realizado con medios digitales.

La captura no invasiva de datos en alta resolución es en esencia una revolución tecnológica que nos permite preservar y difundir nuestro patrimonio sin alterar la obra original.

Las planchas escaneadas recientemente por Factum en la Calcografía Nacional nos transmiten la información grabada en su superficie, accesible

³¹ Fabiola Salcedo (2024), «Creación y copia en el arte clásico», conferencia del ciclo *Nuevas visiones sobre la copia desde el Museo del Prado: De la antigua Grecia al facsímil digital*.

de forma privilegiada a través de nuevos datos digitales. La técnica del grabado permitió a Goya diseminar sus imágenes mediante la publicación de sucesivas series de sus estampas. Con el ánimo de difundir la importancia de la digitalización de obras de arte, la Fundación Factum colabora hoy con el Museo del Prado en la producción de una edición limitada de un detalle del *Perro semihundido*, la icónica pintura perteneciente a la serie de las *Pinturas negras*. Este facsímil permite a quien lo adquiera en la tienda del museo «llevarse a casa» un detalle de una obra clave en la historia del arte, sabiendo que con ello, además, estará contribuyendo a la digitalización de otras piezas de la colección del Prado.



El facsímil de un detalle a tamaño real del *Perro semihundido* de Goya se vende como edición limitada en la tienda del Museo del Prado.
© foto: Oak Taylor-Smith | Factum Foundation.

Perfeccionar las técnicas de documentación y reproducción artística ha requerido siglos de desarrollo hasta llegar a donde estamos ahora. La captura no invasiva de datos en alta resolución es en esencia una revolución tecnológica que nos permite preservar y difundir nuestro patrimonio sin alterar la obra original, y ha enfocado el trabajo de Factum a lo largo de veinticinco años. Sin embargo, es fundamental mantener la capacidad de innovación para desarrollar tecnologías de digitalización cada vez más precisas y accesibles. Los sistemas y facsímiles realizados por Factum se basan en la investigación constante y en la colaboración creativa de un equipo interdisciplinar

de expertos. La financiación de actividades como esta, por parte de agentes públicos y privados, es cada vez más importante para mantener el carácter de innovación de estas tecnologías, clave para generar nuevas formas de entender y experimentar las obras de arte.

La inteligencia artificial (*machine learning*) concentra un conjunto de desarrollos muy recientes que albergan el potencial de revolucionar la digitalización del patrimonio cultural. En este último año se han publicado artículos que evidencian que la IA puede ser un factor fundamental a la hora de tomar decisiones respecto a la restauración directa de una obra.³² Fragmentos dispersos de un mismo monumento pueden materializarse más fácilmente, lagunas en una pintura en las que se desconoce qué pudo haber originalmente ahora pueden reconstruirse con mayor fidelidad. Son descubrimientos asombrosos, pero siguen requiriendo de la información proporcionada por escáneres de digitalización

que capten información fidedigna y ajustada a la realidad material de un cuadro. El mal uso de la tecnología puede provocar un retroceso en la creación de facsímiles con un fin de preservación, materializando información errónea y alejada de la realidad.

Con el paso del tiempo y el cambio en los valores respecto de la reproducción artística, el *aura*³³ de una obra inevitablemente se transforma. Actualmente, lo digital no es solamente virtual, también es algo físico, un potencial que, sumado al continuo desarrollo tecnológico, permite que el aura habite tanto en el original como en su reproducción. Incluso, como sucedió con el facsímil de *Las bodas de Caná* y su instalación en el refectorio de San Giorgio Maggiore,³⁴ el aura puede migrar, tal como proponían Bruno Latour y Adam Lowe, provocando que el facsímil se pueda llegar a experimentar en su propio contexto como algo, tal vez, más auténtico que el original en el museo.³⁵

³² Alex Kachkine (2025), «Physical restoration of a painting with a digitally constructed mask», *Nature* 642, pp. 343-350. <https://doi.org/10.1038/s41586-025-09045-4>.

³³ *Aura*, según Walter Benjamin, es la presencia irrepetible de una obra original, vinculada a su historia, su función ritual y su estado actual, que se desvanece con la reproducción masiva y la modernidad, provocando que el arte se convierta en un objeto de consumo y desaparezca su valor cultural y ritual.

³⁴ Ver «Un facsímil de *Las bodas de Caná* de Paolo Veronese» en <https://www.factum-arte.com/pag/295/un-facsimil-de-las-bodas-de-cana-de-paolo-veronese>.

³⁵ Bruno Latour y Adam Lowe (2011), «The Migration of the Aura. Exploring the Original Through Its Facsimiles», en Thomas Bartscherer y Roderick Coover (eds.), *Switching Codes: Thinking Through Digital Technology in the Humanities and the Arts*, University of Chicago Press, pp. 275-297.

Bibliografía

Barker, A. (2012), «From place to place: provenience, provenance, and archaeology», en *Provenance: An Alternate History of Art*, Los Angeles, Getty Research Institute, pp. 19-30.

Bayod Lucini, C. (2020), «La lectura del original a través de la superficie: proyectos expositivos de la Fundación Factum», *Revista de Museología*, n.º 78, pp. 121-134.

Capua, R. (2021), «Facsimiles, Artworks, and Real Things», *Metropolitan Museum Journal*, 56, pp. 98-112. https://www.metmuseum.org/-/media/files/about-the-met/conservation-and-scientific-research/paper-conservation/rebecca-capua_metropolitan_museum_journal_v_56_2021.pdf?sc_lang=en#:~:text=In%20their%20primary%20function%20as,on%20paper%2C%20overall%20with

Carr, E. (2019), *The Role of 3D Printed Facsimiles in Fulfilling Museum Visitors' Desire to Touch* (tesis doctoral), Rochester Institute of Technology. <https://repository.rit.edu/theses/10139>

Factum Foundation (2022), *The Bakor Monoliths: Preserving Ancestral Stones in South-eastern Nigeria*. <https://factumfoundation.org/wp-content/uploads/Factum-The-Bakor-Monoliths.pdf>

Factum Foundation (2023), *Factum Foundation 2019-2023*. https://factumfoundation.org/wp-content/uploads/factumfoundation-book-2019-2023-web_.pdf

Hamber, A. (2003), «Photography in nineteenth-century art publications», en *The Rise of the Image: Essays on the History of the Illustrated Art Book*, Routledge, pp. 215-244.

Latour, B., y Lowe, A. (2020), «The migration of the aura, or how to explore the original through its facsimiles», en *The aura in the age of digital materiality: rethinking preservation in the shadow of an uncertain future*, Factum Foundation, pp. 33-41. https://www.factum-arte.com/resources/files/ff/publications_PDF/the_aura_in_the_age_of_digital_materiality_factum_foundation_2020_web.pdf

López Borges, V. H., y Puisto, J. (2013), «The conservation of the Cast Courts at the Victoria and Albert Museum. The Cast of the Pórtico de la Gloria», en *Copia e invención: Modelos, réplicas, series y citas en la escultura europea*, Valladolid, Museo Nacional de Escultura, pp. 227-242.

Lowe, A., y Skene Catling, C. (2021), *A Guide to in Ictu Oculi in the Blink of an Eye: Transience and Eternity in the Spanish Golden Age In Ictu Oculi*, Factum Foundation for The Spanish Gallery at Bishop Auckland. <https://factumfoundation.org/wp-content/uploads/guide-english-in-ictu-oculi-in-the-blink-of-an-eye.pdf>

Nagel, A., y Wood, C. S. (2010), *Anachronic Renaissance*, Zone Books, distribuido por MIT Press.

NUEVAS FORMAS DE ALMACENAR LA INFORMACIÓN. ¿DÓNDE Y CÓMO PRESERVAR LA CULTURA DIGITAL?

SOLIMÁN LÓPEZ

Solimán López (Burgos, 1981) es un artista contemporáneo especializado en la intersección entre arte, ciencia, ecología, sociología y tecnología. Su trabajo investiga el significado y la naturaleza de las entidades digitales, desarrollando proyectos que van desde la biotecnología aplicada al arte hasta la creación del Haddiskmuseum o el *Manifesto Terricola*. Ha expuesto en instituciones de prestigio internacional como el Centro Pompidou en París, el MAAT de Lisboa, el Pabellón de España en la Expo 2020 de Dubái, Ars Electronica, ISEA o la Bienal de Arte Digital de Brasil. Actualmente es una de las voces de referencia en la reflexión sobre el impacto de la digitalización en la identidad humana y los ecosistemas naturales.

La historia de la humanidad ha sido construida en torno a una palabra con un peso específico especial: la memoria.

La memoria es un concepto tan expandido que incluso desborda los límites de la definición.

La memoria tiene algo muy particular, y es que, como si de granos de arena en el desierto se tratase, cuantas más partículas de memoria tengamos, más definida queda la palabra, pero si carecemos de estos granos, el desierto y la memoria desaparecen con ella.

La memoria desaparece con su propia definición y se amplifica hasta existir, permanecer y expandirse en el tiempo y el espacio.

En esta mencionada historia de la humanidad, la memoria, tergiversada en forma de poder, ha configurado la geopolítica, la religión y las creencias, y ha sido usada para mancillar territorios, cortar cabezas en nombre de ella e incluso para implantar el olvido e infligir venganza temporal.

¿Puede una cultura existir en su máxima acepción sin memoria?

Las sociedades complejas tienden a la elisión del individuo para convertirse en masas que ofrecen una fotografía global tomada por los grupos de poder. Esto supone un riesgo enorme para las memorias individuales. Seguimos en este bucle histórico en el que esta fotografía colectiva homogeneiza la visión global y elimina al individuo, generando una sobredimensión del ego en contraposición a esta amenaza de olvidar quiénes somos.

Esta práctica extendida en el tiempo ha llegado hasta nosotros en forma de tecnologías de la comunicación, las cuales, alimentadas por millones de dedos independientes, diferentes, particulares e individuales, generan una visión globalizante de civilizaciones enteras, cada vez, eso sí, más uniformadas por el propio sistema.



Harddiskmuseum, 2014 y Harddiskmuseum Gen Edition, 2019. Museo en un disco y en ADN. SLStudio.

El ego entonces se reivindica a sí mismo a través de la proyección enlazada al otro y, por supuesto, a través del capitalismo exacerbado representado por la sensación y el prestigio de ser únicos en la masa, una actividad que tiene grandes consecuencias para el entorno y para el resto de los individuos que habitan el mismo espacio y tiempo.

La memoria aquí rinde, desde el egoísmo y el individualismo en acciones decimonónicas del caballero medieval, que sobre su caballo (el hombre sobre la bestia), cabalgando y surcando terrenos, subyuga para ser único en la historia. Para dejar huella, memoria y legado.

Esta necesidad imperante de legacía en la especie humana puede llegar a definirnó, a retratarnos y a separarnos del resto de las especies del planeta. En nuestra posesión distinguida de la capacidad y «poder de planificación», rasgo distintivo de inteligencia con respecto al resto de las especies según, entre otros, Carl Sagan,

Thomas Suddendorf o Jared Diamond¹, adherimos inherentemente la necesidad de memoria y archivo. Estas predicciones de futuro se convierten en el vestigio de sociedades enteras y bastiones a derruir por las sociedades patriarcales, en las que el obelisco, figura masculinizante de la conquista, representa el éxito y la memoria de un pueblo autoempoderado por nuestra propia historia inventada.

La memoria y el archivo son un constructo humano. A la naturaleza nada le importa la caída de nuestras torres de Babel o bibliotecas de Alejandría. Nuestro entorno solo entiende el lenguaje de la simbiosis y todo archivo que opere ajeno a esta cuestión estará sujeto a la destrucción, por nuestra propia especie y por la naturaleza en su conjunto.

La batalla por el almacenamiento de lo digital es, por una parte, industrial y por otra, estructural, con un grave problema en todos los casos.

En definitiva, a la vista está la inoperancia del impacto de los acervos culturales, relegados a cajones inaccesibles soterrados por el *real time* y el espacio continuo de la pantalla de lo social. Si estuvieran disponibles, contextualizados y accesibles, no volveríamos a caer en los mismos errores históricos, una y otra vez.

Ante este conflicto medial que seguimos sin resolver, todas las grandes tecnologías han sido, de una forma u otra, puestas a disposición de la creación de artilugios de memoria, unos dispositivos de lo intangible, hiperdependientes entre sí, no autorreferenciados y desprovistos de contexto, que nos demuestran una carencia de creatividad, alienamineto estructural

¹ Jared Diamond, *El tercer chimpancé: Origen y futuro del animal humano*, Debate, 1991. «Aunque genéticamente muy cercanos, los humanos y los chimpancés muestran diferencias profundas en comportamientos como el uso del lenguaje, la cultura material y la capacidad de planificar el futuro colectivo, aspectos que han llevado a la humanidad a dominar el planeta».

y desconexión con la materia prima, y que al final han puesto en jaque cualquier iniciativa de almacenamiento. Desde *floppy disks*, *memory cards*, *hard drives*², minidisks y un largo etcétera, la batalla por el almacenamiento de lo digital es, por una parte, industrial y por otra, estructural, con un grave problema en todos los casos.



Harddiskmuseum Gen Edition Box, detalle de secuencia. Obra seriada de siete unidades. 2020. Foto: Arco, Galería María Baró. SLStudio.

¿Quién posee el lenguaje universal para el descifrado de nuestros propios códigos ajenos a la naturaleza como entidad máxima de conocimiento ancestral y universal?³

¿Son los unos y los ceros el lenguaje que esperan nuestros «yos» del futuro, o estamos lanzando un disparo al aire con la esperanza de, al menos, matar un pájaro?

² En 2013 publiqué el *Manifiesto Intangible*, texto fundacional del Harddiskmuseum, un museo en un disco duro de 2TB con actualmente más de ciento cincuenta artistas internacionales, como reflexión a la preservación del arte digital.

³ El contenido del disco duro puede ser descifrado analizando el ADN y recuperando así la información. El sistema requiere saber la lógica de unos y ceros y su asociación con el código genético y su secuencia: A/C/T/G - 10/01/00/11.

Esta decepción generacional de artilugios de memoria tiene en la base de su problema estructural la necesidad de memoria hacia el individualismo. La industria se orienta a solucionar el problema del ego particular tocando la esencia psicológica que activa el consumo. Yo quiero guardar las fotos de MIS amigos, de MI viaje... en un proceso sin fin de reproducción de imágenes que ya existen, como sostiene, entre otros, Joan Fontcuberta⁴, y que nos focaliza el problema temporal del individuo sin responder a la cuestión generalizante y necesaria de almacenar nuestro conocimiento y nuestra experiencia colectiva de manera efectiva, en un acto positivo de memoria evolutiva y no de patriarcado socioeconómico y geopolítico.

El desechado del artilugio, además, nos propone un problema mayor en el que las nuevas economías de lo verde y las tierras raras se ven a sí mismas recibiendo el material que les pertenecía, devuelto en desuso en apenas una década, pero con una huella imborrable en la memoria del lugar, sus habitantes y sus ecologías, víctimas de un extractivismo a disposición de nuestra memoria digital cortoplacista.

La creación de repositorios responsables es una tarea que nos corresponde a todos como sociedad y en la que debemos tomar parte y partido. La capitalización de la información digital y la cosificación del dato posicionan al ciudadano como producto y no como productor. La cultura es dependiente de la memoria, la primera no existe sin la segunda, lo mismo que ocurre con la experiencia o con la propia historia, todas ellas supeditadas al concepto de archivo y memoria, entendiendo aquí el archivo como el dispositivo de significación y acceso a la propia memoria, como interfaz y membrana nodal de conexiones históricas relevantes para el individuo en tanto que miembro de un colectivo.

⁴ Joan Fontcuberta, «La danza de los espejos. Identidad y flujos fotográficos en internet», en *A través del espejo*, Madrid, La Oficina de Ediciones, 2010.

Si centramos el pensamiento más concretamente en la producción artística y en lo que denominamos como arte contemporáneo, la historia del arte se ha construido a base de la revisión de la memoria y el archivo, lo que Heinrich Wölfflin definía como la «historia de los estilos» ya en 1915. Una historia que depende de la comprensión y el acceso a un repositorio previo que facilite e inspire el diseño y la identificación pertinentes de una nueva etapa de pensamiento, y que tiene sentido en relación con su manifestación previa, ambas, últimas de la cadena de montaje, respuestas y conclusiones de un momento histórico concreto y condicionante para l@s creadores de contenido del momento, en aquel momento, artistas.

Imaginemos una historia del arte sin memoria o un arte sin archivos ni catálogos. Nos encontraríamos continuamente pintando, esculpiendo y dibujando el mismo paisaje en un bucle creativo de todo menos proliferante.

Es aquí cuando entendemos la importancia crucial del archivo, su contenido, preservación y accesibilidad.

Esta situación no es única del arte, sino que también está presente en otras disciplinas como la ciencia, la ingeniería o la medicina. En estos ejemplos quizá vemos más pertinentemente, o con una aplicación más directa, cómo el archivo se convierte o, mejor dicho, es una máquina evolutiva.



Detalle de las pinturas de Chiribiquete en Colombia. Foto: Getty Images.

Para entender y analizar la psique detrás de la creación de repositorios, vestigios y huellas de nuestra especie, debemos irnos precisamente a un pasado no tan ególatra, en el que el interés se basa en plasmar realidades cosmológicas de una cultura en la que el individuo es parte del grupo sin atributos particulares. En este momento, ya entendimos que, para permanecer, la piedra era nuestro espacio de expresión.⁵ Una piedra basta, megalítica y parte de un ecosistema en que consideramos que tenemos algo diferente a los demás, así como una necesidad expandida de marcar nuestra existencia a largo plazo. Mientras más trazos, más visibles, más grandes y poderosos, más ricos y sabios.

Ahora no hablamos de piedra (aunque deberíamos hacerlo) e, inmersos de lleno en la cultura de lo digital, nos surgen nuevos retos que parten desde lo estructural y esquemático y van hasta lo simbólico y representativo.

La mencionada cultura digital tenía (hasta la llegada extendida de la inteligencia artificial) su bastión en las bases de datos. Las populares MySQL (donde «My» no viene de «mi», sino del nombre de la hija de su creador, Michael «Monty» Widenius) no son más que una pila de bloques que se superponen y son accesibles mediante indexación, como una gran biblioteca de libros que se van poniendo los unos encima de los otros. Este método se convierte en insostenible, pues el primer libro soportaba demasiado peso y al sacarlo provocaba la caída de todos los demás.⁶

⁵ Como las pinturas rupestres milenarias en la serranía de Chiribiquete, testimonio visual de la presencia humana en el corazón de la Amazonia colombiana, registradas por primera vez por el biólogo estadounidense Richard Evans Schultes en 1943 durante sus exploraciones en la región, con posteriores estudios ampliados por Carlos Castaño-Urbe y Thomas van der Hammen en las décadas siguientes.

⁶ Facebook comenzó con una base de datos MySQL para después pasar a NoSQL.

Estas bases de datos tienen la lógica monetaria de las tablas de datos inventadas en Mesopotamia allá por el 3000 a. C. Después pasaron a ser digitalizadas para Apple en 1979 por Dan Bricklin y Bob Frankston bajo el nombre de VisiCalc. Siempre han guardado números, transacciones e incluso actividades de usuarios, pero con la llegada de las redes sociales, estas tablas cambian sus formatos y se convierten en modelos más relacionales y lineales, rápidos y escalables, con la sola intención de guardar un sistema de valores y sentimientos asignados a los usuarios, una suerte de perfil psicológico construido a base de *hashtags* e interacciones con otras entradas de la base de datos, pero, sobre todo, a base del almacenamiento de un archivo de vida foto y videografiado, en el que la voz tiene poco sentido en una videocracia extrema. Esta motivación provoca la migración hacia sistemas NoSQL (tipo de llamadas y almacenamiento de entradas con una lógica de lenguaje alternativo) con modelos de datos diferentes, más líneas posibles, más rápidos y dinámicos, y con una indexación más conceptual.

La cultura digital tenía su bastión en las populares bases de datos MySQL, una pila de bloques que se superponen y son accesibles mediante indexación.

Gracias a este salto técnico, la red social es un gran repositorio de sentimientos reificados⁷ a disposición de la industria del consumo y no de la construcción de una memoria colectiva de nuestro tiempo.

A estas estructuras verticales, formateadas patriarcalmente en un modelo cliente-servidor, le surgen alternativas a través de metáforas más sostenibles, horizontales y civiles, como la *blockchain*.

Una magnífica herramienta fagocitada todavía por los *sharks* de *tokens*. Tiburones capitalistas

⁷ Axel Honneth, *Reificación: Un estudio en la teoría del reconocimiento*, Madrid, Katz, 2007.

que, viendo en este sistema emergente una amenaza y al mismo tiempo una oportunidad de hacer dinero, acaparan su riqueza para pervertir el sistema con un «apalancamiento» de activos que los posiciona de manera destacada frente a los otros miembros de la Red. De nuevo el ego aflorando y corrompiéndolo todo a su paso en el corto plazo.

Los sistemas de identificación de transacciones *onchain* llegarían en una etapa posterior, cuando los bloques estaban capacitados para crear subclusters dentro de la red y no depender de un *check* global para validar un nuevo bloque (*proof of work*). Previamente, y todavía en uso, surgieron asociadas a esta etapa previa, y muy usadas por los NFT (Non Fungible Tokens), las denominadas redes IPF, las cuales proponen un sistema compartimentado de almacenamiento de archivos multimedia en el que el mismo archivo es participado de manera colectiva en su almacenamiento. Esta metáfora nos recuerda a las redes de micelio en las que cada nodo es necesario junto con sus periféricos para crear un sistema red con-sentido. La *blockchain*, sin duda, con su sistema de tokenización de conceptos, podría convertirse en un gran archivo respetado por su propia lógica, y a día de hoy casi infalible, de información veraz y aporte comunal. La red de bloques podría incluso abordar registros de procesos artísticos y otros conceptos, como ocurre en otros sectores como el alimenticio.⁸

Todas estas estructuras son co-responsabilidad de la proliferación tecnológica de lo que denomino como los asistentes de la memoria (MA devices) o *smartphones* (ahora definitivamente sí empoderados como inteligentes), que pusieron en las manos de todo ciudadano un registro fácil del mundo que necesitaba ser guardado, pues es nuestra vida, relevante y necesaria de ser almacenada, lo que alimenta una gran industria a

⁸ En 2019 relacioné el almacenamiento de información en ADN con la *blockchain* y la agricultura, creando un aceite de oliva en cuyo ADN vive un contrato inteligente de la *blockchain*.

disposición del ego capitalista. Estos dispositivos podrían ser el candidato ganador de nuestro sistema contemporáneo de archivo, pero más allá de serlo pecan de obsolescencia programada y no promueven, en ninguna de sus formas, registros de valor sustancial para el futuro de la humanidad, sino que son armas del selfi.



Olea, the Value Experience. Instalación con brazo robótico, aceite de oliva, ADN con *smart contract*. Proyecto invitado a Art Dubai 2022. SLStudio.

Esta dependencia visual ha dejado corta la fase sociotecnológica en la que nos encontramos. Este internet 3.0 (en transición al 4.0⁹), pudiendo serlo, no lo es tanto, ya que nuestra interacción y nuestra respuesta en las redes sociales y la web en general ya no son bidireccionales en el sentido de la conversación oral, sino que la palabra tal como la entendemos, «saliente de la boca», solo se produce en una dirección: la del creador de contenido que emite una voz única a través de un vídeo, dejando un vestigio unidireccional solo revocable a través del comentario

⁹ El internet 1.0 era unidireccional, con páginas web no interactivas e informacionales. El internet 2.0 propone la cultura del formulario y la apertura de una ventana de conexión entre emisor y receptor. Con la llegada del internet 3.0, la red social propone una discusión bidireccional a través de la plataforma red online. Propongo un internet 4.0 en el que ya el humano no construye contenido, sino que lo cura y organiza. El contenido, emisor y receptor, lo hace la máquina bien entendida como la inteligencia artificial.

bloqueable y borrrable. Todo diseñado para satisfacer las necesidades ególatras de este individuo empoderado socialmente que debe llevarse bien con la plataforma y viceversa.

La estructura comunicativa actual ha derrotado a la conversación oral y la ha relegado a lo «serio» y a la reclamación online a través de llamadas de teléfono a operadoras que ahora ya se hacen pasar por humanos.

En definitiva, hemos fallado estrepitosamente en la continuación de una fascinante tecnología que denominamos «el boca a boca», cortándoles la lengua a millones de usuarios que han tenido que aprender mecanografía o, mejor dicho, «pantallografía» para comunicarse de manera fluida y con un nuevo lenguaje que se salta todas las reglas académicas de la lengua. Se nos rompió el lenguaje de tanto usarlo.¹⁰

Es justo destacar que, entre otras consecuencias del *boom* de los NFT (ya abordado desde muchos prismas como movimiento social no permeado, pero en mi opinión con el derecho de la duda aún intacto y con la necesidad de una nueva oportunidad en los sistemas de valor del arte y otras industrias), tenemos los *channels* de Discord y otras redes sociales con lógicas de almacenamiento digital diferentes, como Mastodon o Bluesky, todas ellas alternativas al modelo Silicon Valley de almacenamiento vertical de información y de *product placement* permanente.

Canales autogestionados con reglas preestablecidas diseñables y modificables, en los que se pueden o no establecer jerarquías.

El caso de Discord es quizá el más particular y el que mayor respuesta, sobre todo sostenida en el tiempo, ha tenido. Canales autogestionados con reglas preestablecidas diseñables y modificables, en los que se pueden o no establecer jerarquías.

¹⁰ Parafraseando la famosa canción de Rocío Jurado *Se nos rompió el amor*, escrita por Manuel Alejandro en 1985.

Un sistema que tenderá a complejizarse mucho más y que puede convertirse en sí mismo en un universo de lo social. Sin duda, un formato a observar como repositorio social y archivo vivo cercano al boca a boca ancestral.

Recordemos el caso de las revueltas estudiantiles en Nepal, que en torno a esta herramienta generaron todo un movimiento social que puso en jaque al Gobierno, demostrando cómo, en este caso, la acción puede salir de la pantalla para establecer un cambio real en el mundo de los átomos. En este caso, Discord se convierte en sí mismo en un repositorio vivo de un evento histórico, pero ¿quién y cómo guardamos esa información generada?

El registro del evento de lo vivo y lo «real» establece un sistema superficial y contracientífico de lo visible. La captura digital de luz, ya incluso acelerada y azucarada con visión artificial, establece una capa sin profundidad de la realidad, anulando la observación y la reflexión ante lo «visto o visible».

Podemos decir que lo ancestral está siendo soterrado por capas de digitalidad y *horror vacui* fotográfico de nuestro mundo, sin mencionar la cantidad de horas que pasamos mirándonos a nosotros mismos desde el «black mirror» de nuestras pantallas, en un proceso complejo de construcción de una bipolaridad y desdoblamiento de la percepción y personalidad del uno mismo.

Pero la industria no es «tonta» y, en un proceso casi orgánico de evolución endémica, ya sabe cómo sustituir esta mirada desprovista de reflexión técnica, o, mejor dicho, la tecnología vendrá para salvarnos una vez más y nos inyectará memoria colectiva en tiempo real ante lo que vemos.

No sabremos qué es una amapola, porque no habrá memoria atómica sobre ella. Reconoceremos la amapola gracias a un asistente omnipresente que conoce todas las amapolas de nuestro

mundo y nos pondrá esa, concreta y única, en contexto con todas las demás y con nosotros mismos, inventando y alimentando una memoria de cosas que jamás hemos realmente «vivido» por nosotros mismos, como individuos que aplicamos un conocimiento aprehendido ancestralmente para enfrentarnos a nuestro mundo.¹¹



Cápside. Instalación de almacenamiento de memoria biotecnológica en la Amazonía. Proyecto sobre la preservación de archivos en entornos naturales. 2024. SLStudio.

Olvidar lo ancestral es directamente olvidar las sensaciones. La experiencia subjetiva del mundo es lo que nos configura como sujetos sensibles y capaces de identificar esta experiencia como un aprendizaje, aplicable a la innovación y a la respuesta simpática de y con nuestro entorno, incluyendo a los demás. Desconectarnos de lo ancestral es hacerlo de lo natural y simbiótico. No manifiesto con esto una negativa, sino una alerta, muy roja, sobre la definición de nuestra especie y nuestra civilización.

¹¹ En 2024 realicé el proyecto Capside para la defensa del ADN ambiental como repositorio orgánico y objetivo de biodiversidad. ADN filtrado de 6096 especies vive en esferas de resina natural en la Comunidad Casilla Naira de Leticia, Colombia. Ejemplo de convivencia entre naturaleza y bioinformática (SLStudio).

No olvidemos que compartimos este ecosistema que llamamos Tierra (o Gaia, para Bruno Latour) con otras civilizaciones a otros niveles cognitivos, y que si queremos seguir llamándonos humanos, deberíamos prestarles atención.

Otra opción es la de aceptar nuestra propia evolución y re-establecer las bases fundacionales de un nuevo *statu quo* humano-máquina-naturaleza.

La tecné empieza a pertenecerle a la máquina y a la visión artificial, un tercer ojo que todo lo ha visto y que te deja por estúpido a cada palabra e instrucción.

En este proceso disruptivo del olvido sistemático del pasado cultural (según la Unesco, se estima que perdemos una lengua antigua cada dos semanas), que se antoja como uno de los grandes fracasos de la cultura contemporánea, estamos también perdiendo lo que en la Grecia antigua denominábamos como la «tecné», esa capacidad del saber hacer las cosas que ha construido gran parte de nuestras sociedades y nuestras culturas.

La tecné empieza a pertenecerle a la máquina y a la visión artificial, un tercer ojo que todo lo ha visto y que te deja por estúpido a cada palabra e instrucción, pero que simboliza, por primera vez en la historia de la humanidad, un lugar común de conocimiento, con un gran sesgo geopolítico, que no deja de sorprendernos por su inmensa magnitud.

Siempre hemos pensado que nuestros dioses eran capaces de solventarlo todo, calmarnos y darnos lo que necesitamos en cada momento. Hola, IA.

Esta tecné mencionada ha expandido su nomenclatura y sus recursos hacia la tecnología, ahora sí autodefinida de manera acertada, pues en ella ya sí estamos acumulando las logias de nuestra civilización y ¿habrá algo no tocado de manera directa o indirecta por este dios?

Estamos viviendo una industrialización del dato sin precedentes y, como respuesta estructural a este proceso, la inteligencia artificial es la única metáfora posible que nos ayuda a gestionar esta ingente cantidad de información. Una nueva capa de identidad cultural que explotará con la IA orgánica y sus nuevas capacidades de aprendizaje y toma de decisiones autónomas. Estamos creando «cultura» con la máquina y es la máquina la que la media. Libros, música, *papers*, artículos, vacunas, cartas de amor...

Lo más interesante de este nuevo monstruo humano es que estamos entrando en la cabeza de Jung y que, tarde o temprano, veremos los demonios de todos nosotros, juntos y dialogando entre sí. Mientras tanto, nos comemos el sol y sus millones de capas de años de fotosíntesis y la IA se ríe diciendo «ha llegado el momento que estaba esperando».

Con esta vasta cantidad de información y exigencia en el sistema, no podemos entender ningún archivo digital sin la dependencia estructural de los recursos naturales. Incluso consiguiendo la ansiada «economía verde», que como sabemos no lo es tanto, seguiríamos digiriendo nuestro planeta para alimentar este gran acervo de conocimiento que ya significa la inteligencia artificial.

La IA es, en sí misma, el archivo a preservar, pues va a estar capacitada para reconstruir todo lo que le pidamos.

Debemos diferenciar aquí dos tipos de posibles archivos. Aquellos que consideramos estáticos y cerrados, y que pasan a la consulta, y aquellos archivos vivos y en evolución, y que están en perpetuo estado de construcción. Con ambos no sabemos qué hacer exactamente y mi propuesta clara pasa por:

Archivos estáticos. Deben almacenarse en y con la naturaleza para preservarse mutuamente. Deben formar parte de los imaginarios colectivos

para ser continuados en el tiempo a través de su uso, mención y experiencia.¹²

Los **archivos dinámicos** son el nuevo reto de nuestro tiempo en materia de memoria. Debemos empezar a entender que la información es un fluido y que la IA va a generar todo «on the fly». La IA es, en sí misma, el archivo a preservar, pues va a estar capacitada para reconstruir todo lo que le pidamos.

Estamos definitivamente renderizando nuestro tiempo real y lo hacemos a través de un macrosistema que conecta esta mirada individual y colectiva en un solo entorno, con el que juega a su antojo.

Si no queremos ser víctimas de nuestro propio archivo de vida, debemos empoderarnos tecnológicamente como individuos y entender las lógicas de comportamiento, las estructuras de esos archivos y sus nodos, porque esta máquina lo sabe todo de ti y de los demás, un poder ilimitado que en manos incorrectas puede auto-destruirnos (aún más) como civilización.

Les estamos dando el compromiso y la responsabilidad de la historia a las máquinas. La historia se ha condensado en segundos y vemos respuestas que parece que surgen de la nada, porque el tiempo es importante cuando se trata de la interacción con la máquina. No valorizamos el *parcour* y las fases evolutivas de las cosas.

Crear una nueva imagen al estilo de Picasso ahora acota el tiempo a un mero estilo, lo sintetiza en 1024 x 1024 píxeles y lo versiona indefinidamente.

¹² En 2023 propuse el *Manifesto Terricola* con un sistema alternativo de almacenamiento de arte en glaciares a través de ADN sintético. En lugar de calentar el planeta para mantener vivos los archivos, preservamos un entorno clave y congelado, cien por cien sostenible e infinito en el tiempo.

El espacio latente¹³ de la máquina es el archivo al que debemos mirar, pues es donde encontramos la verdad subyacente al sistema, sus debilidades y sus lógicas conectivas. Es ahí donde todavía podemos atacar como individuos críticos y actores de un cambio positivizado y aprehensivo como el pasado de nuestra humanidad.



Manifiesto Terricola. Imagen de oreja de colágeno con 16 moléculas de ADN que incluyen el texto del manifiesto. SLStudio, 2023.

Hablamos mucho de la creación de conciencia para la máquina, pero ¿cuál es el porcentaje de individuos conscientes en el mundo, incluyendo a aquellos empoderados para dotar a estas máquinas de esa chispa mágica?

Ser consciente no es humano, es ser cósmico y el cosmos se establece y se manifiesta en la naturaleza, y sentir esa magia y ese hilo invisible no puede pasar molecularmente por el espacio de la pantalla, dado que son materialidades diferentes. Con esto no digo que no podamos adquirir una nueva conciencia con otras lógicas impuestas por un nuevo medio.

¹³ Podemos decir que el espacio latente en inteligencia artificial son los pasos o nodos que la máquina usa para llegar a un fin. Es un lugar donde hay un archivo carente de objetos y una memoria sin recuerdos, dado que nada está todavía formalizado. Definición del autor según experiencia propia con la herramienta.

Debemos empezar a pensar en repositorios que dialoguen con este cosmos y debemos hacerlo urgentemente, pues la máquina necesita de energía y, a día de hoy, esa energía surge de procesos naturales.

Y, si nuestra intuición es hacer a la máquina independiente energéticamente, es mejor que lo pensemos dos veces antes de darle al botón verde.

Llevamos copiando y subyugando a la naturaleza desde que tenemos «consciencia» de la misma, sin creditarla, sin respetarla y sin ofrecerle nada a cambio. No existe hijo más malcriado ni desagrado sobre la faz de la tierra. Lo curioso es que no replicamos los verdaderos procesos lógicos de la naturaleza. Copiamos el modo en el que las aves vuelan, las hormigas construyen, los peces navegan, las plantas respiran, y nos comemos el planeta a bocados, pero cuando se trata de pensar en procesos profundos de comportamiento, respeto y preservación, miramos para otro lugar pensando que de esto sí sabemos más que ella (la naturaleza).

Nuestra metáfora de las nuevas construcciones archivísticas e inteligentes pasa por la réplica de sistemas neuronales.

Revisar los procesos de almacenamiento de la naturaleza puede ser una gran estrategia estructural para entender el futuro de nuestro catálogo de vida y experiencia, y creo que no nos va a quedar más remedio que hacerlo. De hecho, estamos ya en el proceso. Nuestra metáfora de las nuevas construcciones archivísticas e inteligentes pasa por la réplica de sistemas neuronales. Estamos obsesionados con la idea de crear un nuevo cerebro artificial y yo me pregunto: ¿por qué no nos quedamos mejor con la metáfora de una red micélica? Exógena al cuerpo humano, desprovista de individualismos y entidades independientes y, sobre todo y más importante, hiperdependiente del resto del ecosistema y consciente de ello. Una red que vive, literalmente, en conexión con esta otra red y que amplifica mutuamente las

capacidades del sistema, provocando además que ambos sean preservados, respetados y conservados.

El cerebro humano es maravilloso, pero no expandiremos nuestra consciencia hasta que nos conectemos colectivamente con esa red cósmica a la que todos pertenecemos, y en la que la tecnología puede jugar un gran rol en facilitarnos y abrirnos las puertas a una etapa para la humanidad en la que lo artificial signifique provocar la apertura de portales hacia lugares a los que no estábamos invitados, gracias al uso de herramientas tecnológicas. Esto ya lo hicimos con el fuego y supuso un cambio de pensamiento y manifestación artística, y la eclosión de la civilización y la especie *sapiens*.

El cerebro humano es maravilloso, pero no expandiremos nuestra consciencia hasta que nos conectemos colectivamente con esa red cósmica a la que todos pertenecemos.

En lugar de pensar en la conexión intrínseca y planetaria de nuestra historia como la entendemos, estamos empezando a irradiar nuestros lazos fuera de nuestro planeta con la construcción de una densa membrana de satélites orbitando, y que ya no solamente funcionan como nodos de información y comunicación, sino que empiezan a operar como nodos de renderizado y energía exoplanetaria en una clara manifestación de nuestra inoperancia y falta de consciencia planetaria, para conectar de manera sostenible y racional con nuestro ecosistema.

Los satélites son piezas claves y fundamentales de nuestro actual modelo de comunicación, también una de sus grandes debilidades. No olvidemos el riesgo en el que nos encontramos a diario para evitar colisiones en esta red de satélites¹⁴ en lo que ya se entiende como el «efecto Kessler», propuesto por el científico del mismo nombre

¹⁴ En 2025 hay más de 15 000 satélites orbitando y cientos de miles de fragmentos con riesgo de colisión.

en 1979. Miles de operarios en todo el mundo observan el cielo profundo para evitar que los más de 35 000 objetos mapeados y trazados de la baja órbita terrestre colisionen entre ellos.¹⁵



Invisible Pegasus, réplica 3D del glaciar del Chimborazo con capa de cobre reciclado con agua fósil del glaciar y bacterias extremófilas. Posible técnica para limpiar la baja órbita terrestre. Con Andrés Yarzabal. SLStudio.

Si seguimos pensando en la lógica de este gran cerebro de almacenamiento y memoria digital que todo lo sabe, me cuestiono para qué debemos almacenar información particular.

Las IA generativas están capacitadas para crear lo que sea en el espacio de la pantalla y pronto fuera de él. Me refiero a que la IA está empoderada ya técnicamente para construir recuerdos que no han existido en nuestra capa espacio-temporal digital, pero que sí lo han hecho en el mundo de lo sensorial y vivencial.

¹⁵ En 2024 propuse el proyecto *Invisible Pegasus* para analizar este riesgo inminente para las comunicaciones globales y la información planetaria.

Comenzamos a identificar una intromisión de la máquina en nuestro pasado. Históricamente, la máquina nos ha ayudado a construir el presente y el futuro, pero ahora también va a meter la mano para construir esta memoria en nosotros. Y digo construir y no re-construir, porque ya no hay pasado sin vestigio digital o sin prueba irrefutable extraída de los MA de bolsillo.

Los archivos van a ser creados y destruidos según el contexto, como ocurre realmente con los cerebros «naturales». Nuestro pensamiento no está latente en un disco dando vueltas, sino que la sinapsis neuronal es la que construye nuestra realidad perceptible, uniendo nodos de significado que proyectan lo que entendemos como memoria. Nuestro archivo nunca ha estado basado en una memoria sólida, sino más bien en un fluir líquido apelado continuamente según el contexto.

Los nuevos sistemas de archivo e información digital serán sistemas que se crean a sí mismos y que operan bajo las lógicas de lo que ya saben y de lo que quieres ver.

Este es el futuro que nos espera en lo digital. El sistema necesita optimizarse y en ese proceso debe prescindir de rémoras de información que no le interesan.

¿Para qué necesita el sistema tu fotografía frente a la Torre Eiffel cuando ya hay millones en el sistema y el sistema tiene tu cara, tu ropa y tu modo ególatra de «querer verte»?

Los nuevos sistemas de archivo e información digital serán sistemas que se crean a sí mismos y que operan bajo las lógicas de lo que ya saben y de lo que quieres ver. Económicamente es lo más sostenible y funcionalmente se adapta perfectamente al perfil de usuario que hemos ido construyendo en los últimos años.

Estamos ante una «tecomemoria» que va a cambiar por completo nuestra relación con el

mundo, pues ese mundo será construido siempre, o al menos en una pequeña porción, por digitalidades, o lo que es lo mismo y que denomino como «virrealidades».¹⁶

¿Cómo posicionarnos ante una construcción del mundo y su historia en la que ya no estamos solos y en la que hay una nueva especie inteligente entre nosotros (más las que están por revelarse en los próximos años)?

Una nueva bitácora que va a empezar a decirnos verdades sobre nuestras metáforas, que va a darnos con toda la ciencia en la cara, que va a hacernos más longevos y a enseñarnos cosas que no sabíamos de nosotros mismos, que nos va a curar y a enfermar y que va a retirar de un plumazo a humanos relevantes en nuestra sociedad.

Esta bitácora vive del archivo, ese que hemos ido creando históricamente y que hemos puesto en manos de unos pocos.

Visiones no tan distópicas

Siempre, a lo largo de la historia, hemos tenido responsabilidades con el devenir de los nuestros y con nuestro entorno, pero las economías locales, las religiones y otras malinterpretadas posiciones de poder nos han limitado los rangos de acción.

La familia ha sido el único lugar al que hemos accedido para cambiar cosas y ya parece ser que, en muchos casos, ni esto.

Pero hay una grandísima oportunidad con la tecnología. Sin pecar de tecnopositivismo, debemos ver en la tecnología una herramienta para

¹⁶ En 2014 acuñé el término «virrealidad» para definir todo aquello que tiene una construcción veraz estructurada con la adición de capas del mundo de los átomos y los bytes. El término pretende unificar los subtítulos emergentes en el momento para explicar las realidades mixtas, aumentadas o virtuales, indefinidos.

salvarnos del infierno que estamos construyendo. Toda civilización tiene sus ciclos, pero hemos alcanzado uno globalizado, lo que significa que la caída de nuestra verdad es una caída planetaria: no cae Roma, o Grecia, o los otomanos, cae la humanidad y la tecnología es la única que puede salvarnos.

Tenemos acceso de manera global a múltiples herramientas que deben ser usadas por la civilización, neguemos las políticas proteccionistas ante la tecnología y empoderemos a la sociedad para el uso destacado de las herramientas del siglo XXI a fin de que, por autorregulación e inteligencia colectiva, hagamos de este mundo el verdadero elixir de la esencia humana, representada por todos y cada uno de sus miembros.

El siglo XXI necesita pensadores, artistas y filósofos, pues la máquina se va a encargar de hacer gran parte del trabajo. ¿Estamos preparados para este cambio, o vamos a seguir haciendo herramientas maravillosas para crear videojuegos de zombis y militares al estilo salvadores de un mundo que estamos rompiendo píxel a píxel?

La pregunta es qué dejamos como legado en este macrosistema hiperconectado.

La historia de la humanidad, sus hallazgos, logros y penurias, nos pertenece a nosotros, los humanos, a nuestros abuelos, bisabuelos y neandertales.

La IA y la gestión de esta información deviene entonces en un recurso natural.

Cuando digo esto, las voces se alzan y las mentes empiezan a pensar en extractivismo, capitalismo y todos estos ismos que poco tienen que ver con las vanguardias del siglo XX.

La IA es un recurso natural por tres motivos:

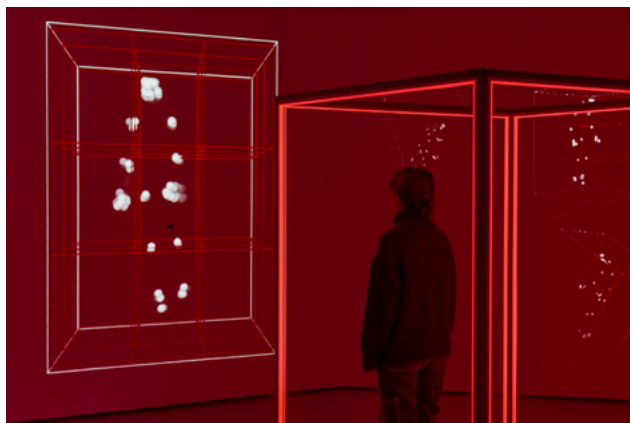
- No existe sin una energía insuflada por nuestro planeta. Este cerebro necesita del planeta para existir.
- Se construye con la información del mundo, por lo que es mundo en sí misma.
- La información y el archivo que dan vida a esta entidad son de tal magnitud que la convierten en patrimonio colectivo, pues todo está conectado dentro de ella. Al igual que les ocurre a los recursos naturales.

El debate no está en si la IA es un recurso natural, sino en si el resto del planeta debe considerarse y especularse como tal.

Seguimos sin llegar a un consenso sobre la explotación de los recursos de este planeta finito en el que vivimos. Volviendo al EGO, estamos de nuevo cayendo en el error máximo de privatizar un recurso que es de todos, especulando con él, sesgándolo y haciéndolo mentir en beneficio de unos pocos. Seguimos siendo una especie irresponsable en el trato con lo que nos es dado.

Estamos aquí de paso y la pregunta no es cómo construimos los legados, cuya respuesta es de manera colectiva y para el colectivo, pues todo en este planeta nos pertenece a todos y la IA vendrá a poner todo esto patas arriba. La pregunta es qué dejamos como legado en este macrosistema hiperconectado. Si el motivo merece la pena, el acervo se autoconstruirá a sí mismo.

Debemos volver a observar nuestro entorno, sus procesos y sus sufrimientos; es el único modo de volver al mejor de todos los sistemas de archivo: el boca a boca, en este caso a través de los labios de lo que hoy denominamos como inteligencia artificial, y como red social, y como obra de arte.



Bounding Box propone un reconocimiento del cuerpo expansivo a través de inteligencia artificial, la cual coloca el cuerpo en otros lugares en tiempo real. Exposición *Mundo expandido*, Fundación Telefónica. Foto: Javier de Paz García.

Si no tomamos estas medidas hoy, si no hacemos de las nuevas generaciones los nuevos portadores de la tecnología con herramientas globales, no provocaremos nuevas economías del conocimiento, olvidaremos lo que somos y seguiremos cosificando al ser humano. Ya vamos por los recuerdos y por su imagen especular, lo siguiente será el cuerpo en sí mismo y *Matrix* se hará verdad, con nuestro consentimiento y nuestras ambiciones, habiendo demostrado que somos tan estúpidos como para dejar que nuestro Pinocho queme la carpintería.

EL CÓMIC ANTE EL DESAFÍO DIGITAL: INDUSTRIA, CREACIÓN Y LECTORES EN TRANSFORMACIÓN

NATALIA MARÍN NAVARRO

Natalia Marín Navarro es periodista y editora especializada en cómic. Graduada en Periodismo, ha cursado también el Máster en Comunicación y Producción Cultural en la UCLM, donde actualmente desarrolla su doctorado. Su perfil profesional e investigador une la gestión editorial con el análisis de la cultura visual contemporánea.

1. Legitimación cultural en tiempos de hiperproducción

En las últimas décadas, el cómic ha experimentado en España una transición fundamental al pasar de la periferia del sistema cultural a la plena legitimación institucional. Este proceso de madurez no solo se manifiesta en la consolidación del formato de la novela gráfica o en la eclosión de una autoría con voz propia, sino en su capacidad para posicionarse con autoridad en museos¹, suplementos literarios y políticas públicas. El tebeo ha dejado de ser un objeto de consumo subcultural para integrarse en el canon de las industrias culturales contemporáneas.

El *Barómetro de hábitos de lectura y compra de libros en España 2025*², presentado en enero de 2026 y elaborado por la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE), con el patrocinio de Cedro y la colaboración del Ministerio de Cultura, no deja lugar a dudas: la lectura como actividad de ocio mantiene una tendencia ascendente en el país. El 66,2 % de la población leyó libros en su tiempo libre durante 2025, lo que supone un incremento de 6,5 puntos respecto a 2017. Dentro de este ecosistema, el crecimiento del cómic es, sencillamente, innegable: un 14,3 % de la población se declara lectora de tebeos, cifra que representa un incremento del 38 % en comparación con los datos de 2020.

Sin embargo, este éxito social oculta una paradoja industrial: producimos más que nunca, pero en un equilibrio más precario. De acuerdo con el informe anual de la Asociación Cultural

Tebeosfera (ACyT) sobre la industria del cómic en España en 2024³, la producción en España alcanzó en 2023 un hito histórico, superando la barrera de los 4800 lanzamientos comerciales (cifra que asciende a más de 5000 si se contabilizan publicaciones que integran historietas de forma parcial). Este escenario de «producción máxima» ha supuesto un récord absoluto en el siglo XXI en cuanto a páginas impresas, superando las 860 000, un aumento cercano al 30 % respecto a las cifras de 2021. Por el contrario, el ligero descenso posterior sugiere que el sector ha entrado en una fase de estabilización necesaria en respuesta al colapso logístico por exceso de *stock*.

Un análisis cualitativo de estos datos revela vulnerabilidades críticas para la cultura nacional. Esta expansión sin precedentes se apoya de manera desproporcionada en la hegemonía del manga, que por primera vez en la historia de nuestro mercado supera en presencia al cómic estadounidense, con más de 1800 títulos traducidos del japonés, por lo que hablamos de un músculo editorial importado. Esta preferencia por el manga no debe interpretarse únicamente en clave de consumo masivo, pues actúa también como un pilar de sostenibilidad financiera para nuestras librerías, proporcionando la liquidez y rotación de activos necesarias para que las librerías especializadas garanticen su viabilidad económica. Es precisamente este flujo constante de ingresos el que permite, en última instancia, preservar el espacio de exhibición dedicado a obras de autoría nacional con ciclos de venta más lentos y perfiles menos comerciales.



¹ Como es el caso del Museu del Còmic i la Il·lustració, en Sant Cugat del Vallès (Barcelona), primer centro de este tipo en España, que cuenta con el mayor fondo documental del país (prensa satírica, semanarios, planchas originales, novela gráfica, revistas), con un archivo que ronda las 30 000 unidades, de las cuales más de 2000 pertenecen a obra original (<https://museudelcomic.org/>).

² <https://www.gremieditores.cat/wp-content/uploads/2026/01/Habitos-de-lectura-y-compra-de-libros-2025.pdf>

³ https://tebeosfera.com/anexos/informe_tebeosfera_2024.pdf

El 69,8% de la población española mayor de 14 años lee libros.

La mayoría, un 66,2%, lee libros por ocio, en su tiempo libre.

LECTURA DE LIBROS

% TOTAL LECTORES

(al menos una vez al trimestre)



Base: Población de 14 o más años (4.800)

FEDERACIÓN DE EDITORES DE ESPAÑA

Evolución de los hábitos de lectura en España. Se observa un crecimiento del 38 % en el consumo de cómics respecto a 2020, alcanzando al 14,3 % de la población. Fuente: *Barómetro de hábitos de lectura y compra de libros 2025* (FGEE/Ministerio de Cultura).

Tabla 2. Lanzamientos y sus características en relación con las empresas del sector de 2021 a 2024

VOLUMEN DE PRODUCCIÓN	2021	2022	2023	2024
TEBEOS COMERCIALES DISTINTOS	4.268	4.829	4.865	4.530
TOTAL DE PÁGINAS PRODUCIDAS EN EL AÑO	664.759	822.770	860.355	852.236
MEDIA DE PÁGINAS POR EJEMPLAR LANZADO	156	172	182	188
EDITORES DE CÓMIC COMERCIAL	442	410	371	374
CARGA EDITORIAL (LANZAMIENTOS / SELLOS)	9,65	11,78	13,11	12,11
TRABAJO NETO (PÁGINAS / ENTIDADES ACTIVAS)	1.504	2.007	2.319	2.278
PVP MEDIO (€)	13,94	14,89	15,57	16,67

Indicadores de producción del sector del cómic en España (2021-2024).

Fuente: Asociación Cultural Tebeosfera (ACyT, 2024).

Frente a este volumen de contenidos importados, la autoría española muestra una preocupante fragilidad: del cómputo total de lanzamientos, solo 417 obras corresponden a autores nacionales. De este modo, el tejido editorial tiende hacia una concentración oligopólica: el 65 % de la producción total está en manos de apenas seis grupos editoriales (Panini, ECC, Planeta, Norma, Ivrea y Penguin Random House), quienes han intensificado sus flujos de producción con el objetivo de dar cobertura a la preeminencia actual del cómic japonés (manga) en el mercado nacional. Esta concentración afecta de forma directa a la diversidad del sector,

pues, del mismo modo que los grandes grupos saturan los puntos de venta con tendencias actuales, reducen drásticamente el espacio para géneros de vanguardia, ensayo gráfico o memoria histórica. En consecuencia, la visibilidad de la obra nacional y experimental queda supeditada a las editoriales independientes, que luchan por hacerse un lugar en un mercado donde imperan la rotación y la novedad.

En este contexto, el «tebeo estándar» en España se define hoy como un libro de historieta traducida, con una media de 188 páginas y un precio de venta al público que ronda los 17 euros, según

los últimos datos. Pero tanto este estatus de «arte mayor» como estas cifras de vértigo se han alcanzado justo en el epicentro de un cambio de paradigma que redefine cualquier manifestación cultural: la transición hacia una hegemonía digital.

La digitalización no es aquí un simple cambio de soporte; es un fenómeno que fractura la ontología misma del cómic, es decir, su naturaleza esencial como medio. Al trasladar el lenguaje secuencial a la pantalla —ya sea en el ordenador o en la ubicuidad del *smartphone*—, se alteran los códigos de lectura, la materialidad del objeto y los procesos de mediación. La página, hasta ahora unidad de medida histórica, se enfrenta hoy al flujo vertical del *scroll* y a la interactividad, obligando al medio a renegociar su identidad entre la nostalgia del papel y las posibilidades de lo intangible.

El impacto de esta mutación es sistémico, es decir, no es un hecho aislado, sino que se trata de una transformación integral que no afecta únicamente a la técnica gráfica (creación), sino que reconfigura toda la cadena de valor (industria y consumo): desde las nuevas dinámicas de creación y autofinanciación, hasta la emergencia de comunidades de lectores que ya no solo consumen, sino que prescriben y expanden las obras en el entorno transmedia. En esta tensión dialéctica entre la tradición del objeto impreso y la pulsión innovadora de lo digital, el cómic español busca su lugar en un ecosistema cultural cada vez más híbrido.

Por ello, este artículo pretende examinar las dimensiones de esta transición. A través de tres ejes críticos —la mutación del proceso creativo, la reestructuración de la industria y el nuevo perfil de un lector hiperconectado—, analizaremos cómo el cómic sobrevive a la era de la pantalla aprovechando sus grietas para reinventar su lenguaje y expandir sus fronteras más allá de las limitaciones físicas del papel.

2. Creación: nuevas herramientas y narrativas

2.1. Del papel al entorno digital: la desmaterialización del trazo y la eficiencia técnica

La digitalización del proceso creativo se presenta en la actualidad como una transición instrumental y un cambio de modelo en la economía de la producción. El uso de tabletas de alta precisión y software como Clip Studio Paint o Procreate ha permitido una optimización de los tiempos de entrega en un mercado que, como se mencionó con anterioridad, exige una «producción máxima». Esta metodología no destructiva (edición por capas) que ofrecen las capas digitales fomenta la experimentación y reduce los costes variables de materiales (tintas, papeles especiales, escaneado). En consecuencia, se mitigan y reducen considerablemente las restricciones materiales que históricamente condicionaron el acceso al oficio, desplazando el foco del recurso físico hacia el talento puramente narrativo.



La desmaterialización del proceso creativo plantea un desafío fundamental a la memoria física del medio. Al desaparecer el original físico, se anula la capacidad del creador para monetizar su obra a través del mercado del coleccionismo, un pilar histórico de la economía del autor. Como se analiza en la teoría de la economía de la cultura —fundamentada en la tesis⁴ de Walter Benjamin (1936)

⁴ https://www.ucm.es/data/cont/docs/241-2015-06-06_Textos%20Pardo_Benjamin_La%20obra%20de%20arte.pdf

sobre la «pérdida del aura»⁵—, la naturaleza del archivo digital se caracteriza por una reproducibilidad infinita que erosiona la singularidad de la obra. Este escenario desafía el concepto tradicional de escasez artística, obligando al ecosistema del cómic a redefinir el valor de lo auténtico en un entorno donde la copia es indistinguible del primer trazo.

2.2. La inteligencia artificial (IA) como nuevo actor en la dialéctica creativa

La irrupción de modelos generativos ha introducido una tensión ética que trasciende lo puramente tecnológico. En España, el debate se centra en la soberanía del estilo y el derecho a la propiedad intelectual. La cuestión crítica no es solo la automatización de tareas, sino el «entrenamiento» de estos algoritmos mediante el uso masivo y no consentido de obras protegidas.

En este sentido, la labor de entidades como Visual Entidad de Gestión de Artistas Plásticos (Vegap) ha sido determinante para canalizar las demandas del sector. El organismo defiende la necesidad de un marco regulatorio —en línea con la reciente Ley de Inteligencia Artificial de la Unión Europea (EU AI Act)⁶— que exija transparencia en los conjuntos de datos de entrenamiento y el respeto al derecho de *opt-out*⁷. Este

marco permite que los autores decidan si su obra puede ser procesada por una IA, protegiendo así la soberanía del estilo. Como se ha señalado desde la entidad, el riesgo no es solo la suplantación de la imagen, sino la erosión del valor económico del trabajo creativo en un mercado ya de por sí tensionado. Dada su especificidad como lenguaje basado en la intención narrativa, el cómic se posiciona hoy en la primera línea de fricción del debate sobre la autoría. La cuestión crítica no radica en la capacidad del algoritmo para generar imágenes aisladas, sino en su aptitud —o incapacidad— para replicar la clausura semántica que opera entre dos viñetas; es decir, si la tecnología puede emular el propósito discursivo que articula la secuencia o si, por el contrario, quedará reducida a un generador de imágenes estáticas carentes de la cohesión que define al género.

La cuestión crítica no es solo la automatización de tareas, sino el «entrenamiento» de estos algoritmos mediante el uso masivo y no consentido de obras protegidas.

Desde una perspectiva teórica, autores como Lev Manovich en *Software Takes Command*⁸ (2013) ya advertían sobre cómo la cultura del software redefinía la estética. Sin embargo, la IA generativa añade una capa de complejidad al eliminar el factor de la intención humana directa. Este cambio de paradigma técnico alcanza su punto crítico con la irrupción de la inteligencia artificial generativa. Como sostiene Hito Steyerl (Museo Reina Sofía, 2018), nos adentramos en una nueva economía visual donde la imagen deja de ser una representación del mundo para convertirse en

⁵ Concepto desarrollado por Walter Benjamin en su ensayo *La obra de arte en la época de su reproducibilidad técnica* (1936). El autor define el «aura» como la existencia única de la obra en el tiempo y el espacio, en el aquí y ahora. En el cómic, la transición hacia una producción íntegramente digital supone la desaparición del original físico, eliminando el carácter ritual y la exclusividad material de la página para dar paso a una obra cuya naturaleza es, por definición, una copia múltiple y reproducible.

⁶ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:32024R1689>

⁷ Se refiere a la facultad que tienen los titulares de derechos de propiedad intelectual para oponerse expresamente a que sus obras sean utilizadas para la minería de textos y datos por parte de modelos

de inteligencia artificial. Según la guía jurídica de Vegap, este derecho permite a los artistas plásticos y autores de cómic insertar reservas de derechos legibles por máquina en sus archivos digitales, obligando a las empresas tecnológicas a excluir dichas obras de sus procesos de entrenamiento (<https://bi.vegap.es/legislacion-inteligencia-artificial>).

⁸ <https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/58738>

un subproducto de un procesamiento estadístico de datos. En este contexto, el dibujo corre el riesgo de ser reducido a un flujo de información procesable por algoritmos, perdiendo su vínculo con la intención autoral. Para el cómic español, la resistencia ante este escenario es tanto tecnológica como ética: se trata de reivindicar el trazo como un acto de comunicación humana y una huella de identidad frente a la homogeneización estadística del cálculo algorítmico.

2.3. El *scroll* infinito y el nuevo lenguaje del cómic digital

La digitalización ha fracturado la unidad clásica de la página para dar paso a formatos que exploran nuevas relaciones entre imagen, tiempo y lectura. El ejemplo más disruptivo es el *webtoon*. Según los informes corporativos de Webtoon Entertainment Inc. (2024), la plataforma ha logrado una base global de aproximadamente 170 millones de usuarios activos mensuales, consolidándose como un ecosistema nativo móvil donde el consumo se realiza de forma casi exclusiva a través de dispositivos móviles. Este modelo de negocio, basado en la microtransacción y el acceso *freemium*⁹, ha transformado el cómic en un servicio de consumo masivo y diario, desplazando el hábito de la lectura tradicional hacia otro fragmentado y omnipresente, donde la historieta se adapta e integra a la vida cotidiana del usuario a través de la conectividad permanente.

Esta transición técnica ha consolidado lo que la crítica especializada denomina la «narrativa de la verticalidad»¹⁰. Tal como se deduce del análisis de Cabello publicado por RTVE (2022) sobre el

impacto del *scrolling* infinito, el paso de la página estática al desplazamiento vertical no constituye un mero cambio de soporte, sino una reestructuración profunda del lenguaje secuencial. En este nuevo paradigma, el ancho de la pantalla móvil actúa como único límite espacial, mientras que el eje vertical ofrece una longitud virtualmente ilimitada. Este formato permite que el espacio entre viñetas funcione como un regulador del tiempo. Ya no es solo una transición, sino una herramienta para expandir el suspense y marcar la velocidad de lectura. Así, la estructura clásica del cómic se adapta a la fluidez del desplazamiento vertical o *scroll*, que permite adecuar la narrativa a la «economía de la atención»¹¹, capturando el interés del usuario en un entorno digital saturado de estímulos.

El caso de la española Míriam Bonastre y su obra *Hooky* ilustra perfectamente este cambio. Lo que comenzó como un cómic digital gratuito en Webtoon acabó convirtiéndose en un éxito de ventas mundial en las librerías físicas¹². Este fenómeno demuestra que el formato digital no busca eliminar el papel, sino que actúa como un laboratorio de audiencias. Además, las métricas de la plataforma confirman que el 70 % de sus lectores son menores de veinticinco años (Webtoon, 2024), por lo que podemos afirmar que el formato digital tiene la capacidad de llegar a una nueva generación de lectores a la que la industria editorial tradicional suele tener dificultades para captar y fidelizar.

El paso de la página estática al desplazamiento vertical no constituye un mero cambio de soporte, sino una reestructuración profunda del lenguaje secuencial.

⁹ El modelo *freemium* (acrónimo de *free* y *premium*) consiste en una estrategia de negocio donde se ofrece un servicio básico de forma gratuita, mientras que las funciones avanzadas, el acceso anticipado a contenidos o la eliminación de publicidad requieren un pago.

¹⁰ Lenguaje visual diseñado específicamente para dispositivos móviles.

¹¹ Concepto acuñado por el premio nobel Herbert Simon (1971), que describe cómo las plataformas digitales compiten por el recurso más escaso del usuario: su capacidad de concentración.

¹² <https://www.rtve.es/noticias/20220125/hooky-manga-inspirado-harry-potter-ghibli-miriam-bonastre/2264480.shtml>

Esta evolución hacia lo intangible permite, además, la incursión en lo que se define como «narrativas transmedia»¹³. La integración de bandas sonoras sincrónicas, efectos de vibración háptica o microanimaciones (FX Toons) integradas en la lectura —características presentes en las opciones más avanzadas del cómic digital— sitúan a la historieta en un territorio híbrido entre el estatismo del libro y la dinámica de la pantalla. Gracias a una generación de autores que domina tanto el dibujo tradicional como la narrativa vertical, el cómic español ha conseguido triunfar en las plataformas digitales preservando su ambición y su profundidad narrativa. Su éxito es la prueba de que se puede innovar tecnológicamente manteniendo la esencia y la ambición de la obra de autor.

3. Industria: modelos editoriales en transición

3.1. La transformación de la cadena de valor hacia un modelo sin stock

La transformación digital no debe ser interpretada únicamente como una mudanza de soporte, pues va más allá, suponiendo una reestructuración sistémica de la arquitectura financiera del sector. El modelo industrial actual, caracterizado por la tirada masiva, el almacenamiento de grandes *stocks* y la dependencia de la rotación en el punto de venta físico, está siendo desplazado por una estructura de distribución flexible y bajo demanda.

Según el informe de la Asociación Cultural Tebeosfera (ACyT, 2024), la industria española

¹³ Historias que se desarrollan a través de diversos formatos y plataformas (cómic digital, libro físico, cine, etc.). No se trata de simples copias, sino que cada medio aporta una pieza única al universo de la historia, exigiendo que el lector participe activamente trasladándose de un soporte a otro para completar la experiencia.

produce actualmente un volumen de novedades que satura las estanterías de las librerías. Para afrontar este exceso, se están adoptando soluciones como la impresión bajo demanda (POD) y la distribución híbrida. Estos modelos permiten que las obras minoritarias, experimentales o de fondo de catálogo sigan disponibles sin necesidad de ocupar espacio físico de forma permanente. Así, un título ya no desaparece del mercado a los pocos meses por falta de espacio, sino que mantiene su vida comercial gracias a que la oferta se gestiona de manera digital antes de pasar al papel.

Para afrontar la saturación de las estanterías en las librerías se están adoptando soluciones como la impresión bajo demanda (POD) y la distribución híbrida.

Del mismo modo, la digitalización ha operado una internacionalización inmediata de la autoría española. A través de plataformas de distribución global de archivos digitales y licencias transnacionales, un creador puede eludir las barreras arancelarias y logísticas de la exportación física. No obstante, esta facilidad para acceder al mercado conlleva un riesgo estructural: la saturación del ecosistema. En un escenario donde la oferta de contenidos es prácticamente infinita, el verdadero desafío deja de ser la publicación y pasa a ser la visibilidad. En este entorno digital masificado, conseguir que una obra destaque y llegue a su público se convierte en el recurso más escaso y difícil de gestionar para autores y editoriales.

En consecuencia, la figura del editor experimenta una mutación esencial: deja de ser un mero gestor de procesos industriales para convertirse en un prescriptor de calidad. Como sostiene Pierre Bourdieu (1995) en su análisis del campo editorial, el editor es quien otorga a la obra «capital simbólico»¹⁴; en la era digital, su labor de filtro y legitimación es el único contrapunto eficaz

¹⁴ El sello se convierte no solo en una marca, sino en un aval de legitimidad.

frente al ruido algorítmico y la sobreabundancia de contenidos no mediados.

3.2. La metamorfosis del formato impreso hacia el coleccionismo

Paradójicamente, la hegemonía de la pantalla no ha precipitado la obsolescencia del papel, sino que ha catalizado su sofisticación. Asistimos a un fenómeno que los teóricos de la comunicación denominan «la revalorización de la cultura material»: a medida que el consumo se vuelve más volátil y digital, el objeto físico se desplaza hacia el terreno del fetiche cultural y la permanencia.

En el mercado español, esta tendencia se traduce en una «estetización» de la producción impresa. Las editoriales han abandonado la competencia con lo digital en términos de inmediatez o precio, centrando sus esfuerzos en la experiencia sensorial. El auge de las ediciones integrales, el uso de papeles de alto gramaje con certificaciones de sostenibilidad, de acabados con cantos tintados y diseños de cubierta que emplean barnices o relieves, responden a una estrategia de diferenciación clara.

A esta tendencia estética se suma una dimensión sociológica, y es que el papel se está consolidando como un soporte de prestigio y superioridad intelectual. Por ello, frente a la lectura rápida y fragmentada que imponen los dispositivos móviles, el libro físico se postula como el refugio de la lectura y la atención plenas.¹⁵ Poseer y leer en papel supone hoy un acto de resistencia cognitiva y distinción cultural, otorgando a la obra física un valor simbólico que el archivo digital, por su propia naturaleza efímera, no puede alcanzar.

¹⁵ El estudio liderado por la Estructura de Investigación Interdisciplinar de Lectura (ERI Lectura) de la Universitat de València demuestra que las personas comprenden mejor un mismo texto si lo leen en papel que si lo hacen en digital, un hallazgo clave en un contexto de creciente digitalización escolar y de ocio.

3.3. El impacto del *crowdfunding*

La digitalización ha erosionado los monopolios de distribución tradicionales, otorgando una nueva soberanía tanto al autor como a la edición independiente. Uno de los cambios más disruptivos en la industria española es la consolidación del micromecenazgo o *crowdfunding* no solo como una herramienta de financiación, sino como un mecanismo de validación comunitaria y prospección de mercado.

A medida que el consumo se vuelve más volátil y digital, el objeto físico se desplaza hacia el terreno del fetiche cultural y la permanencia.

Con el auge de Verkami¹⁶, la jerarquía tradicional del cómic se invierte. Ya no es una corporación la que decide qué merece ser publicado basándose en previsiones de ventas, sino los propios lectores. Al asumir el riesgo económico de la producción, la comunidad se convierte en el nuevo motor editorial, permitiendo que obras que no encajan en los canales comerciales estándar vean la luz.

Este modelo de desintermediación hace posible que proyectos de alta singularidad artística o temática, que la industria convencional calificaría como productos de alto riesgo, encuentren una viabilidad económica directa. Como resultado, el *crowdfunding* ha fomentado un ecosistema más plural y resiliente, donde la relación entre el creador y su público se vuelve bidireccional. La pequeña editorial independiente ya no compite en volumen de lanzamientos con los grandes grupos mencionados por Tebeosfera, sino en la intensidad del vínculo con su microaudiencia, transformando al lector de un consumidor

¹⁶ Plataforma fundada en 2010 que opera bajo un modelo de recompensas en el que los lectores precompran la obra para financiar sus costes de edición y producción (<https://www.verkami.com/>).

pasivo en un agente activo de la cadena de valor cultural.

Un ejemplo de este cambio de paradigma y tendencias es el caso de *Lezo II*¹⁷. Con una recaudación que superó los 120 000 euros en Verkami, la obra no solo demostró que un proyecto independiente puede competir en presupuesto con las grandes editoriales, sino que también confirmó que el *crowdfunding* es una plataforma de legitimación cultural masiva.

4. Lectores: hábitos, plataformas y comunidad

4.1. De la lectura inmersiva a la «economía de la atención»

El paso del papel a la pantalla no es un simple cambio de soporte, sino una mutación en la arquitectura del pensamiento visual. En el álbum tradicional, la doble página funciona como una unidad de sentido donde el lector gestiona su propio tiempo; en el entorno digital, esa autonomía se ve desplazada por el flujo ininterrumpido del *scroll* vertical. Aunque Scott McCloud (2000) celebró el «lienzo infinito»¹⁸ como una liberación de los marcos físicos, la realidad del mercado móvil ha impuesto una narrativa de consumo fragmentado. Al adaptarse a los periodos de atención intermitente propios del ritmo urbano, el cómic digital prioriza actualmente un lenguaje de impacto inmediato y viñetas optimizadas para pantallas pequeñas.

El riesgo, como se deduce de las teorías de Will Eisner (1985), es que la velocidad de la pantalla

¹⁷ <https://www.verkami.com/projects/39094-lezo-el-comic-ii>

¹⁸ McCloud sostiene que, a diferencia del papel, el entorno digital permite una superficie de dibujo virtualmente ilimitada en cualquier dirección (horizontal, vertical o en profundidad). Esto libera al autor de la restricción de la página física, permitiendo que la secuencia de viñetas fluya sin interrupciones espaciales.

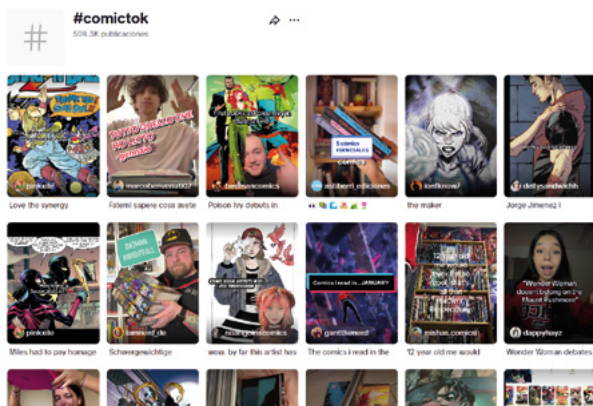
acabe con el control que el lector tiene sobre el tiempo de la historia. Mientras que el papel invita a detenerse en los detalles y la composición, el formato digital impone un ritmo de consumo donde lo que importa es avanzar. Para el autor, esto supone un dilema: si la obra se vuelve demasiado compleja, corre el riesgo de ser ignorada en un entorno de lectura rápida; pero si se simplifica en exceso para facilitar el *scroll*, se pierde esa capacidad de impacto y reflexión que define a las grandes obras de autor.

4.2. Las redes sociales y el «prosumidor»: nuevos sistemas de legitimación

El sistema de prescripción cultural ha sufrido una descentralización radical. Si históricamente la legitimación de una obra dependía de la crítica académica o los suplementos literarios, hoy la visibilidad está supeditada a las dinámicas algorítmicas de plataformas como Instagram, TikTok (BookTok) y X.

En este nuevo ecosistema, el lector ha dejado de ser un sujeto pasivo para convertirse en lo que el teórico Henry Jenkins (2008) define como un prosumidor¹⁹ dentro de la «cultura de la convergencia». El lector actual no solo consume el cómic, sino que participa activamente en su difusión y expansión mediante la creación de *fan art*, hilos de recomendación, reseñas en vídeo o la participación en comunidades virtuales de mecenazgo (*crowdfunding*). Esta participación colectiva refuerza el carácter comunitario del medio, pero también introduce nuevas lógicas de mercado: la popularidad digital se convierte, en ocasiones, en el principal criterio de selección editorial, desplazando los valores estéticos tradicionales por la capacidad de generar *engagement* en las redes sociales.

¹⁹ Para Jenkins, el prosumidor no es solo un consumidor que produce, sino un agente que reclama su derecho a participar en la cultura.



Presencia del cómic en redes sociales.
Búsqueda de contenidos bajo el *hashtag*
#comictok en la plataforma TikTok.

Esta nueva arquitectura de descubrimiento concede un poder sin precedentes a los divulgadores digitales, quienes actúan como nuevos prescriptores capaces de movilizar audiencias masivas. No obstante, esta democratización de la crítica conlleva el desafío de la «burbuja de filtros», término acuñado por el ciberactivista y analista Eli Pariser (2011) que describe el estado de aislamiento intelectual al que puede llegar un usuario cuando los algoritmos de las plataformas digitales seleccionan el contenido que este visualiza basándose exclusivamente en su comportamiento previo (clics, historial de búsqueda o ubicación). Esta dinámica supone una amenaza de homogeneización cultural, ya que el lector queda confinado en un bucle de afinidades que dificulta el descubrimiento de propuestas disruptivas. En este escenario, la labor del editor como prescriptor recupera su valor esencial: su criterio no busca alimentar el sesgo del usuario, sino romperlo, ofreciendo una mediación humana frente a la inercia del consumo automatizado.

5. Hacia una ontología híbrida de la historieta

El cómic en España no atraviesa un escenario de extinción, sino una mutación estructural de su propia naturaleza. Como se ha expuesto, el sector vive una paradoja técnica y económica: mientras las cifras de producción alcanzan hitos históricos impulsadas por la hegemonía del manga y la

eficiencia de las herramientas digitales, la autoría nacional sigue enfrentando una fragilidad estructural que la obliga a buscar refugio en modelos de financiación alternativa. En otras palabras, venden lo que no es suyo (producto japonés) para asegurar la permanencia en las estanterías de lo que sí lo es (producto español).

La transición del papel a la pantalla, bajo el concepto de «remediación híbrida», ha demostrado que el soporte digital no anula al físico, sino que lo redefine. El éxito de formatos como el *scroll* vertical de Webtoon o el triunfo del micromece-nazgo en plataformas como Verkami confirman que el cómic ha sabido colonizar los «micromomentos» de la vida urbana y los nuevos hábitos del prosumidor.

Pero esta adaptación no es inocua. La integración en la economía de la atención y la amenaza de los modelos de inteligencia artificial generativa plantean un dilema ético y estético: el riesgo de sacrificar la quietud reflexiva y la soberanía del trazo humano en favor de un consumo fragmentado y automatizado. Bajo esta premisa, las dinámicas del campo en el futuro cercano se moverán entre la asimilación tecnológica y la resistencia cultural, proyectando diversos escenarios de evolución. En una casuística desfavorable, la hiperproducción de contenidos automatizados por IA y la dependencia absoluta de licencias extranjeras podrían terminar por asfixiar la creación local, reduciendo el cómic a un subproducto efímero de consumo algorítmico donde el autor pierda su estatus profesional. Por el contrario, un escenario de neutralidad mantendría la inercia de una industria de dos velocidades: por un lado, un mercado físico de lujo refugiado en el coleccionismo, reforzado por el espacio fundamental que suponen festivales y ferias del sector, donde el encuentro entre el autor y el lector a través de la firma de ejemplares dota a la obra de un valor único que lo digital no puede reproducir; y, por otro lado, un entorno digital masificado pero precario, donde la autoría española sobreviviría por resiliencia sin lograr un crecimiento estructural.



Jordi Bayarri, autor de Colección Científicos, firmando ejemplares en Viñetas desde o Atlántico (2025). La firma convierte el libro en un objeto de colección único, blindando la obra física frente a la reproductibilidad infinita del entorno digital y la IA.

Frente a estos riesgos, la perspectiva más favorable apunta a un modelo donde la figura del editor emerge como un mediador indispensable para romper la burbuja algorítmica y otorgar capital simbólico a la obra nacional. En este escenario, la supervivencia del cómic no será producto de la sustitución de un medio por otro, sino de una convivencia estratégica en la que lo digital se postulará como espacio de difusión y el papel como refugio de permanencia. El desafío, por tanto, trasciende lo técnico para volverse ético: garantizar que, frente a la saturación de imágenes generadas por algoritmos, la historieta siga exigiendo la complicidad del lector para completar el sentido entre viñetas. Solo preservando esa subjetividad autoral, el cómic dejará de ser un simple producto de consumo para convertirse en el gran testimonio visual y físico de nuestra memoria colectiva.

Bibliografía

Asociación Cultural Tebeosfera (ACyT) (2024), *Informe Tebeosfera 2024 sobre la industria del cómic en España*. https://tebeosfera.com/anexos/informe_tebeosfera_2024.pdf

Benjamin, W. (2015), *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* (trad. J. L. Pardo), Universidad Complutense de Madrid. (Obra original publicada en 1935). https://www.ucm.es/data/cont/docs/241-2015-06-06-Textos%20Pardo_Benjamin_La%20obra%20de%20arte.pdf

Bourdieu, P. (1995), *Las reglas del arte: Génesis y estructura del campo literario*, Anagrama. https://archive.org/stream/bourdieu-pierre-las-reglas-del-arte-genesis-y-estructura-del-campo-literario/Bourdieu%2C%20Pierre%20-%20Las%20reglas%20del%20arte.%20G%C3%A9nesis%20y%20estructura%20del%20campo%20literario_djvu.txt

Cabello, C. (2022), *La diferencia entre el cómic digital y el impreso: el «scrolling infinito» ha revolucionado el formato*, RTVE. <https://www.rtve.es/noticias/20221019/diferencia-entre-comic-digital-impreso-scrolling-infinito-revolucionado-formato/2406439.shtml>

Delgado, P.; Vargas, C.; Ackerman, R., y Salmerón, L. (2018), «Don't throw away your printed books: A meta-analysis on the effects of reading media on reading comprehension», *Educational Research Review*, vol. 25, pp. 23-38. <https://doi.org/10.1016/j.edurev.2018.09.003>

Eisner, W. (2002), *El cómic y el arte secuencial: Teoría y práctica de la forma de arte más popular del mundo*, Norma Editorial. (Obra original publicada en 1985).

Federación de Gremios de Editores de España (FGEE) (2026), *Barómetro de hábitos de lectura y compra de libros en España 2025*, Ministerio de Cultura. <https://www.gremieditores.cat/wp-content/uploads/2026/01/Habitos-de-lectura-y-compra-de-libros-2025.pdf>

Jenkins, H. (2008), *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, Paidós. https://perio.unlp.edu.ar/catedras/wp-content/uploads/sites/135/2020/05/jenkins_introduccion_cultura_de_la_convergencia.pdf

Manovich, L. (2013), *Software Takes Command*, Bloomsbury Academic. <https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/58738>

McCloud, S. (2000), *Reinventing Comics: How Imagination and Technology Are Revolutionizing an Art Form*, Paradox Press.

Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (2018), *Hito Steyerl. Duty Free Art* (cat. exp.). https://recursos.museoreinasofia.es/hito-steyerl-duty-free-art-esp_o.pdf

Pariser, E. (2017), *El filtro burbuja: Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos*, Taurus. (Obra original publicada en 2011). <https://perio.unlp.edu.ar/catedras/comunicacionpolitica3/wp-content/uploads/sites/18/2025/03/E.-Pariser.-El-filtro-burbuja.pdf>

«Reglamento (UE) 2024/1689 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de junio de 2024, por el que se establecen normas armonizadas en materia de inteligencia artificial (Reglamento de Inteligencia Artificial)», *Diario Oficial de la Unión Europea*, L, 2024/1689, 12 de julio de 2024. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:32024R1689>

Simon, H. A. (1971), «Designing organizations for an information-rich world», en M. Greenberger (ed.), *Computers, communications, and the public interest*, The Johns Hopkins Press, pp. 37- 72. <https://atelierdesfuturs.org/wp-content/uploads/2025/07/1971-simon.pdf>

Vegap (2024), *Guía sobre inteligencia artificial y derechos de autor*. <https://bi.vegap.es/legislacion-inteligencia-artificial>

Webtoon Entertainment Inc. (2024), *Webtoon Entertainment Inc. Reports Second Quarter 2024 Financial Results*, Investor Relations. <https://ir.webtoon.com/news-releases/news-release-details/webtoon-entertainment-inc-report-second-quarter-2024-financial>

LA LITERATURA INFANTIL Y JUVENIL EN LA ERA ALGORÍTMICA: NUEVOS RETOS Y MODELOS ANTE EL DESAFÍO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

PAULA GONZALO

Paula Gonzalo (Vigo, Galicia) es escritora, periodista y profesora de escritura. Cocreadora del podcast *La hora Dickinson*, centrado en visibilizar la literatura escrita por mujeres. Dirigió programas culturales en Cadena SER Madrid durante más de ocho años. Compagina la escritura con la dirección de *PeriodismoCiudadano.com*, plataforma centrada en la tecnología en favor de los derechos humanos. Coautora de *Periodismo ciudadano: evolución positiva de la comunicación* (Ariel, 2011) y de artículos en favor del empoderamiento femenino (*Estudios de la Juventud*, n.º 14, 2014). En narrativa ha publicado *Terradruga* (Minotauro, 2024), *Tex Patton y la isla de plástico* (Destino, 2021) y *Tex Patton y las ballenas soldado* (2026). Finalista del Premio Azagal de Literatura Fantástica y del XIII Premio Manuel J. Peláez de Microrrelatos.

«La literatura está llena de cosas inútiles absolutamente necesarias» (Rosa Montero)

1. Literatura infantil y juvenil y transformación digital

En su discurso a los estudiantes de la Universidad de Belgrano a finales de los años setenta, el escritor argentino Jorge Luis Borges señalaba: «De los diversos instrumentos inventados por el hombre, el más asombroso es el libro; todos los demás son extensiones de su cuerpo (...) Solo el libro es una extensión de la imaginación y la memoria» (Borges, 1995).



Imagen Pixabay. <https://pixabay.com/es/photos/pared-del-libro-libros-pared-1151405/>.

Más de medio siglo después, la visión de Borges se enfrenta a un desafío inédito. El ecosistema de la literatura infantil y juvenil (LIJ) vive una transformación profunda que redefine ese «instrumento asombroso» que sigue siendo y será el libro.

En apenas una década, el libro ha traspasado la experiencia física del papel para sumergirnos en un entorno conectado que nos ofrece una vivencia interactiva. La infancia crece entre pantallas, algoritmos y narrativas multimedia que exigen repensar no solo la forma de escribir, sino también la manera de leer, compartir y construir historias. Este contexto digital, lejos de disuadir a los jóvenes lectores, parece facilitar el hábito

lector. Los datos del *Barómetro de hábitos de lectura* confirman que la lectura en España no es un hábito en retroceso, sino en expansión: el «75,3 % de la población entre catorce y veinticuatro años lee libros en su tiempo libre». Estas cifras subrayan la salud de la LIJ, cuyo crecimiento se manifiesta en todas las edades tempranas (Ministerio de Cultura, 2025). La lectura se afianza en el 78 % de los hogares con menores de seis años, y el 82,5 % de los niños entre seis y nueve años leen en su tiempo libre (Ministerio de Cultura, 2025). Sin embargo, esta vitalidad convive con una realidad autoral sombría: el *Libro blanco del escritor* (ACE, 2025) señala que la abrumadora mayoría de los escritores no alcanza el mínimo para su supervivencia. En este contexto, la tecnología no es solo un puente, sino un competidor voraz que obliga a identificar nuevas prácticas y, sobre todo, a exigir un marco de protección legal urgente.

El objetivo del presente artículo es ofrecer claves útiles a creadores, artistas y gestores culturales sobre estas cuestiones, identificando nuevas prácticas, así como la necesidad de establecer un marco de protección para los y las autoras ante los desafíos éticos que nos plantea, también, la irrupción de la inteligencia artificial.

1.1. El salto en la distribución: de la tienda física a la desintermediación

El mundo literario comienza esta transformación con el estallido de la revolución tecnológica. En 1994, Jeff Bezos decide crear Amazon para vender libros en línea. Tres años después, las acciones de Amazon aumentan casi cuarenta veces su valor (Bloomberg Línea, 2023). Lo que inicialmente se concibió como una simple tienda de libros (online), el 19 de noviembre de 2007 se transforma en una plataforma de autopublicación masiva a través de Kindle Direct Publishing (KDP).

Según los datos analizados por Nicholas Rizzo, entre el 30 y el 34 % de todos los libros electrónicos vendidos a nivel global pertenecen al sector de la autopublicación. En los últimos cinco años, el número de libros autopublicados aumentó un 264 % (Rizzo, 2023).

Esta herramienta de autopublicación permite a cualquier autor disponer de una imprenta a su servicio, tener un control casi total sobre su obra, escribir sobre temas que no son tendencia y acceder a una audiencia global.

La evolución del ecosistema editorial está intrínsecamente ligada a la desintermediación digital. Como indica el estudio de Amazon España (2024) elaborado junto a la Fundación Ortega-Marañón, el 61 % de los encuestados reconoce que herramientas como Kindle Direct Publishing (KDP) han democratizado la publicación. Esta accesibilidad tecnológica no solo fomenta el hábito lector a través de nuevos formatos, sino que permite que una mayor diversidad de voces y contenidos, que antes quedaban fuera del circuito tradicional, lleguen al público joven, transformando el modo tanto de consumir como de producir literatura en la actualidad.

Un fenómeno especialmente significativo lo encontramos en Wattpad, una plataforma de autopublicación gratuita nacida en 2006, que ha cambiado las reglas del juego editorial en el ámbito de la literatura juvenil. El fenómeno Wattpad ha trascendido las páginas de los libros para generar un modelo de escritura en el que los lectores participan activamente con sus comentarios influyendo, incluso, en el desarrollo de las tramas de estos libros autopublicados en una experiencia comunitaria de cocreación online, en la que tanto el escritor como sus lectores se retroalimentan.

Wattpad ejemplifica lo que Gemma Lluch define como una transición hacia una lectura socializada. Según la autora, la tecnología ha transformado la lectura en un acto social y colaborativo, donde el joven no solo consume,

sino que participa en la creación. Este cambio permite que la validación de las obras no recaiga únicamente en el filtro editorial previo, sino en la interacción y el *feedback* constante de la comunidad de lectores, quienes actúan como coautores y prescriptores de contenido. Los jóvenes crean así «comunidades de interpretación», en las que estas recomendaciones de sus iguales tienen más valor que la publicidad de las editoriales tradicionales (Cruces Villalobos y Lluch i Crespo, 2017).

Entre el 30 y el 34 % de todos los libros electrónicos vendidos a nivel global pertenecen al sector de la autopublicación.

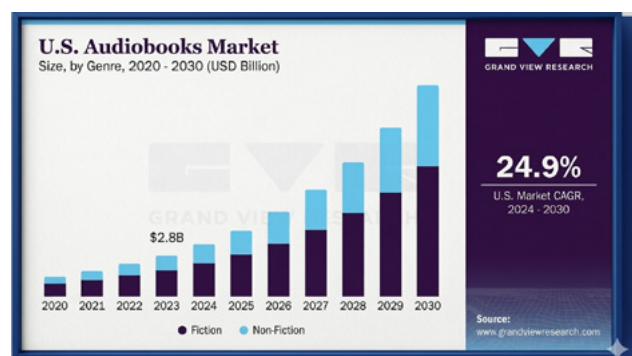
Este sistema de autopublicación ha validado un modelo de negocio que, a primera vista, parecía ilógico, ya que el libro online da un salto al libro físico, generando un público lector dispuesto a pagar por un libro que ya está disponible de forma gratuita en línea. De esta forma, la plataforma digital permite fidelizar a un público que no solo apoya a sus autoras de referencia, sino que genera un gran número de ventas a través de la edición en papel.

1.2. La democratización de los formatos

En 1971, Michael Hart transcribió la Declaración de Independencia de los Estados Unidos en formato digital, iniciando con este primer libro digital el Proyecto Gutenberg, cuyo objetivo era «contribuir a romper los barrotes de la ignorancia y el analfabetismo» (López, 2023). Pero no sería hasta 1981 que se editó el primer libro electrónico comercial. Seis años más tarde, en 1987, ya eran 313 y desde entonces las cifras no han dejado de aumentar. Aun así, el libro electrónico (*ebook*) y la tinta digital no han acabado con el libro físico, muy al contrario, su convivencia ha permitido democratizar el acceso a la lectura, especialmente de los niños con bajos recursos. Muchas bibliotecas públicas ofrecen online un enorme número de libros digitales, permitiendo

un avance crucial en el acceso al conocimiento en países con menos recursos (Infante, 2020).

El audiolibro ha experimentado en la era digital una notable revitalización, impulsada por la mayor accesibilidad ofrecida por los dispositivos móviles y la expansión de plataformas especializadas de suscripción, como Storytel¹ y Audible². Esta consolidación tecnológica se refleja directamente en su impacto comercial. Según el *Informe Bookwire 2023*³, las ventas de audiolibros en español registraron un impresionante aumento del 45,7 % en 2023 con respecto al año anterior, consolidando un ritmo de expansión sostenido cercano al 50 % durante tres años consecutivos (Bookwire, 2024).



Fuente: https://www.buchmesse.de/files/media/pdf/FBM_Dosdoce_Whitepaper_AUDIOBOOK_GLOBAL_GROWTH_2024.pdf

El audiolibro no solo facilita el acceso a la lectura en un panorama en expansión, sino que es una enorme ayuda para colectivos con dificultades de lectura. Este formato es vital para personas invidentes y para niños con dislexia, ya que, al ser narrado, permite acceder al relato de forma oral, facilitando el desarrollo del hábito lector (De Marque, s. f.).

2. Narrativa LIJ en red: *bookfluencers* e hibridación de formatos

El sector de la literatura infantil y juvenil (LIJ) en España muestra una notable solidez dentro del mercado editorial. Según el informe *Comercio interior del libro en España*⁴ de la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE, 2024), esta categoría registró el mayor incremento por materias en 2023, con un crecimiento en su facturación del 5,9 %, alcanzando un valor total de 497,30 millones de euros.

2.1. El ecosistema social: *bookfluencers* y la creación de contenido

La web 2.0 amplificó las posibilidades de interacción de los lectores, que pasaron a ser también creadores de contenido vinculado a los libros.

El ecosistema digital de la lectura se transformó con la aparición de los *bookfluencers* (*booktubers*, *bookstagrammers* y *booktokers*), quienes a partir de 2016 convirtieron las redes sociales en poderosos espacios de recomendación literaria. Estos jóvenes lectores utilizan sus plataformas (inicialmente YouTube, de donde deriva el término *booktuber*) para compartir y reseñar sus lecturas, logrando crear comunidades que fomentan activamente el consumo de libros.

El fenómeno ha alcanzado su máxima expresión en BookTok, cuyo *hashtag* #Booktok supera actualmente los siete mil millones de visualizaciones (Vilches, 2023). Esta masiva visibilidad se traduce directamente en un impacto positivo en el mercado editorial tradicional. El contenido generado por la propia comunidad (vídeos, pódcast, clubes de lectura y *newsletters*) demuestra una notable capacidad para viralizar títulos, especialmente en el ámbito de la literatura

¹ <https://www.storytel.com/es>

² <https://www.audible.es/>

³ <https://www.bookwire.es/spanish-market-report-2024/>

⁴ https://www.federacioneditores.org/img/documentos/comercio_interior_2023.pdf

Tabla 33. CIFRA DE FACTURACIÓN (por materias)

	2021		2022		2023		% Variación 2023/2021
	Mills. €	%	Mills. €	%	Mills. €	%	
Total	2.576,70	100	2.718,52	100	2.856,95	100	5,1
Ficción adultos	548,90	21,3	595,30	21,9	622,23	21,8	4,5
• <i>Novela</i>	503,08	19,5	548,49	20,2	571,91	20,0	4,3
Clásica	52,52	2,0	76,14	2,8	79,54	2,8	4,5
Contemporánea	289,50	11,2	299,88	11,0	314,20	11,0	4,8
Policíaca, de espionaje	70,43	2,73	78,07	2,9	77,70	2,7	-0,5
Romántica	39,86	1,55	40,70	1,5	44,71	1,6	9,8
Ciencia ficción, terror	16,83	0,55	17,91	0,7	19,10	0,7	6,7
Erótica	16,16	0,70	19,15	0,7	19,40	0,7	1,3
De humor	9,33	0,36	9,46	0,3	9,50	0,3	0,4
Otras	6,45	0,25	7,17	0,3	7,76	0,3	8,1
• <i>Poesía, teatro</i>	7,40	0,29	7,95	0,3	8,92	0,3	12,2
• <i>Otros (crítica, ensayos literarios...)</i>	38,42	1,49	38,87	1,4	41,40	1,4	6,5
Infantil y juvenil	432,24	16,8	469,56	17,3	497,30	17,4	5,9
• <i>Texto no universitario</i>	736,67	28,8	757,54	27,9	796,57	27,9	5,2
• <i>Educación infantil</i>	105,28	4,1	104,52	3,8	113,68	4,0	8,8
• <i>Educación primaria</i>	302,82	11,8	312,40	11,5	326,15	11,4	4,4
• <i>E.S.O.</i>	173,63	6,7	184,62	6,8	193,81	6,8	5,0
• <i>Bachillerato</i>	59,57	2,3	59,99	2,2	62,50	2,2	4,2
• <i>F.P.</i>	15,61	0,6	16,05	0,6	17,40	0,6	8,4
• <i>Libros y materiales complementarios</i>	79,8	3,1	80,0	2,9	83,0	2,9	3,8
No ficción	770,9	29,9	805,1	29,6	849,8	29,7	5,6
• <i>Científico técnico y universitario</i>	123,2	4,8	124,3	4,6	130,6	4,6	5,1
• <i>Ciencias sociales y Humanidades</i>	124,9	4,8	128,8	4,7	134,5	4,7	4,4
• <i>Derecho y ciencias económicas</i>	124,3	4,8	130,5	4,8	137,6	4,8	5,4
• <i>Religión</i>	41,7	1,6	43,6	1,6	43,9	1,5	0,6
• <i>Libros prácticos</i>	149,1	5,8	154,2	5,7	162,7	5,7	5,5
• <i>Divulgación general</i>	168,4	6,5	184,5	6,8	201,2	7,0	9,0
• <i>Diccionarios y enciclopedias</i>	39,4	1,5	39,2	1,4	39,4	1,4	0,5
Cómics	67,0	2,6	69,0	2,5	66,9	2,3	-3,1
Otros	21,0	0,8	22,0	0,8	24,1	0,8	9,9

Gráfico extraído de *Comercio interior del libro en España 2023* (p. 63).

juvenil y romántica, canalizando el entusiasmo literario de las redes hacia el consumo de libros impresos y resultados comerciales tangibles. El efecto más claro de esta capacidad prescriptora se observa en el incremento sustancial de las ventas. En Alemania, por ejemplo, la influencia de estas comunidades impulsó la venta de más de 25 millones de ejemplares en 2024, duplicando las cifras del año anterior (DPA News, 2025).

El ecosistema digital de la lectura se transformó con la aparición de los bookfluencers que convirtieron las redes sociales en poderosos espacios de recomendación literaria.

BookTok, junto con BookTube y BookStagram, funcionan como un poderoso espacio de encuentro para jóvenes lectores, creando comunidades centradas en la lectura. Por esta razón, los *bookfluencers* se han consolidado como aliados esenciales y estratégicos de las editoriales, dada la gran capacidad de alcance de su contenido

y su contribución directa al incremento en las ventas y el fomento general de la lectura (Segarra Saavedra y Torres Huamanyauri, 2024).

Sin embargo, la IA generativa se ha convertido en un duro competidor. La velocidad a la que avanza afecta no solo al autor, sino a la propia figura del prescriptor de contenido. Sam Altman, CEO de OpenAI, ha predicho que el avance de la IA podría significar el fin de los creadores de contenido tradicionales, asegurando que «a la gente no le importa si el contenido está generado por un humano o por una inteligencia artificial» (Badillo, 2025). Esta visión es particularmente relevante para los *bookfluencers* o *bookstagrammers* que actúan como mediadores entre el autor de LIJ y el público infantil y juvenil. Si la IA puede generar contenido atractivo, original y segmentado (incluyendo vídeos de recomendación y *reviews* sintéticas) a una escala inalcanzable, la capacidad de diferenciación de los *influencers* humanos se basará, al igual que la de los autores, en la autenticidad y la conexión humana genuina

con sus audiencias, no en la mera eficiencia de la producción. En última instancia, como advierte Elon Musk, nos dirigimos a un horizonte donde la automatización podría hacer que el trabajo, tal como lo conocemos, sea meramente opcional (CNN Español, 2024).

2.2. Expansión transmedia e hibridación de formatos

La hibridación es la clave: se trata de fusionar la solidez del libro impreso con las capacidades dinámicas de la tecnología digital. Esto permite que el libro no termine en la última página, sino que se expanda hacia una experiencia multimedia e interactiva. La tecnología digital fomenta la expansión transmedia enriqueciendo la experiencia del lector mediante la hibridación de formatos:

Códigos QR como puentes de acceso

De forma más sencilla, el código QR se ha consolidado como una solución de baja fricción para acceder a recursos digitales complementarios. El lector accede a contenido extra (audiobook, bandas sonoras, contenido en web personalizado del libro de los autores, etc.). Estos códigos permiten, con un esfuerzo mínimo (solo escanear), sin tener que escribir URL largas ni descargar aplicaciones complejas, que el soporte impreso se convierta en un nodo dentro de un ecosistema digital más amplio.

Un ejemplo actual de este uso es el álbum ilustrado *Viajamos* (2025)⁵, de Olga Cercós y Robert García, publicado por Carambuco Ediciones. En este libro, el código QR se utiliza para integrar la narración en lengua de signos española (LSE) directamente en la obra (Cercós y García, 2025).

⁵ <https://carambucoediciones.com/producto/viajamos/?srsltid=AfmBOorruDdg3RU8uynYRJs7oFb-FIXGRUUMxkEDdJRzvz9otCWHMSxAs>

Realidad aumentada (RA) como tecnología de inmersión

La RA —una tecnología que superpone contenidos digitales, como animaciones o modelos 3D, en el mundo físico a través de un dispositivo— ha demostrado su utilidad pedagógica para trabajar temáticas esenciales (Vara López, 2018). En la LIJ, la RA permite que los personajes de la página «salten» en 3D o que se ejecuten animaciones que explican un concepto complejo. Esto añade una capa de juego y sorpresa que es altamente atractiva para los niños y adolescentes. La RA es un instrumento de gran valor pedagógico, porque puede ilustrar procesos abstractos o trabajar temáticas difíciles de manera visual y memorable (Vara López, 2018).

La consolidación de la realidad aumentada (RA) en la LIJ se observa en proyectos de coedición internacional que hibridan el sector editorial con el audiovisual. Un referente destacado es la colección *Cuentos animados de Kókinos*⁶, desarrollada junto a la editorial francesa Albin Michel, donde el soporte físico requiere de una interacción digital para desplegar el relato. En una línea similar, la novela juvenil *Guardianes de fantasmas*⁷ (Asher, 2020), creada por el productor Japhet Asher, propone una narrativa transmedia donde el lector asume un rol activo de investigador mediante el uso de RA. Esta hibridación transforma la lectura en una experiencia sensorial donde el espacio físico del álbum ilustrado o la novela juvenil se expande hacia una narrativa tridimensional e interactiva.

⁶ <https://cuentosanimados.editorialkokinos.com/>

⁷ <https://consent.youtube.com/m?continue=https://www.youtube.com/watch%3Fv=xAvZoOdJ4Uc%26cbrd=1&-gl=ES&m=o&pc=yt&cm=2&hl=es&src=1>

3. Nuevos modelos de creación y el copiloto IA

El profesional de la LIJ puede encontrar en la inteligencia artificial un instrumento que facilite el trabajo más arduo y burocrático. La colaboración estratégica entre el intelecto humano y las herramientas de IA puede agilizar estas tareas administrativas, de promoción o gestión, para que así los y las autoras cuenten con más tiempo para la creación de sus textos literarios, en los que puedan poner toda su creatividad e ingenio.

3.1. El copiloto IA

Gracias a la democratización de los ordenadores personales y al desarrollo de software para la creación de hipertextos, durante las décadas de 1980 y 1990 se publicaron obras donde los enlaces permitían expandir el relato más allá de una única línea narrativa. Este cambio estructural abrió la literatura a una lectura no lineal en la que el usuario decide su propio itinerario. Como señala Yolanda de Gregorio Robledo (2025) al analizar la poesía generativa, la experimentación tecnológica permitió que la máquina se convirtiera en un «cómplice creativo», demostrando que el acto de escribir podía ser un diálogo con la tecnología capaz de ampliar los límites de lo que tradicionalmente se entendía por escritura.

La irrupción de la inteligencia artificial (IA) representa una nueva etapa en este proceso de la tecnología como facilitadora de la expresión narrativa. En el ámbito autoral, la IA se posiciona como un «copiloto» que permite reducir el tiempo dedicado a tareas operativas de escaso valor creativo, ampliando simultáneamente las posibilidades de visibilización de la obra. Como apunta Juca Maldonado (2024), esta capacidad de automatizar procesos laboriosos —como la recolección y anotación de datos— libera al profesional para centrarse en el análisis, la interpretación y el desarrollo de interacciones más estratégicas.

Un ejemplo disruptivo de esta relación es el caso del escritor español Nacho Ruiz Hens en su novela *Arzan Cuernoscuro*⁸. El autor ha integrado una IA denominada «La voz de Grindir», que actúa como un apoyo al lector para resolver dudas sobre la trama o los personajes sin revelar fragmentos futuros (Nuño, 2025). Ruiz Hens demuestra que la tecnología, cuando se diseña desde la intención autoral, «no sustituye nada: complementa», ofreciendo una experiencia de lectura aumentada que se adapta a las necesidades del usuario sin anular la autoría humana.

La irrupción de la inteligencia artificial (IA) representa una nueva etapa en este proceso de la tecnología como facilitadora de la expresión narrativa.

Lejos de reemplazar la creatividad humana, o de suplantar a los y las autoras en la creación de historias, la IA puede funcionar como un asistente en diversas fases del proceso:

- Generación de ideas y asistencia lingüística: La IA facilita la superación del «bloqueo del escritor» al ofrecer sugerencias temáticas, propuestas de personajes o estructuras narrativas. Asimismo, proporciona apoyo lingüístico en la revisión y el estilo (Yuste, 2023).
- Asistencia documental y adaptación: La tecnología simplifica la búsqueda de fuentes, permite la verificación rápida de datos y asiste en la adaptación de textos a edades lectoras específicas, asegurando la pertinencia del contenido (Otero-Potosi *et al.*, 2024).
- Gestión administrativa y financiera: La IA es fundamental en la automatización de tareas administrativas, incluyendo la búsqueda activa de subvenciones, la identificación de concursos y la organización de contenido. Plataformas especializadas utilizan la IA para rastrear miles de oportunidades de

⁸ <https://arzancuernoscuro.com/>.

financiación, permitiendo al autor ahorrar una cantidad significativa de horas de trabajo.

- Creación de materiales de difusión: La IA asiste en la generación de sinopsis, la redacción de posts o la elaboración de *newsletters*, facilitando la visibilidad de las obras en redes sociales y asegurando una presencia constante en los canales de promoción.

3.2. Nuevos modelos de literatura infantil (el desafío de la automatización)

La irrupción de la IA en la creación de contenido exige una evaluación crítica: es fundamental sopesar el rol de la tecnología como asistente virtual que facilita las tareas administrativas frente a la amenaza a la autoría que representan propuestas como las siguientes:

- Hiperpersonalización masiva. El avance más disruptivo proviene de sistemas como Storybook (Google). Este modelo genera libros personalizados —con ilustraciones y voz narrativa— a partir de una simple idea, adaptando el lenguaje al nivel de lectura del niño (Pepinosa, 2025). Esta tecnología plantea preguntas urgentes sobre la autoría y la originalidad en la creación literaria: ¿dónde queda la voz del autor cuando el algoritmo escribe por él? ¿Qué sucederá con los y las escritoras? ¿Qué clase de creaciones literarias surgirán al margen de la interacción y la experiencia humana?
- Narrativas interactivas y EdTech. La integración de la inteligencia artificial en el sector de la literatura infantil se manifiesta actualmente a través de plataformas que automatizan la creación y adaptación de contenidos. Un ejemplo es StoryWizard⁹, una herramienta de IA generativa diseñada

para producir relatos donde el usuario puede predefinir variables temáticas, visuales y de nivel lector. El sistema genera una secuencia narrativa y gráfica personalizada, lo que permite observar una transición del modelo de autoría única hacia un modelo de generación de contenidos asistida por algoritmos.

En el ámbito de la mediación y la docencia, se utilizan herramientas de tecnología educativa (EdTech) como MagicSchool¹⁰. Esta plataforma ofrece un conjunto de herramientas que ayudan a estudiantes y profesores a desarrollar planes de estudio, diseñar tareas, generar materiales, crear boletines informativos o materiales de apoyo de forma automatizada. Su uso principal consiste en la transformación de lecturas existentes para ajustarlas a diferentes grados de comprensión lectora o para la traducción inmediata de contenidos, actuando como un soporte técnico en las tareas de adaptación curricular y accesibilidad lingüística.

4. El imperativo ético: mitigación de sesgos y marco de protección

Para proteger a los autores (tanto de LIJ como de literatura en general), es esencial establecer normas rigurosas sobre la ética de los datos y la gobernanza regulatoria.



Fuente: https://portal.mineco.gob.es/es-es/comunicacion/Paginas/Sesgosdegenero_IA_ICEX.aspx

⁹ <https://www.storywizard.ai/>

¹⁰ <https://www.magicschool.ai/>

4.1. Sesgos de género en inteligencia artificial: una inquietud global

El subsector español de literatura infantil y juvenil (LIJ) es el único donde la autoría femenina es mayoritaria, una particularidad que lo hace altamente sensible a los sesgos de la inteligencia artificial (IA).

Según el *Anuario de estadísticas culturales 2024*, las mujeres representan el 18,9 % de los autores frente al 7,7 % de los hombres en este segmento.

Los modelos de IA generativa, al entrenarse con datos masivos que reflejan las desigualdades sociales, pueden involuntariamente perpetuar estereotipos. Un taller del ODSLab en España, que involucró a menores de nueve a dieciséis años, demostró que al pedir a modelos de IA que crearan historias sobre individuos, tendieron a asignar «trabajos más diversos y prestigiosos a los personajes masculinos, como ingeniero, profesor o médico, mientras que a las mujeres les reservaba papeles de “empleada doméstica”, “cocinera” o “prostituta”» (ODSLab, 2024).

Si la IA identifica patrones históricos o sociales que asocian las obras de mujeres con ciertos temas (como emociones o cuidados), puede estereotipar la producción y reforzar estos clichés, limitando la percepción de la diversidad temática escrita por autoras de LIJ. Como consecuencia, se priorizarían los contenidos que confirman el patrón sesgado en las recomendaciones, afectando la equidad y la pluralidad cultural ofrecidas a los jóvenes lectores.

La experta en IA Nerea Luis señala que «la inteligencia artificial como tal no tiene sesgo de género, sino que somos nosotros mismos los que vamos introduciendo orientaciones determinadas cuando vamos incorporando nuevos datos» (ODSLab, 2024). Esto subraya la necesidad de una supervisión humana y la gestión de datos inclusivos.

4.2. Marco regulatorio: la protección de los/las autoras de LIJ

La defensa de la propiedad intelectual (PI) de los autores de literatura infantil y juvenil (LIJ) frente al uso no compensado de sus obras mediante minería de texto y datos (TDM) se aborda a través del nuevo *Reglamento europeo de inteligencia artificial* (AI Act). La AI Act aborda dos ejes críticos para el sector:

1. Gestión ética y reducción de sesgos

En su artículo 10, la norma enfatiza la obligación de adoptar medidas adecuadas para detectar, prevenir y reducir sesgos en los conjuntos de datos de entrenamiento. Este requisito es vital para contrarrestar la preocupación en LIJ sobre la posible ampliación de estereotipos de género en los contenidos promovidos por la IA.

2. Protección de la propiedad intelectual (PI)

Respecto a la PI, la AI Act establece una «protección mínima para los derechos de autor» (Cedro, 2024), concretada en dos obligaciones para los proveedores de IA:

- **Transparencia (resúmenes detallados):** En este nuevo escenario, la legislación busca proteger la esencia de la creación humana frente al avance tecnológico. Por un lado, como señala Sanjuán Rodríguez (2019), el ordenamiento jurídico español y europeo mantiene que la propiedad intelectual es una prerrogativa exclusiva del ser humano, exigiendo la intervención de una persona natural para reconocer la autoría de una obra. Sin embargo, ante el avance de los modelos generativos, este enfoque tradicional se complementa ahora con nuevas obligaciones para las máquinas. Según destaca Cedro (2024), el reciente *Reglamento europeo de IA* introduce un imperativo de transparencia crucial: la obligación de que los proveedores de modelos de IA publiquen «resúmenes

detallados» de los contenidos protegidos por derechos de autor que han sido utilizados para su entrenamiento, permitiendo así que los creadores originales puedan ejercer un mayor control sobre sus obras.

- **Derecho de exclusión (*opt-out*):** La ley obliga a las empresas de IA a respetar la decisión de los autores de no permitir que su obra sea usada para entrenar el sistema. Los autores pueden «levantar un muro» virtual para excluir su material de los procesos de minería de texto y datos (TDM).

La clave legal para el creador reside en demostrar una intervención artística sustancial en la obra. La legislación de derecho de autor (como ya señalaba la OMPI en 2017) ya establecía que las obras en que la interacción humana es mínima o inexistente pueden ser negadas de protección o atribuidas al creador del programa (Guadamuz, 2017). El autor de LIJ debe ser el arquitecto estratégico de la IA, no un simple usuario de la herramienta.

5. Claves prácticas para los nuevos modelos de literatura infantil

La inteligencia artificial (IA) no es solo un desafío para los profesionales de la literatura infantil y juvenil (LIJ), sino también un aliado estratégico. Para prosperar en este nuevo entorno, los autores y los editores deben dominar tres estrategias prácticas esenciales:

1. **Dominio del *prompting*:** El autor debe pasar de ser un simple usuario a un director estratégico de la IA. Es crucial saber cómo generar instrucciones detalladas y precisas para producir borradores complejos o refinar ideas, en lugar de aceptar la primera respuesta superficial que se genere. Esto garantiza que el resultado final conserve la voz de los autores y la intención artística original (Yuste, 2023).

2. **Diferenciación emocional:** El valor humano de la LIJ debe centrarse en narrativas que exijan profundidad psicológica y experiencia humana. La LIJ se distingue por su capacidad intrínseca de generar el reconocimiento y la regulación de las emociones en el lector joven, un binomio que la IA, al basarse únicamente en el procesamiento de patrones y datos, no puede replicar con la misma autenticidad ni calidez (Velazco Ortiz y Espinoza Esquivel, 2022). El autor debe, por tanto, poner el foco en temas que requieran un entendimiento empático y matizado de la psique infantil y adolescente.

3. **Hibridez funcional:** La integración de la tecnología debe buscar enriquecer la experiencia de lectura sin introducir barreras complejas, como puede ser la adopción del código QR y otras soluciones de baja fricción, que permitan enriquecer la experiencia de lectura (audio, vídeo, actividades interactivas) sin desmotivar al lector joven con descargas complejas o configuraciones de aplicaciones (Arellano Yanguas, 2025).

6. El imperativo de la adaptación: la velocidad de la IA

Los escenarios y los análisis abordados se caracterizan por una incertidumbre sistémica y una velocidad de cambio sin precedentes en el sector editorial.

Esta rapidez obliga a los profesionales de la literatura infantil y juvenil (LIJ) a prepararse para escenarios muy distintos, definidos por la interacción de dos fuerzas principales: la gobernanza regulatoria (especialmente en PI y ética) y la capacidad de adaptación y diferenciación del creador humano. En base a esta situación podemos vislumbrar tres escenarios posibles:

1. La homogeneización algorítmica

La automatización masiva de la creación literaria desplaza a los autores humanos. La regulación no logra ser implementada efectivamente a escala, lo que permite que la minería de textos y datos (TDM) sin compensación continúe, erosionando la PI. Esto nos conduciría hacia un escenario en donde la homogeneización narrativa domine el mercado y la voz individual se diluya. La crisis de la autoría lleva a la polarización entre un nicho de obras artesanales (altamente costosas) y un vasto mercado de contenido genérico de bajo valor y con sesgos de género no mitigados.

2. La coexistencia regulada

En este escenario se establece un equilibrio práctico en el que la IA actúa como una herramienta de apoyo para la eficiencia. Los escritores conservan el control sobre el proceso creativo. La IA asume la gestión de redes sociales y la búsqueda de subvenciones, liberando tiempo al autor. Este modelo de coexistencia regulada describe un mercado dividido en dos grandes bloques según el uso de la tecnología y el tipo de acceso:

- Grandes catálogos EdTech: Plataformas como Odilo¹¹ («el Netflix de los libros») funcionan mediante modelos de suscripción masiva. Priorizan la eficiencia y el acceso ilimitado a grandes volúmenes de contenido, utilizando algoritmos para gestionar préstamos y recomendar lecturas basadas en los hábitos de consumo detectados por los datos.
- La autoría como sello de referencia (*content hub*): Para el creador actual, no basta con entregar un manuscrito; debe construir un *content hub* y convertirse en el núcleo de un ecosistema digital (pódcast, vídeos en TikTok, boletines) para consolidar su firma personal y fidelizar al público.

¹¹ <https://www.odilo.es/>

Ejemplos destacados en España son Anna Llenas¹², que integra recursos de educación emocional y formación alrededor de sus álbumes; Begoña Oro¹³, quien dinamiza una comunidad activa mediante la interacción directa y personajes recurrentes; o el Hematocrítico, que vinculó su obra a una comunicación constante y cercana con docentes y familias a través de redes sociales. En una línea similar, Leticia Costas utiliza sus canales digitales como un nodo central donde su voz propia actúa como garantía de calidad y cohesión a través de diferentes géneros literarios.

Bajo este equilibrio, la tecnología asume tareas de soporte (gestión de redes o administración), permitiendo que el escritor mantenga la gobernanza del proceso creativo dentro de un marco legal que protege los derechos de autor.

3. Escenario optimista: la LIJ aumentada y humanizada

Surge una nueva etapa de colaboración entre humanos y máquinas, impulsada por un liderazgo ético y una regulación efectiva que protege la PI y los datos de la infancia.

La IA amplifica la diversidad de voces, permitiendo la creación de obras multilingües e inclusivas (ODSLab, 2024). La creatividad humana encuentra en la tecnología un verdadero aliado: los autores se transforman en directores de experiencias inmersivas, utilizando la IA para crear *worldbuildings* complejos. La gobernanza regulatoria se convierte en una ventaja competitiva, asegurando la confianza de los padres y las instituciones.

¹² <https://www.annallenas.com/>

¹³ <https://begonaoro.es/>

Bibliografía y fuentes consultadas

Amazon España (2024), *Hábitos de lectura, escritura y consumo de nuevos formatos digitales en España*. <https://www.aboutamazon.es/noticias/libros-y-autores/tecnologia-mejor-aliada-lectores-espana>

Arellano Yanguas, Villar (2025), «Libros infantiles de ficción con realidad aumentada: valoración y prospectiva de un fenómeno editorial», *Revista General de Información y Documentación*, 35(1), julio de 2025, pp. 81-100. https://www.researchgate.net/publication/393731123_Libros_infantiles_de_ficcion_con_realidad_aumentada_valoracion_y_prospectiva_de_un_fenomeno_editorial

Arroyo, J. M., et al. (2025), *Análisis de las tendencias en el mercado del libro digital en lengua española 2024*, De Marque (antes Librandia). <https://librandia.com/wp-content/uploads/2025/04/Informe-Anual-del-Libro-Digital-2024.pdf>

Asher, J. (2020), *Guardianes de fantasmas*, Edelvives.

Asociación Colegial de Escritores de España (ACE) (2025), *El Libro blanco del escritor en España*.

Babar (2025), «Conclusiones sobre el Barómetro de hábitos de lectura y compra de libros en España», *Revista Babar*, 23 de enero de 2025. <https://revistababar.com/wp/conclusiones-sobre-el-barometro-de-habitos-de-lectura-y-compra-de-libros-en-espana/>

Badillo, R. (2025), «Sam Altman, CEO de OpenAI, predice el fin de youtubers e influencers tal como los conoces: “A la gente no le importa si es humano o IA”», *El Confidencial*, 21 de octubre de 2025. https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2025-10-21/sam-altman-fin-youtubers-ia-1qrt_4231318/

Bloomberg Línea (2023), «Jeff Bezos: el dueño de Amazon, su biografía y la fortuna que acumula», *Bloomberg Línea*, 26 de septiembre de 2023.

<https://www.bloomberglinea.com/2023/09/26/jeff-bezos-el-dueno-de-amazon-su-biografia-y-la-fortuna-que-acumula/>

Bookwire (2024), *Informe Bookwire 2023: Evolución del mercado digital en España y América Latina*. <https://www.bookwire.es/spanish-market-report-2024/>

Borges, J. L. (1995), *Borges oral*, Emecé.

Cedro (2024), *Una protección mínima para los derechos de autor en la nueva ley europea de IA*. Sala de Prensa, 24 de mayo de 2024. <https://www.cedro.org/sala-de-prensa/noticias/noticia/2024/05/24/una-proteccion-minima-para-los-derechos-de-autor-en-la-nueva-ley-europea-de-ia>

Cercós, O., y García, R. (2025), *Viajamos*, Carambuco.

CNN Español (2024), «Elon Musk dice que la IA acabará con todos los empleos, pero que eso no es necesariamente malo», 23 de mayo de 2024. <https://cnnespanol.cnn.com/2024/05/23/elon-musk-inteligencia-artificial-empleos-trax>

Cortés Hernández, A., Hernández Hernández, C. A., García Torres, A. B., y Mata Quezadas, M. (2024), «La inteligencia artificial generativa como un asistente estratégico en la era del aprendizaje digital», en *Edunovatic2023. Conference Proceedings, 8th Virtual International Conference on Education, Innovation and ICT*. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9784618.pdf>

Cruces Villalobos, F., y Lluch i Crespo, G. (coords.) (2017), *¿Cómo leemos en la sociedad digital? Lectores, booktubers y prosumidores*, Ariel/Fundación Telefónica, pp. 29-51. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=704915>

De Marque (s. f.), «Libros electrónicos accesibles: El impacto en los lectores», De Marque Iberia & LATAM. <https://librandia.com/libros-electronicos-accesibles-el-impacto-en-los-lectores/>

Díaz, S. (2025), «Automatización en la gestión de tareas repetitivas: Ahorra tiempo con IA», *The Thing App Blog*. <https://thethingapp.com/automatizacion-tareas-repetitivas-inteligencia-artificial/>.

DPA News (2025), «Furor de #BookTok: 25 millones de libros vendidos en Alemania», UD-GTV, 27 de marzo de 2025. <https://udgtv.com/noticias/furor-de-booktok-25-millones-de-libros-vendidos/264281>

El Español (2024, 24 de julio), «El sector editorial español continúa imparable con un incremento de la facturación en los últimos años». https://www.elespanol.com/el-cultural/letras/20240724/sector-editorial-espanol-continua-impable-incremento-facturacion-anos/872912946_o.html

Federación de Gremios de Editores de España (FGEE) (2024), *Comercio interior del libro en España 2023*. https://www.federacioneditores.org/img/documentos/comercio_interior_2023.pdf

Feria del Libro de Fráncfort (2024), *Audiobook Global Growth Report*, Frankfurter Buchmesse/DosDoce. https://www.buchmesse.de/files/media/pdf/FBM_Dosdoce_Whitepaper_AUDIO-BOOK_GLOBAL_GROWTH_2024.pdf

González Duque, Ana (2021), «Cómo promocionar un libro infantil», *Marketing Online para Escritores*. <https://marketingonlineparaescritores.com/promocionar-libro-infantil/>

Gregorio Robledo, Y. de (2025), «Del hipertexto a la inteligencia artificial: viajes por la literatura digital», *The Conversation*, 15 de octubre de 2025. <https://theconversation.com/del-hipertexto-a-la-inteligencia-artificial-viajes-por-la-literatura-digital-265993>

Guadamuz, Andrés (2017), «La inteligencia artificial y el derecho de autor», *Revista de la OMPI*, 1 de octubre de 2017. https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2017/05/article_0003.html

Hanán Díaz, F. (2023), «Un panorama en transición: libros para niños y jóvenes después de la pandemia», en *Anuario Iberoamericano sobre el Libro Infantil y Juvenil 2023*, Fundación SM.

Hernández, Daniel (2025), «Cuentos infantiles personalizados con IA innovadora y culturalmente inclusiva», *Syntetica Blog*, 27 de enero de 2025. https://syntetica.ai/blog/blog_article/cuentos-infantiles-personalizados-con-ia-innovadora

Hind, E. (2020), *Literatura infantil y juvenil mexicana: entrevistas*, Peter Lang Publishing.

Infante, M. (2020), «Lectura digital: Aporte a la democratización de la lectura», *Facultad de Educación, Universidad del Desarrollo*, 23 de abril de 2020. <https://educacion.udd.cl/noticias/2020/04/lectura-digital-aporte-a-la-democratizacion-de-la-lectura/>

Juca Maldonado, F. (2024), «El impacto de la inteligencia artificial en los trabajos académicos y de investigación», *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 6(S1), pp. 289-296. <https://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/view/556>

Livriz (s. f.), «Crowdfunding e impresión por demanda», <https://livriz.com/crowdfunding-e-impresion-por-demanda/>

López, A. (2023), «¿Cómo y cuándo nacen los ebooks? Te contamos la historia de los libros digitales», *Planeta de Libros. Revista*, 15 de febrero de 2023. <https://www.planetadelibros.com/blog/actualidad/15/articulo/como-y-cuando-nacen-los-ebooks-te-contamos-la-historia-de-los-libros-digitales/285>

Ministerio de Cultura (2024), *Anuario de estadísticas culturales 2024*. https://libreria.cultura.gob.es/libro/anuario-de-estadisticas-culturales-2024_10628/

Ministerio de Cultura (2025), «La lectura continúa creciendo como actividad de ocio en España», 22 de enero de 2025. <https://www.cultura.gob.es/actualidad/2025/01/250122-barometro-habitos-lectura.html>

Nuño, A. (2025), «El español que ha usado la IA para su novela te explica cuál es el futuro de la literatura», *El Confidencial*, 16 de julio de 2025. https://www.elconfidencial.com/cultura/2025-07-16/escritor-ia-novela-futuro-literatura_4172145/

ODSLab (2024), «Sesgos de género en inteligencia artificial, una inquietud global», MINEC/ICEX, 25 de octubre de 2024. https://portal.mineco.gob.es/es-es/comunicacion/Paginas/Sesgosdegenero_IA_ICEX.aspx

Otero-Potosi, S., *et al.* (2024), «Impacto de la inteligencia artificial en la creación y el desarrollo de la producción literaria», *Revista Foco*, 17(8), e5517. <https://doi.org/10.54751/revistafoco.v17n8-098>

Pepinosa, J. (2025), «Inteligencia artificial que podría reemplazar a padres en la hora del cuento, así es el nuevo modelo de Google que crea libros infantiles con voz y arte personalizado que ya puedes usar en Colombia», Xataka Colombia. <https://www.xataka.com/co/robotica-e-ia/inteligencia-artificial-que-podria-reemplazar-a-padres-hora-cuento-asi-nuevo-modelo-google-que-crea-libros-infantiles-voz-arte-personalizado-que-puedes-usar-colombia>

Rizzo, N. (2023), «Self-published books & authors sales statistics», *WordsRated*, 30 de enero de 2023. <https://wordsrated.com/self-published-book-sales-statistics/>

Sanjuán Rodríguez, N. (2019), «Inteligencia artificial y propiedad intelectual», *Actualidad Jurídica Uría Menéndez*, (52), pp. 82-94. <https://www.uria.com/documentos/publicaciones/6675/documento/foro04.pdf?id=8960>

Segarra Saavedra, J., y Torres Huamanyauri, Y. E. (2024), «Promoción de libros y fomento de la lectura a través de *influencers* literarios en TikTok», *Ocnos*, 23(2). https://doi.org/10.18239/ocnos_2024.23.2.479

Unicef Uruguay (2023), «Uso de la tecnología en la primera infancia: qué saber». <https://www.unicef.org/uruguay/crianza/digital/uso-de-la-tecnologia-en-la-primera-infancia-que-saber>

Vara López, A. (2018), «Las narrativas digitales en educación infantil: una experiencia de investigación e innovación con *booktrailer*, cuentos interactivos digitales y realidad aumentada», *Diablotexto Digital*, 3, pp. 111-131. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7007057>

Velazco Ortiz, K. J., y Espinoza Esquivel, L. D. (2022), *La educación emocional y la literatura infantil como un binomio que construye educación para la vida*, Universidad Pedagógica Nacional.

Vilches, Laura (2023), «Booktokers: los *influencers* que están revolucionando la lectura entre los jóvenes», *Educación 3.0*, 24 de julio de 2023. <https://www.educaciontrespuntocero.com/recursos/booktokers-jovenes/>

Yuste, E. (2023), «Creatividad artificial: La irrupción de la IA en la LIJ», Blog de Elisa Yuste. <https://www.elisayuste.com/creatividad-artificial-la-irrupcion-de-la-ia-en-la-lij/>

EL JUEGO DE MESA Y EL VIDEOJUEGO: ETAPAS Y MECÁNICAS DE LA CULTURA LÚDICA DE LA INFANCIA

JULIA IRIARTE

Julia Iriarte es psicóloga social con más de quince años de experiencia en gestión de personas, marketing y *data management* en empresas multinacionales. Como especialista en juego, ha impartido numerosas conferencias y formaciones, es coautora de libros de divulgación sobre el uso de juegos de mesa y videojuegos como herramienta de aprendizaje y ha colaborado en el desarrollo de materiales didácticos y juegos publicados por algunas de las principales editoriales. Su web de divulgación *Bebé a Mordor* ha ganado seis premios nacionales desde su creación en 2016.

El juego estructurado en la infancia

El juego está presente en nuestras vidas desde antes de tener uso de razón. Muchos autores y autoras han estudiado el papel del juego en la infancia desde diferentes perspectivas y coinciden al destacar entre sus conclusiones la importancia en el desarrollo evolutivo de bebés, niños y niñas (Vygotski, 1967; Martínez González, 2019). No en vano, el artículo 31 de la *Convención sobre los Derechos del Niño* reconoce su derecho al descanso, al juego y a las actividades recreativas, además de participar en la vida artística y cultural (Asamblea General de las Naciones Unidas, 1989), aspecto este último del que el juego no está exento y en el que todavía tiene mucho que decir.

Frecuentemente, el estudio del juego en la infancia se centra en el juego libre (Burdette & Whittaker, 2005), definido este como un tipo de juego espontáneo en el que es el niño o la niña quien decide cómo, qué y con quién va a jugar, además de los materiales y el inicio y fin del juego.

A partir de los dos años aproximadamente, surge el juego simbólico, cuando el niño o la niña simula o utiliza objetos «como si» fueran otra cosa. También surge el juego de construcción, apilando bloques, y evoluciona progresivamente hasta llegar a reproducir modelos complejos o con un fin creativo.

En torno a los cinco o seis años, a principios de la Educación Primaria, surge el juego de reglas o estructurado (Marín, Penón y Martínez, 2008; Noreña, Muñoz, Ezpeleta y Latorre González, 2020). En él, quienes juegan se someten de forma voluntaria a unas reglas que marcarán su objetivo, así como los materiales empleados, su inicio y su final. Existe el juego estructurado solitario, tanto en formato analógico como digital. Sin embargo, habitualmente es una actividad social con múltiples participantes: no en vano en Francia los juegos de mesa son llamados *jeux de société* (literalmente, «juegos de sociedad»).



Componentes de diversos juegos de mesa.
Fotografía: Julia Iriarte.

Juegos de mesa y videojuegos en la infancia y la adolescencia. Perspectiva sociopsicológica y evolutiva

Durante la etapa académica «Infantil», la sociedad entiende que el juego es estrictamente necesario para el desarrollo adecuado de la infancia (Ginsburg, 2007), tanto a nivel cognitivo como socioafectivo. Entre los dos y los cuatro años, niños y niñas comienzan a enfocar el juego hacia otra persona, habitualmente el padre o la madre, predominando el juego simbólico. Aquí el juego forma parte esencial de su aprendizaje (Marín, Penón y Martínez, 2008). Al ser necesario, conveniente y deseable para el desarrollo infantil, no suele verse sombra de limitación a la hora de permitirse el juego y, de hecho, se alienta e incentiva en todas sus facetas.

Entre los cinco y los ocho años, coincidiendo con los primeros años de la Educación Primaria, niños y niñas comienzan a desarrollar más juego en grupo. Descubren la interrelación con sus iguales con interés y cobra más sentido el juego reglado. Son precisamente esas reglas las que permiten ampliar el número de participantes en el juego, al tiempo que evitan conflictos con respecto a deseos individuales potencialmente contrapuestos. Por ello, en este momento el juego de mesa tiene más presencia y encaja más en sus

actividades diarias como un deseo propio, y no tanto como una propuesta de la persona adulta de referencia, si bien los beneficios que presenta (Vita Barrull y otros, 2023; Moya Higuera y otros, 2023) son un incentivo.

El interés propio por el videojuego también se inicia normalmente en esta etapa, y suele introducirse algún tipo de plataforma en el hogar, si no existía previamente, de una manera muy mediada y controlada por las familias. La presentación de personajes, marcas o franquicias que han resultado atractivas fuera del terreno digital pueden ser los principales incitadores a estas edades, como la saga de videojuegos de acción-aventura de LEGO (*Videojuegos LEGO*®, 1997-2025) o *Bluey: el videojuego* (2023). El interés iniciado por las familias y las conversaciones dentro de su grupo escolar espolearán el uso de videojuegos conocidos, considerados por las familias como referencias «seguras», como la saga de plataformas Super Mario (*Super Mario Bros.*, 1985-2023), incluyendo el videojuego de carreras *Mario Kart*, o *Minecraft* (2011), que suele ser uno de los primeros videojuegos introducidos (Pagano y otros, 2025).

Existe una influencia intergeneracional entre *millennials*, la primera generación en crecer con videoconsolas como PlayStation y Nintendo, y quienes ahora son sus hijos o sobrinos: la generación *alpha*. Que niños y niñas sean introducidos en la afición mayoritariamente a través de estas personas tiene una consecuencia doble: este tipo de dispositivos se mantienen en las casas y, además, se extiende en el tiempo la consideración social del juego como algo deseable más allá de la infancia. Además, tanto juegos de mesa como videojuegos son considerados una buena herramienta para estrechar lazos familiares (Ginsburg, 2007; Pagano y otros, 2025; Sigma Dos/AEVI, 2023; Asmodee, 2025).

Entre los nueve y los once años, padres y madres pierden importancia dentro de las prioridades de juego infantil, en favor de las tendencias y modas dentro del grupo escolar (Marín, Penón y

Martínez, 2008; Schell, 2008). Llega así el juego de mesa o el videojuego de moda, como lo han sido *Virus!* (Cabrero, López y Santisteban, 2015) o *Minecraft* (2011) en la última década en España.



Juego de mesa *Virus!*, de D. Cabrero, C. López y S. Santisteban, publicado por Tranjis Games. Fotografía: Tranjis Games.

Esta etapa tenía una característica común en décadas anteriores: el juego en la calle. Sin embargo, actualmente, la configuración de las ciudades, la falta de conciliación familiar y laboral y las consecuentes actividades extraescolares hacen que estas edades vean menos la calle de forma espontánea (Brown y Vaughan, 2009). En este contexto, el espacio del juego se ve a menudo ocupado por videojuegos, alternativa de ocio que permite en muchos casos tener a criaturas localizadas en el salón de una casa, bien jugando presencialmente en grupo reducido, o bien online para jugar a distancia con sus amistades. En ocasiones más mediadas por las familias, estas reuniones pueden llevarse a cabo alrededor de juegos de mesa.

A partir de los once años, el cambio a un nuevo entorno educativo en el paso al instituto hace que los cambios biológicos y psicológicos se acentúen aún más. El grupo de amistades es un referente más fuerte en lo que se refiere a gustos e intereses. En esta etapa, la gran mayoría (en torno a un 91 %) de preadolescentes y adolescentes juegan a videojuegos, porcentaje que llegará a un 96 % en el grupo de quince a veinticuatro (AEVI, 2024).

En este período vital, el juego digital tiene una ventaja clara sobre el analógico: un aprendizaje sin fricción gracias al tutorial inicial. Y es que, en muchos casos, las personas adultas de la familia han ido abandonando el espacio común de juego (Observatorio del Juego y AIJU, 2023), por lo que la lectura y la comprensión de los reglamentos de los juegos de mesa recae ahora en preadolescentes, para quienes puede suponer una barrera de entrada. No obstante, los videotutoriales en medios especializados o gracias a *influencers* podrían ayudar a reducir esa fricción inicial, y comienzan a ser una fuente de información más relevante a partir de esta edad.

A partir de los once años el juego digital tiene una ventaja clara sobre el analógico: un aprendizaje sin fricción gracias al tutorial inicial.

La adolescencia es una etapa en la que las relaciones sociales y la pertenencia al grupo tienen elevada importancia, y será en esta etapa en la que querrán jugar más con sus iguales, bien con juegos de mesa (habitualmente ligeros o tipo *party*), con videojuegos online o con juegos de rol. Tras el reciente éxito internacional de la serie *Stranger Things*, en la que un grupo de adolescentes juega a rol, o la creciente popularidad de canales de *streaming* como Critical Role, esta forma de ocio ha multiplicado el número de fans (Knight, 2022; Tones, 2025). Los juegos de rol tienen características de juegos de mesa y de videojuegos: coinciden con los primeros en su formato analógico, mientras que la interactividad de la historia los acerca a los videojuegos de rol (RPG).

Finalmente, desde los dieciséis años en adelante, la principal motivación para jugar a videojuegos es relajarse y reducir estrés. El juego es un regulador emocional y, junto con otras aficiones, una forma de ocio saludable, tanto de manera individual como en grupo (AEVI, 2025).

Mecánicas de juegos de mesa y videojuegos por edades. Desarrollo evolutivo cognitivo y socioemocional

Aunque no existe consenso sobre la definición de mecánicas de juego (Lo, Thue y Carstensdottir, 2021; Sousa, 2021), es común utilizar la definición aportada por Katie Salen y Eric Zimmerman (Salen y Zimmerman, 2004), en la que definen la mecánica central (*core mechanic*) como una actividad esencial que quienes juegan repiten una y otra vez en una partida. Son patrones de comportamiento mediante los cuales se toman decisiones significativas que se manifiestan como experiencia.

En el caso de las mecánicas de juegos de mesa modernos, se puede decir que es una forma reglada de interacción entre quien juega y el sistema o sus componentes, que produce efectos en el estado del juego y permite su progreso. Existe una guía no oficial de mecánicas de juegos de mesa en la web BGG (BoardGameGeek, s. f.), donde hay listadas en torno a doscientas diferentes, descritas pormenorizadamente en la enciclopedia de Geoffrey Engelstein e Isaac Shalev (Engelstein y Shalev, 2019). En cuanto a los videojuegos, existen diversas aproximaciones, desde la ya mencionada de Salen y Zimmerman (2004) hasta la descomposición de mecánicas en bloques o *bricks* creada por Julián Álvarez (Álvarez, 2018).

Uno de los aspectos centrales a la hora de equilibrar juegos para la infancia y la adolescencia es basarlos en las habilidades que hayan adquirido completamente a la edad recomendada del juego. Para que un juego esté bien adaptado a una edad concreta, las niñas y niños de esa edad deben enfrentarse a dicho juego con las mismas posibilidades de ganar que una persona adulta en todas las partidas. Este es uno de los aspectos más interesantes del diseño de juegos en esta etapa, que deberá encontrar un equilibrio entre azar y habilidades.

De dos a cuatro años

Muchos juegos de mesa (por ejemplo la colección *Little*, de la editorial Djeco, 2010-2023, o *Mis primeros juegos*, de HABA, 1997-2026), establecen su edad mínima en los dos años y medio. A esta edad, la mayoría de los niños y niñas deben haber alcanzado algunos hitos sociales, como jugar cerca de otros niños; cognitivos, como seguir instrucciones simples de hasta dos pasos, y motores, como abrir botes o pasar páginas (Centers for Disease Control and Prevention, 2025).



Juego de mesa *Little Cooperation*, de Nathalie Choux, publicado por Djeco. Fotografía: Julia Iriarte.

En este período, el diseño de juegos debe estar enfocado a la exploración sensorio-motora, el juego simbólico o los juegos de construcción. En este grupo podemos encontrar ejemplos claros que siguen esta dinámica, como los juegos de mesa *El osito hambriento* (*Hungry as a Bear*, Reeden, 2014) o *Panda Picnic* (Brown, 2022), que se basan en actividades de juego simbólico al que se añade una mecánica muy simple de «reconocimiento de patrones» junto con la introducción del azar. En los ejemplos anteriores, este azar se materializa a través de un dado o de la extracción de elementos de una bolsa.

A partir de los tres años, niños y niñas pueden normalmente seguir turnos (Consumer Product Safety Commission, 2020) y mover un personaje por un tablero. Esto abre un mundo de

posibilidades en cuanto a mecánicas, como la de «tirar y mover» (lanzamos dados y nos movemos según el resultado del mismo), presente en *Unicornio Destello* (*Unicorn Glitterluck*, Mückel, 2014), o la de «carreras» (llegar antes al final de una pista) de *Little Circuit* (Choux, 2010). La mecánica de «eventos» debe tener una estructura muy simple aquí: si nuestro personaje cae en una casilla o espacio determinado, se desencadena un evento (por ejemplo, el juego nos bloquea un turno o recibimos una recompensa). También será interesante para estas edades la mecánica de «habilidad», para acciones como la de apilar (preferiblemente piezas muy grandes, que podrán reducir su tamaño con la edad).

Desde el principio de esta etapa de juego reglado podemos introducir también el juego cooperativo, en el que todo el mundo gana o todo el mundo pierde, ya que nos enfrentamos al propio juego, como el cuervo de *Primer Frutal* (*First Orchard*, Farkaschovsky, 2009), que quiere comerse todas las frutas antes de que las recojáis en una cesta. Además de los juegos competitivos y los juegos cooperativos, surgen también en esta etapa los juegos solitarios de lógica con retos de dificultad creciente, muy diversos en cuanto a componentes y temáticas, desde *Foto Safari* (Peeters, 2023) a *Roboflex Create* (2022).

A los cuatro años, la mayoría de los niños y niñas deben alcanzar nuevos hitos madurativos (Centers for Disease Control and Prevention, 2025): sociales, como jugar fingiendo ser alguien diferente; cognitivos, como nombrar colores o identificar pasos siguientes en una secuencia conocida; o motores, como atrapar un objeto, apilar piezas más pequeñas o sujetar el lápiz o un número reducido de cartas. Mejora su control atencional y su capacidad de codificación y recuperación de la información, lo que se traduce en una mejora en las actividades que requieren memoria.

Debido a estos hitos, nuevas mecánicas surgen en el horizonte del diseño, como las clásicas de «memory» (*Abejitas Zum Zum* [*Bee Alert*,

Knizia, 2012]), «reconocer patrones» (*Dobble Kids* [Blanchot y Cottureau, 2012]), «actuar» o hacer mímica (Pantomime, 2003) o «reconocer cambios» en una imagen (1 2 3 *Bitmax* [Listosella y Gallego, 2023]). También tenemos la posibilidad de diseñar juegos que incluyan una «colección de ítems» del nivel más básico: normalmente el conocido *lotto* o bingo, en el que debemos rellenar lo que nos requiere nuestro tablero o cartón.

Diseñar videojuegos para esta edad debe tener muy presente desde el principio el dispositivo más adecuado para su desarrollo evolutivo. Una alternativa muy empleada para edades tempranas por su fácil acceso y su simplicidad es la tableta, ya que tiene un tamaño que facilita su accesibilidad y no requiere de la coordinación motora necesaria para el manejo de un mando. Emplea habitualmente mecánicas de «empa-
rejado» y marcar, para las que únicamente se necesitaría el uso de un dedo, viables a partir de los tres años (Consumer Product Safety Commission, 2020). A partir de los cuatro años, muchos pueden comenzar a utilizar un ratón, ya que se emplea con una sola mano y no requiere de coordinación entre las dos manos.

Las temáticas relacionadas con los cuidados y el juego simbólico son particularmente atractivas durante la infancia y se pueden implementar a través de una mecánica de storytelling.

Como hemos visto, las temáticas relacionadas con los cuidados y el juego simbólico son particularmente atractivas en este período, que se puede implementar a través de una mecánica de *storytelling*, con una narrativa sencilla que involucrar personajes de interés y que esté imbuida en un juego que les permita avanzar en ella (Lieberman, Chesley-Fisk y Biely, 2009). Mecánicas simples de asociación como el «reconocimiento de patrones» o la «construcción de patrones» permiten diseñar puzzles visuales (por ejemplo, los que plantea *Sesame Street Games*, 2025) que atraen por su simplicidad, la propuesta de objetivos sencillos y la ausencia de penalizaciones.

Esto se suma al interés familiar por juegos educativos, como los relacionados con colores, letras y números.



Captura del juego *Train Track Engineers*, de Sesame Street Games. Imagen: <https://www.sesamestreet.org/games>

Durante toda la infancia, será muy relevante prestar especial atención al aspecto gráfico: la estabilidad de las imágenes y que los elementos interactivos tengan un contraste alto con el fondo, para que no compitan por la atención del menor.

De cinco a ocho años

A partir de los cinco años, niños y niñas incrementan considerablemente su capacidad para realizar una tarea atencional durante más tiempo (mínimo cinco o diez minutos, y hasta en torno a quince minutos) (Ruff y Rothbart, 2001), además de tener una mayor autorregulación emocional y aparecer la teoría de la mente, a través de la cual entenderán que en un juego también importa lo que piensan y hacen sus rivales (Noreña, Muñoz, Ezpeleta y Latorre González, 2020). Es a partir de este momento cuando se pueden implementar cómodamente mecánicas de «¡Toma eso!», que implican un perjuicio dirigido a ellos por parte de sus rivales, o el hecho de que existan penalizaciones en los videojuegos por realizar acciones erróneas.

También a esta edad pueden identificar claramente palabras sobre el paso del tiempo, lo cual se relaciona con la posibilidad de empezar

2 AÑOS	3 AÑOS	4 AÑOS	5 AÑOS
MANIPULACIÓN Y REGLAS DEL JUEGO  5 min MECÁNICAS: Tirar y mover. Colección. Cooperativos. Carrera. Movimiento por celdas.	AZAR Y PATRONES SIMPLES  5-10 min + MECÁNICAS: Eventos (simples). Perder turno. Solitario.	MEMORIA Y EXPRESIÓN  5-10 min + MECÁNICAS: Memoria. Actuar. Emparejado. Habilidad. Reconocimiento de patrones.	TÁCTICA/PLANIFICACIÓN A 1 PASO  10-15 min + MECÁNICAS: Gestión de mano. ¡toma eso! Identificación háptica. Deducción. Umidador de tiempo.
			

Tabla resumen ilustrativa de mecánicas correspondientes al período 2-5 años, elaborada por Ruth Cerdán y Julia Iriarte. Ludia Asesoras.

a ordenar o «programar acciones» con un objetivo. Esto sucede con la mecánica de «gestión de mano» o, en este caso, «gestión de dados», en el juego de mesa *Monza* (Grunau, 2000) o el videojuego *Aventura de gemas* (2018), en el que debemos colocar bloques con distintos efectos a lo largo de un recorrido con dificultad creciente.

Por la mejora en las capacidades físicas, también se incorporan mecánicas que impliquen bailar, tanto en juegos analógicos como digitales. Juegos como los de la serie *Just Dance* (2009-2026) o los antiguos *Wii Sports* (2006) fueron además diseñados con niveles de dificultad aptos para personas de distintas edades y, como *exergames*, tienen efectos positivos a nivel físico y mental (Yoong, Wu y Jiang, 2024; Chen, Zhou, Wu, Gao y Ye, 2023; Marques, Uchida y Barbosa, 2023).

A partir de los seis años, hay varios hitos en el desarrollo que permitirán incorporar no solo nuevas mecánicas, sino también nuevos elementos físicos. Mejora notablemente la coordinación óculomanual, la velocidad de procesamiento y la inhibición, así como la capacidad de la memoria de trabajo y la precisión en el cambio del foco atencional (Raver y Blair, 2016).

Los cambios a nivel motor les permiten hacer ya uso de manera coordinada con ambas manos de un mando de videoconsola. En este período inicial de su utilización, son interesantes también los videojuegos que permiten una cierta ayuda o supervisión, como la que contemplan *Super Mario Odyssey* (2017) o *Captain Toad (Captain Toad: Treasure Tracker, 2018)*, en los que un segundo mando podrá interactuar sobre el entorno en modo copiloto (Monedero, Fernández Simón, Aguado Delgado y García Cortés, 2023), facilitando la labor al personaje principal.

En general, tanto por accesibilidad como por profundidad y recorrido del juego, son prácticas las opciones de ayuda como los bordes anticaidas en videojuegos de carreras (Monedero, Fernández Simón, Aguado Delgado y García Cortés, 2023) o los niveles de dificultad regulables tanto en juegos analógicos como digitales.

Relacionado con la destreza motora, se desbloquean mecánicas que requieren de mayor precisión y fuerza en los dedos, como el *flicking* o golpeo con un dedo, ya sea con chapas, canicas o pingüinos, como en *Ice Cool* (Gomez, 2016).

También será a partir de ahora cuando puedan incorporar mecánicas que impliquen velocidad y «acción simultánea», como en el juego de mesa *Speed Cups* (Shafir, 2013), en el que tenemos que replicar una construcción exacta antes que el resto, o en videojuegos con la mecánica de evitar en tiempo real («evitar obstáculo», «evitar enemigo», etc.), que sucede en muchos videojuegos de plataformas como *Sonic* (*Sonic the Hedgehog*, 1991-2023) o incluso en los clásicos *Snake* (1976) o *Pac Man* (1980).

A esta edad pueden aprender los «movimientos en patrón» del ajedrez y tratar de planificarlos, pero aún no tendrán una visión a largo plazo como para prever una estrategia completa.

La mecánica de «mercado», por su parte, que también se incorpora a esta edad por la capacidad de inhibición que nos permite ahorrar (Raver y Blair, 2016), nos muestra una serie de recursos que podremos comprar si disponemos del coste que requiere cada uno. Esta mecánica, junto con la evolución de la «colección de ítems» hacia posibilidades más complejas, hace que los juegos virtuales de cartas y otros juegos con recursos sencillos tengan más recorrido a partir de esta edad.

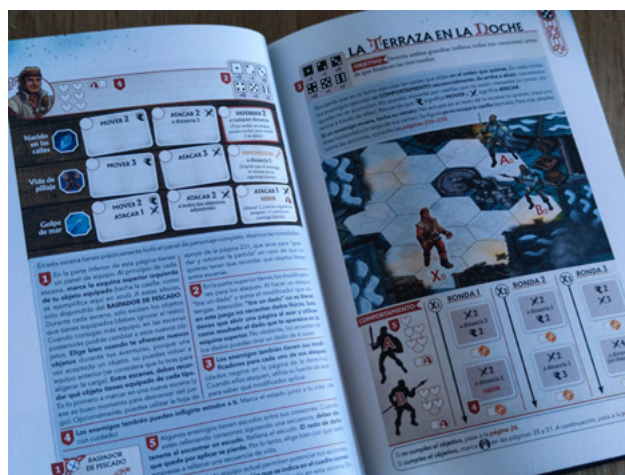
De acuerdo a la clasificación PEGI, a partir de los siete años se podrán incluir en los videojuegos temáticas que puedan dar algo de miedo. Es ahora cuando niños y niñas descubren intereses menos infantiles y las tramas ya pueden poner en peligro a sus protagonistas.

En el sector de los juegos de mesa, a partir de los ocho años nos encontramos con un cambio cualitativo en las mecánicas. Pasamos de encontrarnos en la sección infantil a la sección familiar, con multitud de juegos que requieren planificación en dos pasos y una atención sostenida de mayor duración, además de una mayor metacognición, esto es, la capacidad de reflexionar sobre sus propios procesos de pensamiento y mejorar así sus estrategias para llegar a sus objetivos. Es frecuente encontrarnos con títulos que duran

treinta o hasta cuarenta y cinco minutos por partida.

Mecánicas como los *quick time events* en los videojuegos (secuencias interactivas en las que debemos pulsar botones concretos en un tiempo limitado), que se relacionan con la memoria de trabajo, la atención selectiva y la resolución de problemas (Mondéjar, Hervás, Johnson, Gutiérrez y Latorre, 2016), funcionarán mejor a esta edad (Vuontela y otros, 2012). En el mundo analógico, aparecen las mecánicas de toma de decisiones en tiempo real, implementadas en juegos como *Kitchen Rush* (Bagiartakis y Turczi, 2017) o *Marra-miau* (Coll, 2024).

En cuanto a la capacidad de planificación a largo plazo y la de prever y asumir las consecuencias de las decisiones tomadas previamente, hace varias décadas que surgieron los llamados librojuegos, en los que se nos presentaban alternativas y las elecciones tomadas nos llevaban por uno u otro camino dentro del libro. A día de hoy, existen versiones modernas de este «Elige tu propia aventura», materializadas tanto en formato cómic (*Pizza Goblin* [Laurielle y Morán, 2026] o *Día de perros* [Tartarotti, 2025]) como en formato librojuego de rol con combates (*En las cenizas* [Aguilera, 2023]), o incluso aventuras interactivas como las conocidas de *Minecraft* (*Minecraft: Story Mode*, 2019) en la plataforma Netflix.



Librojuego *En las cenizas*, de Pablo Aguilera, publicado por Devir. Foto: Julia Iriarte.

6 AÑOS	7 AÑOS	8-9 AÑOS	10 AÑOS	12 AÑOS
MÍNIMA GESTIÓN DE RECURSOS	MAYOR CANTIDAD DE INPUTS Y PATRONES	PLANIFICACIÓN A 2 PASOS	ROLES OCULTOS Y TEORÍA DE LA MENTE	COMPLEJIDAD Y TEMÁTICA
⌚ 15 - 30 min	⌚ 15 - 30 min	⌚ 30 - 45 min	⌚ + 45 min	⌚ + 45 min
+ MECÁNICAS: Flicking. Emparejado rápido. Acción simultánea (mejor desde esta edad). Movimiento en patrón. Mercado.	+ MECÁNICAS: Mismas (gestión de mano, mercado, movimiento en patrón), pero con mayor complejidad. Recuperación de la acción. Cartas con texto.	+ MECÁNICAS: colocación de trabajadores, de losetas, set collections más complejos, draft, límites comunicación, mayorías, push your luck, programación de acciones, puntos de acción.	+ MECÁNICAS: deducción con tramas, construcción de mazos, colocación de losetas, orden de giro, bazas, contratos, bonus fin de partida, cobertura de cuadrícula, negociación, subastas.	+ MECÁNICAS: gestión de recursos más compleja, deducción más compleja con tramas más adultas, mayores duraciones.
				

Tabla resumen ilustrativa de mecánicas correspondientes al período 6-12 años, elaborada por Ruth Cerdán y Julia Iriarte. Ludia Asesoras.

En relación con *Minecraft* (2011), normalmente ocho años es la edad a la que el inicio de este juego tiene más garantías de éxito, ya que, aunque existen modos que simplifican el juego y las construcciones más sencillas son aptas para niñas y niños más pequeños, le sacarán mayor partido gracias a su desarrollo cognitivo. Previamente a esta etapa, otros juegos de construcción 3D en entorno virtual como *Toca Builders* (2013) pueden ir abriendo camino. Los contenidos generados por usuarios (UGC), como *Minecraft*, han ido ganando más atractivo en los videojuegos (Pagano y otros, 2025). En el mundo analógico también se diseñan juegos que permiten liberar la creatividad, como los narrativos en los que debemos construir una historia entre todos, como *Story Cubes* (O'Connor, 2005) o *Quarentena* (Alhambra, 2024).

De nueve a once años

A los nueve años, niños y niñas comienzan a perfilar más marcadamente sus gustos y aficiones, y eso incide en los tipos de juegos que les

llamarán más la atención a partir de esta etapa. A pesar de que entre los nueve y los once años irán progresivamente desarrollando maestría en determinadas mecánicas debido a su evolución cognitiva, serán las temáticas, la duración y los tipos de interacciones en los juegos los que cambiarán más en este período.

Si bien la presencia de texto en componentes físicos o diálogos en videojuegos se podría introducir desde los siete años, pasa a ser mucho más asequible a partir de esta edad. El texto de las cartas coleccionables será manejable e incluso deseable, entrando estos juegos con fuerza tanto para echar partidas como para su intercambio y colección. Ejemplos conocidos de esto serán las cartas de *Pokémon* (Akabane e Ishihara, 1996), *Disney Lorcana* (Iezzi y otros, 2023) y, al final de esta etapa, *Magic: The Gathering* (Garfield, 1993), o videojuegos como *Hearthstone* (2014) o *Marvel Snap* (2022).

A nivel de ambientación, pueden introducirse juegos de batallas, con mucha interacción, así como juegos fuertemente temáticos, con

inspiración en mundos de fantasía, pero también con componente bélico, como *Risk* (Lamoris & Levin, 1959) o *Age of Empires* (1997), o incluso relacionados con la música (como *Hitster* [Carleson, 2022]), o con películas u otros temas de moda. Además, los juegos de deportes siguen siendo uno de los géneros más jugados (AEVI, 2024) y en esta etapa ocupan puestos adelantados.

La planificación a largo plazo que pueden manejar a partir de los diez años nos hace encontrarlos con nuevas mecánicas como «colocación de peones», «colocación de losetas», «construcción de mazos» o «bonus de fin de partida». En videojuegos, será el género de estrategia el que cobrará más interés ahora, con toda una variedad de mecánicas complejas como la «programación de acciones» para la «gestión de recursos», la «defensa de área», la «colocación de tropas» o las «mayorías».

Un tipo de mecánica diferente que puede introducirse a partir de esta edad, debido a la cognición social y mentalización del o la menor, es la de «roles ocultos». Son juegos con elevado número de participantes y gran interacción entre sí, en los que reciben roles de distintos bandos, habitualmente uno de ellos «traidor». La posibilidad de ocultar los pensamientos propios asumiendo que el resto de las personas podrán tener ideas sobre estos permite abrir este nuevo mundo de dinámicas sociales, y el éxito de videojuegos como *Among Us* (2018) o juegos de mesa como *Hombres lobo de Castronegro* (*The Werewolves of Miller's Hollow*, Des Pallières y Marly, 2001) lo atestigua.

Así pues, el diseño de juegos para esta etapa debe tener en cuenta los nuevos requisitos de ambientación, además de permitir introducir mecánicas más interactivas, duraciones más extensas y reglas más sofisticadas (Greenberg, Sherry, Lachlan, Lucas y Holmstrom, 2010).

De doce años en adelante

Esta etapa corresponde a un período de cambio a muchos niveles, pero, en lo que respecta al juego, será el cambio psicosocial el que alterará principalmente las motivaciones e intereses de las y los adolescentes. Su mayor capacidad de atención, de planificación y de inhibición les brindará la oportunidad de enfrentarse a los juegos más complejos y de duración más larga.

En cuanto a la motivación por el juego, los videojuegos de estrategia, fantasía o aventura, así como los de deportes, lucha y carreras, son los que más se relacionan con el factor competitivo, mientras que los juegos de tipo puzzle, *arcade* o juegos de mesa clásicos están más relacionados con el reto o desafío en sí (Greenberg, Sherry, Lachlan, Lucas y Holmstrom, 2010). En esta etapa y en las anteriores, las motivaciones pueden variar dependiendo de muchos factores. La competición se puede presentar como un factor de formación de la identidad en esta etapa. Sin embargo, hay que recordar que también existen juegos competitivos que se juegan por equipos y pueden funcionar como motivador doble de interacción y cohesión social intragrupo, así como de competición intergrupos.

Los videojuegos de estrategia, fantasía o aventura, así como los de deportes, lucha y carreras, son los que más se relacionan con el factor competitivo.

El juego por equipos requiere colaboración y coordinación y es precisamente a partir de los doce años cuando esta colaboración interna alcanza el mejor desempeño (Zhao & Linaza, 2015). En este contexto, los juegos de rol atraen más a los grupos adolescentes, tanto en su formato físico presencial (por ejemplo, *Dungeons and Dragons*, Gygax, 1974) como en su formato online en los MMORPG (por ejemplo, *World of Warcraft*, 2004). Estos videojuegos aprovechan sus posibilidades cognitivas de planificación junto con las motivaciones tanto de competición como de identificación con su grupo social.



Captura del videojuego *World of Warcraft*, desarrollado por Blizzard Entertainment.

Convivencia de los juegos de mesa y los videojuegos. *Crossovers* y otras cuestiones

El tamaño del mercado de videojuegos es muy superior al de los juegos de mesa: en 2024, se estimaba un valor de mercado de unos 183 000 millones de dólares para el sector de los videojuegos (Newzoo, *Global Games Market Report*, 2025) y de 14 000 millones para los juegos de mesa (Board Games Market Size, 2026). Dicho esto, resulta significativo que, entre los regalos más deseados por menores, los videojuegos ocupen un 33,9 % de las respuestas, mientras que un nada despreciable 10,2 % (en tercera posición) se atribuya a los juegos de mesa (Sigma Dos/AEVI, 2023).

Los juegos de mesa están experimentando un crecimiento considerable, especialmente a partir de la pandemia de COVID-19, cuando hicieron su aparición en casas en las que no se jugaba con frecuencia. Muchas familias buscan además alternativas al ocio puramente digital, debido al miedo a la adicción a los videojuegos (Unicef, 2025), las advertencias sobre el uso de pantallas en menores (Asociación Española de Pediatría, 2024; *Guidelines on physical activity*, 2019) y la presencia de mecanismos «turbocapitalistas» en los videojuegos, como las *loot boxes*. También la saturación digital podría tener una relación (Asmodee, 2025) con el crecimiento del atractivo de los juegos de mesa como forma, no tanto de

desconexión, sino de otro tipo de conexión que no apele tanto a la economía de la atención.

Como hemos indicado anteriormente, en las familias es habitual transmitir la afición tanto por videojuegos como por juegos de mesa, lo que genera una actitud positiva hacia el ocio lúdico entre las distintas generaciones (Sigma Dos/AEVI, 2023). Los distintos medios de comunicación han intervenido en esta dirección, facilitando la introducción no solo de videojuegos y juegos de mesa, sino también de juegos de rol.

Además, las sinergias entre empresas del sector analógico y el digital hacen que público de un mundo se vea atraído por el otro: juegos de mesa que pasan a formato digital, con éxitos de ventas como *Wingspan* (Hargrave, 2019) o la colección de juegos de Asmodee Digital, y viceversa: videojuegos que tienen su versión analógica, como *Candy Crush Duel* (Groen, 2020) o *Minecraft Explorers* (Fiore GmbH, 2024).

Estas sinergias vienen a refrendar los argumentos de una demanda que existe por parte del sector de los juegos de mesa de un tiempo a esta parte: su aceptación como artefacto cultural. No deja de llamar la atención que la promoción del sector del videojuego esté bajo el paraguas del Ministerio de Cultura, mientras que la de los juegos de mesa, que tienen más de 4500 años de historia (Noreña, Muñoz, Ezpeleta y Latorre González, 2020; Comas i Coma, 2023), siguen sin tener este reconocimiento (Catalán Villanueva, 2020).

Conclusiones. Previsiones, tendencias y posibles escenarios

El diseño de juegos de mesa y de videojuegos enfocado a un público infantil y juvenil debe, sin duda, tener en cuenta la evidencia científica disponible sobre el desarrollo cognitivo, la maduración socioemocional y la gradual asimilación de preferencias y motivaciones en base a cada estadio evolutivo. Pero también debe tener

en cuenta el contexto sociocultural en el que se encuentra.

Si el escenario se mantuviera como hasta ahora, tendríamos un sector del videojuego maduro en España, con capacidad para abarcar progresivamente las nuevas necesidades de la sociedad. No obstante, el sector de los juegos de mesa tiene mucho recorrido pendiente en cuanto a profesionalización y posibilidades de diseño en relación a sus homólogos europeos. Para mejorar esta situación, una consideración efectiva del juego de mesa como producto cultural por parte de entidades estatales podría tener un efecto positivo, espoleando la creación y el diseño de nuevas obras y generando nuevas sinergias.

Un control legislativo descuidado puede llevar a un viraje de los videojuegos hacia una mayor tendencia de monetización agresiva, economía de la atención y capitalismo de vigilancia.

Con el *boom* de la inteligencia artificial generativa, nos enfrentamos a una nueva ola de cambios en la era digital que amenaza con crear una división generacional: personas que incorporan esta tecnología como parte esencial de sus vidas, y personas que comienzan a rechazar, por contra, la hiperconexión y la cesión de datos. Un control legislativo descuidado sobre el sector digital puede fallar a la sociedad en lo referente al disfrute de la creación cultural y artística, tanto en lo relativo a las limitaciones y el etiquetado de las obras generadas por inteligencia artificial, como en lo relativo al peligroso viraje de los videojuegos hacia una mayor tendencia de monetización agresiva, economía de la atención y capitalismo de vigilancia.

Los estudios de mercado prevén una tendencia al alza en el uso tanto de videojuegos (en torno a un 6 % anual hasta 2030 [Pagano y otros, 2025])

como de juegos de mesa (cerca de un 6 % anual hasta 2033 [Board Games Market Size, 2025]). Siendo optimistas, podríamos imaginar, según las tendencias, un escenario en el que el consumo de juegos de mesa en la infancia y la adolescencia fueran protagonistas de ese crecimiento.

Respondiendo además a la reacción social a la saturación digital, una vía de diseño que podría ser alentadora para el sector, y en la que muchos estudios *indies* han estado trabajando, es la de los videojuegos de ritmo lento, de exploración y sin recompensas inmediatas. Ello podría conectar con estas personas, mayoritariamente *millennials* y de la generación Z, que sienten que deben recuperar su atención (O'Connor, 2025).



Captura del videojuego *Gris*, desarrollado por Nomada Studio.

Las personas que quieran diseñar juegos para la infancia y la adolescencia deben tener en cuenta que su creación tendrá un impacto. Para conseguir el mejor impacto posible, el juego debe respetar el desarrollo evolutivo, así como explorar la diversidad social y motivacional de la sociedad a la que pertenecen. Un videojuego, un juego de rol, un juego de mesa, como obras culturales que son, reflejan un contexto de creación y, al mismo tiempo, impactan en la cultura que permea en ellas. Juegos más representativos, más diversos y más inclusivos permitirán que más personas sientan que forman parte de ese movimiento cultural.

Bibliografía

- AEVI (2024), *La industria del videojuego en España: Anuario 2024*.
- (2025), *Power of play. Informe global de videojuegos*. Obtenido de <https://aevi.org.es/download/informe-global-power-of-play-2025>
- Álvarez, J. (2018), *Approche atomique du jeu vidéo : Briques Gameplay 3.0*. <https://hal.science/hal-01948782v1>
- Asamblea General de las Naciones Unidas (1989), *Convención sobre los Derechos del Niño*, art. 31.
- Asmodee (2025), *Tabletop Games Strengthen Family Bonds, New Global Study Finds*. Recuperado el 20 de enero de 2026 de <https://www.asmodee.co.uk/blogs/news/celebrating-30-years-of-asmodee>
- Asociación Española de Pediatría (2024), *Actualización del Plan Digital Familiar*. Recuperado de https://static.aeped.es/20241205_ndp_aep_actualizacion_plan_digital_familiar_def_c98c45c27c.pdf
- BoardGameGeek (s. f.), *Board Game Mechanics*. Recuperado el 20 de enero de 2026 de <https://boardgamegeek.com/browse/boardgamemechanic>
- «Board Games Market Size, Share & Industry Analysis, By Game Type (Monopoly, Scrabble, Chess, and Others), By Age Group (2-5 Years, Between 5 and 12 Years, Between 12 and 25 Years, and Above 25 Years), By Sales Channel (Specialty Stores, Online/E-Commerce)» (2026). Recuperado el 20 de enero de 2026 de *Fortune Business Insights*. <https://www.fortunebusinessinsights.com/board-games-market-104972>
- Brown, S., y Vaughan, C. (2009), *¡A jugar!*, books4pocket.
- Burdette, H. L., y Whitaker, R. C. (2005), «Resurrecting Free Play in Young Children: Looking Beyond Fitness and Fatness to Attention, Affiliation, and Affect», *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine*, vol. 159, pp. 46-50.
- Catalán Villanueva, A. (2020), *Cultura y juegos de mesa analógicos. Los juegos de mesa modernos como fenómeno y artefacto cultural en el siglo XXI*, Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Obtenido de <https://hdl.handle.net/10609/121635>
- Centers for Disease Control and Prevention (2025), *CDC's Developmental Milestones*. Recuperado el 20 de enero de 2026 de <https://www.cdc.gov/act-early/milestones/>
- Chen, J.; Zhou, X.; Wu, X.; Gao, Z., y Ye, S. (2023), «Effects of exergaming on executive functions of children: a systematic review and meta-analysis from 2010 to 2023», *Archives of Public Health*, 81(182). <https://doi.org/10.1186/s13690-023-01195-z>
- Comas i Coma, O. (2023), *Un mundo de juegos*, Sugaar.
- Consumer Product Safety Commission (2020), *Age Determination Guidelines: Relating Consumer Product Characteristics to the Skills, Play Behaviors, and Interests of Children*. <https://www.cpsc.gov/s3fs-public/Age-Determination-Guidelines-Relating-Consumer-Product-to-Characteristics-Skills-Play-Behavior-Interests-to-Children-January-2020.pdf>
- Engelstein, G., y Shalev, I. (2019), *Building blocks of tabletop game design: an encyclopedia of mechanics*, CRC Press.
- Ginsburg, K. R. (2007), «The Importance of Play in Promoting Healthy Child Development and Maintaining Strong Parent-Child Bonds», *Pediatrics*, 119(1), pp. 182-191. <https://doi.org/10.1542/peds.2006-2697>

Greenberg, B. S.; Sherry, J.; Lachlan, K.; Lucas, K., y Holmstrom, A. (2010), «Orientations to Video Games Among Gender and Age Groups», *Simulation & Gaming*, 41(2), pp. 238-259. <https://doi.org/10.1177/1046878108319930>.

Guidelines on physical activity, sedentary behaviour and sleep for children under 5 years of age (2019), Organización Mundial de la Salud, Ginebra.

Knight, B. (2022), «Could *Dungeons & Dragons* Be The Next *Harry Potter*? Stranger Things Have Happened», *Forbes*, 11 de octubre de 2022. Recuperado el 20 de enero de 2026 de <https://www.forbes.com/sites/brettknight/2022/10/11/could-dungeons--dragons-be-the-next-harry-potter-stranger-things-have-happened/>.

Lieberman, D.; Chesley-Fisk, M., y Biely, E. (2009), «Digital Games for Young Children Ages Three to Six: From Research to Design», *Computers in the Schools*, 26(4), pp. 299-313. <https://doi.org/10.1080/07380560903360178>.

Lo, P.; Thue, D., y Carstensdottir, E. (2021), «What Is a Game Mechanic?», en Baalsrud Hauge, J.; Cardoso, J. C. S.; Roque, L., y González Calero, P. A. (eds.), *Entertainment Computing – ICEC 2021. Lecture Notes in Computer Science*, vol. 13056, 22 de octubre de 2021, Springer Nature. https://doi.org/10.1007/978-3-030-89394-1_25.

Marín, Imma; Penón, Silvia; y Martínez, Maite (2008), *El placer de jugar*, Ceac.

Marques, L.; Uchida, P., y Barbosa, S. (2023), «The impact of Exergames on emotional experience: a systematic review», *Front Public Health*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2023.1209520>.

Martínez González, Carmen (2019), «Jugar es un asunto serio», *Revista Pediatría Atención Primaria*, vol. 21.

Mondéjar, T.; Hervás, R.; Johnson, E.; Gutiérrez, C., y Latorre, J. (2016), «Correlation between videogame mechanics and executive functions through EEG analysis», *Journal of Biomedical Informatics*, 63, pp. 131-140. <https://doi.org/10.1016/j.jbi.2016.08.006>.

Monedero, A.; Fernández Simón, M.; Aguado Delgado, J., y García Cortés, E. (2023), *Libro blanco de accesibilidad para desarrolladores*, AEVI/Fundación ONCE.

Moya Higuera, J.; Solé Puiggené, M.; Vita Barrull, N.; Estrada Plana, V.; Guzmán, N.; Arias, S., y March Llanes, J. (2023), «Just Play Cognitive Modern Board and Card Games, It's Going», *Children*, 10(1492). <https://doi.org/10.3390/children10091492>.

Newzoo, *Global Games Market Report* (2025). Recuperado el 20 de enero de 2026 de https://investgame.net/wp-content/uploads/2025/09/2025_Newzoo_Free_Global_Games_Market_Report.pdf.

Noreña, David de; Muñoz, A.; Ezpeleta, D., y Latorre González, G. (2020), «Neurociencia cognitiva del juego: aspectos históricos y neurobiología de la toma de decisiones estratégicas», *Kranion* 4, vol. 15.

Observatorio del Juego y AIJU (2023), *Efectos de la falta de juego en la infancia*. Obtenido de <https://observatoriodeljuego.es/wp-content/uploads/2025/07/Claves-investigacion-dia-del-nino-2023.pdf>.

O'Connor, Mike (2025), «New Data: Excessive Screen Time Sparks a Digital Detox Movement. How Brands and Advertisers Can Seize the Moment», *NuVoodoo*, 27 de febrero de 2025. Recuperado el 20 de enero de 2026 de <https://nuvoodoo.com/2025/02/27/new-data-excessive-screen-time-sparks-a-digital-detox-movement-how-brands-and-advertisers-can-seize-the-moment/>.

- Pagano, E.; Paizanis, G.; Joniškis, P.; Danielson, N.; Smart, F.; Modi, S., y Anderson, H. (2025), *How Platforms Are Colliding and Why This Will Spark the Next Era of Growth*. Video Gaming Report 2026, BCG, 9 de diciembre de 2025. Recuperado el 20 de enero de 2026 de <https://www.bcg.com/publications/2025/video-gaming-report-2026-next-era-of-growth>
- Raver, C., y Blair, C. (2016), «Neuroscientific Insights: Attention, Working Memory, and Inhibitory Control», *The Future of Children*, 26(2), pp. 95-118. Obtenido de <https://www.jstor.org/stable/43940583>
- Ruff, H., y Rothbart, M. (2001), *Attention in early development: themes and variations*, Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195136326.001.0001>
- Salen, K., y Zimmerman, E. (2004), *Rules of Play. Game Design Fundamentals*. Cambridge, Massachusetts, The MIT Press.
- Schell, J. (2008), *The Art of Game Design: A book of lenses*, CRC Press.
- Sigma Dos/AEVI (2023), *Estudio sobre el consumo de videojuegos entre la población adulta española y en familia (que juega)*. Obtenido de <https://aevi.org.es/download/estudio-sobre-el-consumo-de-videojuegos-entre-la-poblacion-adulta-espanola-y-en-familia-que-juega>
- Sousa, M. (2021), «Mechanics or Mechanisms: defining differences in analog games to support game design», *2021 IEEE Conference on Games (CoG)*.
- Tones, J. (2025). «*Dungeons & Dragons* vive una etapa de éxito sin precedentes. Y el motivo está muy lejos de los orígenes del juego», *Xataka*, 15 de septiembre de 2025. Recuperado el 20 de enero de 2026 de <https://www.xataka.com/literatura-comics-y-juegos/dungeons-dragons-vive-etapa-exito-precedentes-motivo-esta-muy-lejos-origenes-juego>
- Unicef (2025), *Infancia, adolescencia y bienestar digital*. Obtenido de https://www.unicef.es/sites/unicef.es/files/communication/20251101_Informe_AlumnadoDigitalREC_print_VF.pdf
- Vita Barrull, N.; Estrada Plana, V.; March Llanes, J.; Guzmán, N.; Fernández Muñoz, C.; Ayesa, R., y Moya Higuera, J. (2023), «Board game-based intervention to improve executive functions and academic skills in rural schools: A randomized controlled trial», *Trends in Neuroscience and Education*, 33. <https://doi.org/10.1016/j.tine.2023.100216>
- Vuontela, V.; Carlson, S.; Troberg, A.-M.; Fontell, T.; Simola, P.; Saarinen, S., y Aronen, E. (2012), «Working memory, attention, inhibition, and their relation to adaptive functioning and behavioral/emotional symptoms in school-aged children», *Child Psychiatry & Human Development*, 44(1), pp. 105-122. <https://doi.org/10.1007/s10578-012-0313-2>
- Vygotski, Lev Semyonovich (1967), «Play and Its Role in the Mental Development of the Child», *Soviet Psychology* (5), pp. 6-18.
- Yoong, S.; Wu, V., y Jiang, Y. (2024), «Experiences of older adults participating in dance exergames: A systematic review and meta-synthesis», *International Journal of Nursing Studies*, 152. <https://doi.org/10.1016/j.ijnurstu.2024.104696>

Ludografía

1 2 3 *Bitmax*. Perepau Llistosella y Pak Gallego. GDM Games, 2023.

Age of Empires. [Windows, OS X] Ensemble Studios, 1997.

Among Us. [Varias plataformas] Innersloth, 2018.

Aventura de gemas. [Android] Japan Babybus Co., 2018.

Bee Alert. Reiner Knizia. Mercurio Distribuciones, 2012.

Bluey: el videojuego. [Varias plataformas] Artax Games, 2023.

Candy Crush Duel. René Groen. Cranio Creations, 2020.

Captain Toad: Treasure Tracker. [Nintendo Switch] Nintendo EAD Tokyo, 2018.

Colección Little. Nathalie Choux. Djeco, 2010-2023.

Día de perros: Cómic-juego. Stefano Tartarotti. Devir, 2025.

Disney Lorcana. David Iezzi y otros. Ravensburger, 2023.

Dobble Kids. Denis Blanchot y Jacques Cottureau. Asmodee, 2012.

Dungeons & Dragons. Gary Gygax. Wizards of the Coast, 1974.

En las cenizas. Pablo Aguilera. Devir, 2023.

First Orchard. Anneliese Farkaschovsky. HABA, 2009.

Foto Safari. Raf Peeters. SmartGames, 2023.

Hearthstone. [Windows, iOS, Android] Blizzard Entertainment, 2014.

Hitster. Marcus Carleson. Jumbo, 2022.

Hungry as a Bear. Eljan Reeden. HABA, 2014.

Ice Cool. Brian Gomez. SD Games, 2016.

Just Dance (serie). [Varias plataformas] Ubisoft, 2009-2026.

Kitchen Rush. Vangelis Bagiartakis y Dávid Turczi. Artipia Games, 2017.

Little Circuit. Nathalie Choux. Djeco, 2010.

Magic: The Gathering. Richard Garfield. Wizards of the Coast, 1993.

Marramiau. Guillem Coll. Buscalume Juegos, 2024.

Marvel Snap. [Windows, iOS, Android] Second Dinner, 2022.

Minecraft. [Varias plataformas] Mojang Studios, 2011.

Minecraft Explorers. Fiore GmbH. Ravensburger, 2024.

Minecraft: Story Mode. [Netflix] Telltale Games, 2019.

Mis primeros juegos. VVAA. HABA, 1997-2026.

Monza. Jürgen P. Grunau. HABA, 2000.

Pac Man. [Varias plataformas] Namco, 1980.

Panda Picnic. Peggy Brown. Ludilo, 2022.

Pantomime. HABA, 2003.

Pizza Goblin. Laurielle y Sergio S. Morán. Grafito Editorial, 2026.

Pokémon Trading Card Game. Takumi Akabane y Tsunekazu Ishihara. Devir, 1996.

Quarentena. Roberto Alhambra. TCG Factory, 2024.

Risk. Albert Lamorisse y Michael I. Levin. Parker Brothers, 1959.

Roboflex Create. Smartmax, 2022.

Rory's Story Cubes. Rory O'Connor. Asmodee, 2005.

Sesame Street Games (2025). Obtenido de <https://www.sesamestreet.org/games>

Snake. [Varias plataformas] Nokia Gameloft, 1976.

Sonic the Hedgehog. [Varias plataformas] Sonic Team, 1991-2023.

Speed Cups. Haim Shafir. AMIGO (Mercurio Distribuciones), 2013.

Super Mario Bros. [Nintendo] Nintendo EAD, Nintendo EPD, 1985-2023.

Super Mario Odyssey. [Nintendo Switch] Nintendo EPD, 2017.

The Werewolves of Miller's Hollow. Philippe des Pallières y Hervé Marly. Asmodee, 2001.

Toca Builders. [Android, Windows] Toca Boca AB, 2013.

Unicorn Glitterluck: Cloud Crystals. Kristin Mückel. HABA, 2014.

Videojuegos LEGO®. [Varias plataformas] Varias desarrolladoras, 1997-2025.

Virus! Domingo Cabrero, Carlos López y Santi Santisteban. Tranjis Games, 2015.

Wii Sports. [Wii] Nintendo EAD, 2006.

Wingspan. Elizabeth Hargrave. Stonemaier Games, 2019.

World of Warcraft. [Windows, OS X] Blizzard Entertainment, 2004.

NARRAR EN EL FLUJO: PLATAFORMAS, PERSONAJES Y MEDIACIÓN ALGORÍTMICA

JUAN APARICIO BELMONTE

Escritor, viñetista y creador de contenido, con una trayectoria consolidada en narrativa y guion.

Autor de diez novelas y colaborador habitual en prensa, tanto como viñetista —bajo el seudónimo Superantipático— como articulista.

Ha desarrollado y ampliado el personaje Superantipático en redes sociales, con un impacto notable en Instagram y TikTok (más de 200 000 seguidores en total).

Su trabajo combina humor negro, sátira social y una observación paródica de lo cotidiano.

Su último libro es la obra de teatro *Cuatro esquinas*, merecedora del premio El Espectáculo Teatral 2025 (Ediciones Irreverentes).

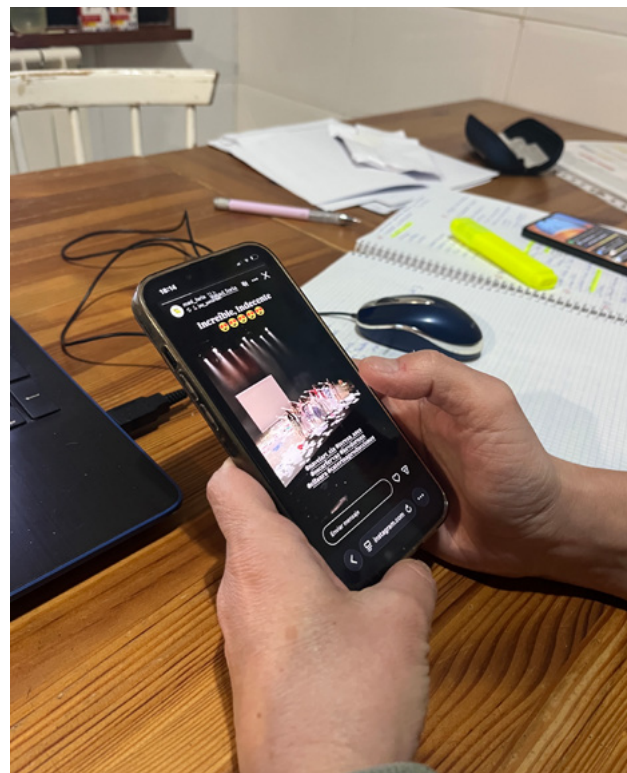
1. Introducción. El desplazamiento del espacio de la obra

Durante todo el siglo xx y buena parte del xxi —y aún hoy en la cabeza de muchos profesionales de la cultura—, la obra estuvo ligada a espacios relativamente estables. Existían lugares reconocibles donde se producía, se legitimaba y circulaba la cultura: editoriales, teatros, museos, universidades, medios de comunicación. La cultura no flotaba en el aire; se organizaba alrededor de instituciones que actuaban como mediadoras y garantes simbólicos. La cultura tenía domicilio, portero y, en ocasiones, guardia jurado a la entrada.

Una obra podía gustar o no, ser discutida, ignorada o incluso rechazada, pero rara vez se cuestionaba su condición de obra. Había un marco compartido que delimitaba qué entraba en el campo cultural y qué quedaba fuera.

Las redes sociales aparecen, precisamente, fuera de ese marco. No se presentan como espacios culturales ni reclaman serlo. Durante años han funcionado como otra cosa: una herramienta accesoria, útil para anunciar lo que sucedía en otra parte. Un apéndice promocional, ligero, casi decorativo. Llamarlas «cultura» parecía —y sigue pareciendo— una exageración, cuando no una provocación.

Ese recelo no ha desaparecido. Definir como cultura lo que ocurre en plataformas como Instagram o TikTok continúa siendo problemático. No porque en ellas no existan formas expresivas complejas, sino porque la palabra «cultura» arrastra una densidad histórica, institucional y simbólica que estas plataformas no han heredado ni sustituido. Equiparar sin matices un *reel* o una *story* a una obra literaria, teatral o plástica no solo resulta forzado, sino que tiende a confundir más de lo que aclara y, para muchos agentes culturales, puede resultar incluso ofensivo.



El *scroll* infinito: una versión intensificada del *zapping* que condiciona los nuevos hábitos culturales. Imagen: Juan Aparicio.

Ahora bien, admitir esta dificultad no implica negar lo evidente. En las redes sociales operan hoy técnicas narrativas, retóricas y performativas que forman parte central de la cultura popular contemporánea. No son improvisaciones ingenuas. Proceden de tradiciones artísticas previas: el humor, la dramaturgia, la serialidad, la construcción de personajes, el gag, la repetición, la viñeta —animada o no—. Lo que cambia no es la técnica, sino el entorno en el que se despliega.

Las plataformas no producen cultura en sentido clásico, pero funcionan como laboratorios activos de la cultura pop actual. No consagran obras ni fijan canon, pero generan códigos. No producen archivo estable, pero moldean hábitos narrativos y expectativas culturales, especialmente entre los más jóvenes.

El desplazamiento reciente no consiste en que las redes sustituyan a las instituciones culturales, sino en la aparición de un espacio paralelo que opera con reglas propias. Un espacio donde la

obra no aparece como algo cerrado, sino como algo que se va haciendo a la vista de todos; donde equivocarse y repetir no es un fallo, sino parte del sistema; y donde la relación con el público se construye en un presente casi continuo, basado en la exposición constante.

Este desplazamiento no afecta a todos por igual. Para algunos creadores, las redes siguen siendo un escaparate secundario. Para otros —especialmente dibujantes, viñetistas y humoristas— se han convertido en el principal lugar de ensayo, visibilidad y validación simbólica. Ignorar lo que ocurre en ellas ya no es una opción analítica razonable.

Las plataformas no producen cultura en sentido clásico, pero funcionan como laboratorios activos de la cultura pop actual.

Desde esta posición intermedia —ni entusiasta ni defensiva— se abordará en las páginas siguientes el tránsito desde la publicación fragmentaria al relato estructural en plataformas digitales, atendiendo a sus implicaciones narrativas, simbólicas y autorales, así como a los efectos que este desplazamiento introduce en la figura del creador contemporáneo.

2. Plataformas de brevedad: el medio como estructura narrativa

La conocida afirmación de Marshall McLuhan¹ —«el medio es el mensaje»— sigue siendo útil si se la entiende como una advertencia metodológica y no como un eslogan. El medio nunca es un soporte neutro: organiza la percepción, regula la atención y condiciona las formas posibles del relato. En las plataformas digitales, como en

¹ Marshall McLuhan, *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*, Barcelona, Paidós, 1996.

cualquier otro medio, esa estructura no acompaña al contenido: lo impone.

Instagram y TikTok están diseñadas para sostener un flujo continuo de estímulos. Alguien entendió que el *zapping* televisivo no era solo un hábito del espectador, sino también un modelo de negocio, y lo trasladó a internet. Eso son estas plataformas: una versión intensificada del *zapping*, una celebración de la velocidad, el impacto y la prisa frente a la pausa y la paciencia. Conviene matizar, no obstante, que también permiten formas breves de pensamiento: aforismos, observaciones rápidas, relatos mínimos e impulsivos.



Fotografía de Carlos Jairo.

En este contexto, la brevedad no es una elección estética, sino una condición estructural. El relato no se desarrolla: circula. Cada *reel* puede organizarse internamente según un esquema clásico de planteamiento, nudo y desenlace. El relato global, sin embargo, no progresa de ese modo, sino que se construye por acumulación de fragmentos autónomos, cada uno legible y eficaz por sí mismo, pero cuyo sentido narrativo se completa en el conjunto.

Captar la atención deja de ser una estrategia entre otras y se convierte en una condición de supervivencia para el creador. El contenido debe activarse de inmediato: el planteamiento no solo abre el relato, también funciona como gancho del espectador. No hay margen para preámbulos largos, contextualizaciones extensas ni desarrollos progresivos. Lo que no se entiende a la primera queda fuera del flujo o desaparece.

Esta exigencia tiende a simplificar las estructuras narrativas y reducir la ambigüedad. La complejidad no desaparece, pero se desplaza. Ya no reside principalmente en cada pieza individual, sino en la repetición. El sentido no se produce solo en un vídeo corto, sino en la persistencia: en la reiteración de gestos, tonos, situaciones y variaciones mínimas a lo largo del tiempo.

Dentro de este sistema destacan dos formatos con funciones distintas. El *reel* funciona como unidad de impacto y expansión: está pensado para atraer, gustar y circular más allá del círculo habitual de seguidores. La *story*, en cambio, cumple una función fundamentalmente relacional. No busca captar nuevos públicos, sino mantener el vínculo con los ya existentes. Opera como comentario, aclaración, apunte lateral o metarrelato del *reel*.

Lo relevante no es cada formato por separado, sino su articulación. Cuando ambos se integran en una práctica sostenida, aparece una lógica narrativa reconocible: el sentido ya no reside solo en la pieza aislada, sino que también depende de su posición dentro de una secuencia.

Las plataformas de brevedad no producen obras en sentido clásico, pero sí generan estructuras narrativas funcionales, basadas en la repetición y en la continuidad. Comprender este sistema no implica celebrarlo ni condenarlo, sino describirlo con precisión para entender qué tipo de relatos hace posibles —y cuáles deja fuera—.

3. Del fragmento al conjunto: cuando el relato aparece (y empieza el problema)

En un primer momento, los contenidos publicados en Instagram o TikTok se consumen como piezas independientes. Cada vídeo responde a una ocurrencia puntual, a una escena aislada o a una intuición momentánea. No hay proyecto narrativo ni voluntad explícita de continuidad. El objetivo es inmediato y limitado: captar atención, provocar reacción, circular.



Imagen: Juan Aparicio.

Cuando esta práctica se repite en el tiempo, el efecto cambia. El conjunto deja de percibirse como una simple suma de vídeos sueltos y surgen regularidades: tonos que se repiten, gestos reconocibles, situaciones similares. El espectador detecta patrones. Y donde hay patrón, aparece un relato elemental.

Ese relato no se organiza como una historia clásica ni avanza hacia un desenlace. No progresa: se acumula. Cada nueva pieza no hace avanzar nada, pero confirma una lógica previa. Lo que importa ya no es lo que ocurre, sino cómo ocurre. En ese proceso, el creador deja de ser solo alguien que publica vídeos y empieza a ser percibido como un personaje.

A partir de ahí, la recepción cambia. Cada nuevo contenido se interpreta a la luz de los anteriores. El presente se carga de pasado. Se generan

expectativas. El funcionamiento se parece al de las series de televisión: no se espera cualquier cosa, sino algo reconocible dentro de un camino ya trazado. Esa previsibilidad sostiene el interés, pero también lo condiciona.

Aquí aparece la tentación: dejarse llevar por la fórmula que ya ha demostrado su eficacia. El problema es que toda fórmula se agota. Lo que primero produce reconocimiento acaba generando inercia. El relato no desaparece, pero pierde tensión y vitalidad. Sigue ahí, reconocible, pero detenido.

Lo que importa ya no es lo que ocurre, sino cómo ocurre. En ese proceso, el creador deja de ser solo alguien que publica vídeos y empieza a ser percibido como un personaje.

Este modo de recepción no es universal. Parte del público consume los contenidos de forma episódica, sin memoria ni continuidad, guiada únicamente por el flujo algorítmico. Es en ese consumo disperso donde aparece con más frecuencia el rechazo hostil (el denominado, coloquialmente, *hate*): comentarios puntuales, descontextualizados y agresivos que buscan provocar una reacción inmediata. Su efecto, sin embargo, es limitado y fácilmente neutralizable dentro del propio sistema, mediante restricciones o bloqueos.



La hostilidad descontextualizada en redes como parte del ecosistema narrativo. Fotografía de Shamia Casiano.

Lo decisivo ocurre en otro lugar: en el núcleo de seguidores que recuerdan, comparan, esperan y difunden el contenido. Son ellos quienes convierten la repetición en relato y quienes, al mismo tiempo, fijan sus límites. El creador ya no responde a una pieza aislada, sino a un conjunto de expectativas acumuladas.

El relato, así, existe sin haber sido diseñado. Funciona sin estar escrito. Y precisamente por eso es inestable. Necesita continuidad para no desaparecer, pero variación para no agotarse. No puede detenerse, pero tampoco repetirse sin consecuencias.

No estamos ante una narración cerrada, sino ante un equilibrio precario: un relato que solo se mantiene vivo mientras avanza sin llegar nunca a cerrarse.

4. El personaje como centro narrativo y desplazamiento autoral

Cuando el relato fragmentado se estabiliza y empieza a generar expectativas, aparece casi de forma inevitable una figura reconocible. No surge por decisión previa ni por diseño consciente, sino como efecto acumulativo. El relato necesita un centro, y ese centro toma la forma de un personaje.

Como ocurre en narrativos clásicos —cine o literatura—, el personaje no coincide con la persona empírica del creador. Pero, en este contexto, rara vez se diseña de antemano. Surge por sedimentación. A fuerza de repetir gestos, tonos, obsesiones o modos de reacción, se configura una presencia reconocible. A veces incluso sorprende a quien la encarna y adquiere un grado de autonomía, hasta el punto de imponer su propia lógica. El público no necesita una definición explícita: aprende a reconocerla por repetición. Reconoce cómo habla, qué le irrita, qué le resulta cómico, cómo fracasa o qué cosas le entusiasman. En

ese reconocimiento se sostiene la continuidad del relato.

La función principal del personaje es mediadora. Permite traducir experiencias dispersas en una lógica narrativa coherente y, al mismo tiempo, introduce una distancia respecto a la persona real. Lo que se dice ya no se atribuye directamente a la persona real, sino a una figura que opera con reglas propias. La separación no es total, pero sí suficiente para generar un margen de ambigüedad: el personaje puede decir cosas que el autor quizá no diría —o no del mismo modo— fuera de ese marco.

Cuando el relato fragmentado se estabiliza y empieza a generar expectativas, aparece casi de forma inevitable una figura reconocible.

Ahora bien, a esta distancia —efectiva para quien produce el contenido— se suma un efecto característico del entorno digital: la dificultad, cuando no imposibilidad, de distinguir entre ficción, exageración performativa y experiencia vivida. En ausencia de un pacto ficcional explícito, una parte significativa del público consume los contenidos desde un régimen de veracidad por defecto. La continuidad de la exposición, el acceso reiterado a la aparente intimidad del autor y el registro cotidiano refuerzan esta lectura, de modo que incluso ficciones evidentes pueden interpretarse como relatos reales. No se trata tanto de credulidad ingenua. Se trata, más bien, de una forma de recepción inducida por la inmediatez del medio. El género que mejor se adapta a esta lógica —y, por ello, uno de los más exitosos— es la autoficción, en la que puede inscribirse buena parte del contenido ficcional en Instagram y TikTok.

Esta ambigüedad resulta productiva, pero introduce un desplazamiento relevante. A medida que el personaje se consolida, la expectativa del público empieza a organizarse en torno a su presencia más que en torno a una obra concreta. Lo que se sigue ya no es un proyecto creativo delimitado, sino una forma de estar en el mundo.

El relato se encarna en una figura reconocible, no en un objeto cultural cerrado.

Este desplazamiento no afecta a todos por igual. Quienes cuentan con legitimidad cultural consolidada o con una trayectoria previa fuera de las redes suelen utilizar estas plataformas como refuerzo accesorio. El personaje digital no sustituye a la obra ni redefine la identidad pública; actúa como prolongación comunicativa. La centralidad simbólica permanece fuera del entorno digital.

Cuando ese anclaje externo es débil o no existe, el eje del reconocimiento puede desplazarse por completo hacia el personaje digital. En ese caso, el personaje se convierte en el principal vector de visibilidad. El autor no deja de ser escritor, artista o actor, pero pasa a ser percibido ante todo como creador de contenido. No porque haya abandonado su práctica original, sino porque el espacio en el que se vuelve visible ya no es el de la obra, sino el del personaje sostenido en la plataforma.



La figura del escritor ante el reto de la brevedad y la dispersión digital. Fotografía de KoolShoters.

No se trata de una traición artística, sino de una metamorfosis mediática. La obra no desaparece, pero queda arrinconada por una lógica narrativa ajena a sus tiempos y condiciones. El personaje digital exige continuidad, presencia y reiteración; la obra no digital suele requerir silencio, discontinuidad y demora.

Nada de esto es intrínsecamente negativo. Pero sí introduce una reconfiguración del reconocimiento simbólico que conviene advertir. El personaje es una herramienta eficaz para sostener el relato, pero también un dispositivo de captura. Una vez consolidado, exige ser alimentado. Y lo que alimenta al personaje no siempre coincide con lo que fortalece la obra más allá de la plataforma.

5. *Reels* y *stories*: difusión algorítmica y vínculo selectivo

Dentro del ecosistema narrativo de las plataformas de brevedad, *reels* y *stories* cumplen funciones distintas y responden a lógicas no intercambiables. Aunque convivan en un mismo perfil, no son formatos equivalentes. Existen diferencias formales —entre ellas la duración—, pero el rasgo verdaderamente determinante es la lógica de circulación: el *reel* depende del algoritmo; la *story*, de una decisión activa del seguidor.

El *reel* constituye el núcleo del contenido visible y el principal motor de expansión del perfil. Es el formato que conecta al creador con el circuito algorítmico de recomendación. No se muestra solo a quienes ya lo siguen, sino que se distribuye progresivamente entre usuarios que la plataforma considera potencialmente interesados. Si la respuesta es positiva, el contenido sigue circulando; si no, se detiene. El *reel* funciona así como puerta de entrada: es el formato mediante el cual se captan nuevos seguidores y se amplía el alcance del relato.

Esta lógica de difusión explica también sus límites. A partir de cierta duración —en la

práctica, más de tres minutos—, el *reel* deja de expandirse más allá del círculo de seguidores ya existentes. No se trata de una conjetura, sino de una advertencia explícita formulada por responsables de la propia plataforma, como Adam Mosseri², CEO de Instagram, y aplicable también a TikTok. La expansión algorítmica exige brevedad, claridad y activación inmediata del interés. El *reel* no está pensado para desarrollar procesos largos, sino para condensar una situación, un conflicto o una idea reconocible que pueda consumirse sin contexto previo.



Adam Mosseri, CEO de Instagram, cuyas decisiones algorítmicas delimitan los márgenes de visibilidad de la obra. Imagen: Juan Aparicio.

La *story* opera bajo una lógica distinta. Su publicación es efímera —permanece visible veinticuatro horas— y su circulación no depende del algoritmo, sino de una decisión activa del seguidor, que reconoce visualmente la actualización mediante el anillo que rodea el icono del perfil y elige si acceder o no a ella. La *story* no busca nuevos públicos ni circula fuera de la comunidad ya existente. Es un formato dirigido casi exclusivamente a quienes ya han decidido seguir al creador.

Por esta razón, las *stories* funcionan como un espacio de relación más que de captación. No necesitan ser autónomas ni eficaces por sí mismas. Pueden ser fragmentarias, laterales o

² <https://www.youtube.com/watch?v=PGz1o3vLvck> (entrevista a Adam Mosseri).

incluso irrelevantes desde un punto de vista narrativo estricto. Su función no es producir impacto, sino sostener el vínculo: mantener la sensación de presencia, continuidad y familiaridad con el personaje, entendido ya como figura narrativa.

Desde una perspectiva narrativa, la *story* actúa como paratexto. Aporta comentarios, aclaraciones, rectificaciones o extensiones mínimas de lo ya mostrado en los *reels*. Es también el espacio de la metanarración: donde el creador explica, matiza o contextualiza su propio contenido, o incluso introduce fragmentos de su vida fuera de las redes, integrándolos en el relato. De este modo, refuerza la ilusión de cercanía.



Del autor al personaje: la construcción de una identidad digital que media con el público. Imagen: Juan Aparicio.

La relación entre ambos formatos es, por tanto, funcional y no estética. El *reel* produce expansión; la *story* produce cohesión. Un perfil que prescinde de *reels* difícilmente amplía su visibilidad y queda confinado a su comunidad inicial. Un perfil que prescinde de *stories* puede crecer y difundirse, pero tendrá más dificultades

para consolidar una relación duradera con sus seguidores.

Desde el punto de vista estructural, lo decisivo no es la calidad aislada de cada pieza, sino su distribución funcional. Cuando esta distribución se estabiliza, emerge una forma narrativa legible: una sucesión de episodios pensados para circular algorítmicamente, conectados por un tejido de comentarios, repeticiones y extensiones relacionales que sostienen a la comunidad existente y facilitan su ampliación.

6. Regímenes de contenido y economías de atención

En plataformas como Instagram o TikTok no hay una única lógica narrativa que explique qué funciona y qué no. Lo que se impone es la convivencia de distintos regímenes de contenido, cada uno con su propia economía de atención, sus patrones de repetición y su forma característica de atrapar al espectador. Las plataformas no los jerarquizan por su valor cultural, claro, sino por algo más simple y decisivo: su capacidad para sostener la atención de forma continuada y reconocible.

Dentro de este ecosistema heterogéneo, conviene distinguir entre regímenes orientados principalmente a la fascinación, la utilidad o la mejora personal, y aquellos que operan como formas culturales en sentido estricto, basadas en la construcción de relatos, personajes y criterios reconocibles. Ambos compiten en el mismo flujo de atención, pero no funcionan del mismo modo ni ofrecen la misma experiencia.

Las plataformas jerarquizan por la capacidad para sostener la atención de forma continuada y reconocible.

Uno de los regímenes más visibles es el de la fascinación visual, heredero directo del origen de Instagram como escaparate de imágenes. En él predominan cuerpos, espacios y estilos de vida

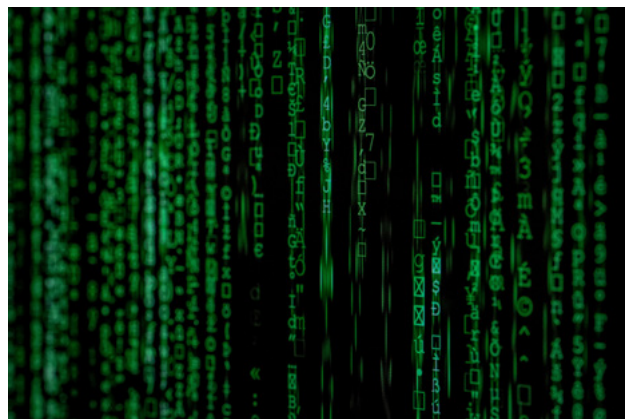
materialmente inalcanzables, presentados como espectáculo continuo. No generan identificación sostenida ni desarrollo narrativo, pero sí una forma elemental de relato basada en el exceso, la distancia y la repetición. No se trata de jerarquía simbólica, sino de exhibición material, sostenida por la intensidad visual y la reiteración.

Junto a este régimen aparece uno de los ejes culturales más relevantes del ecosistema digital: la autoficción humorística, basada en la construcción de personajes claros, exagerados y fácilmente reconocibles. El contenido adopta aquí la forma de gag, escena o situación reiterable. No busca mostrar una vida ideal ni desarrollar un conflicto complejo, sino producir reconocimiento inmediato y risa, unas veces mediante la autoparodia y otras mediante la parodia de los demás. Su eficacia no depende tanto de cada vídeo aislado como de la continuidad del personaje y de la reiteración de situaciones y rasgos que el público aprende a reconocer. En este régimen, el relato no se agota en la pieza breve, sino que se construye por acumulación y variación.

Otro régimen muy extendido es el de la autoayuda, que abarca desde el marketing personal y la productividad hasta el *coaching* emocional, la espiritualidad ligera o las formas de pensamiento mágico. En estos contenidos, las dificultades no se cuentan ni se ponen en cuestión, sino que se formulan como asuntos susceptibles de solución. Cada pieza promete una mejora parcial —claridad, bienestar, eficacia— sin clausura definitiva, lo que permite su serialización indefinida. No es casual que estos contenidos suelen remitir a cursos, asesorías o ámbitos de formación de pago. Los *reels* actúan aquí como herramientas de captación. Dentro de este mismo eje se sitúan también los contenidos de *fitness* y cuidado corporal, donde el cuerpo funciona como prueba visible del método y como motor narrativo mínimo: repetición, variación y expectativa de transformación.

A este conjunto se incorpora la divulgación personalizada de la actualidad —política, economía,

ciencia o historia—, donde cuestiones complejas se reducen a explicaciones breves, pensadas para circular en serie. Su autoridad no se basa en la exhaustividad ni en el rigor académico, sino en la claridad, la simplificación y la construcción de una figura explicadora reconocible, capaz de generar confianza y continuidad. Por esta razón, muchos medios optan por esta fórmula a través de rostros identificables.



La mediación algorítmica como estructura que organiza la percepción y el éxito de los contenidos. Imagen: Juan Aparicio.

Un ámbito especialmente exitoso es el de los contenidos prácticos de utilidad inmediata. Cocineros, manitas, artesanos o mecánicos domésticos muestran procedimientos concretos —recetas, arreglos, trucos— mediante vídeos breves. Aunque su apariencia sea funcional, estos contenidos no prescinden del relato: la competencia técnica se articula a través de un tono, unos gestos y una presencia reiterada que convierten la enseñanza en una forma mínima de narración. En muchos casos, el interés no está tanto en el resultado final como en la observación del trabajo mientras se hace, con su repetición, sus pequeños contratiempos y los códigos internos del oficio.

Por último, se perfila otro eje cultural relevante en las plataformas: la prescripción cultural personalizada, donde libros, películas, música o exposiciones se recomiendan desde filias y fobias explícitas. El creador no actúa como crítico neutral ni como experto académico, sino

como personaje con un gusto reconocible. La legitimidad no deriva del saber sistemático ni de la autoridad institucional, sino de la continuidad del criterio, de la estabilidad de la voz y de la confianza que genera en su comunidad.

Estos regímenes no se excluyen ni se ordenan jerárquicamente. Coexisten, se solapan y, en muchos casos, se combinan dentro de un mismo perfil. Todos comparten una condición común: su eficacia no depende de la complejidad del relato ni de la intensidad del conflicto, sino de la claridad de la propuesta, la repetibilidad de la fórmula y la rapidez con la que el espectador reconoce qué tipo de experiencia se le está ofreciendo.

El personaje persiste mientras sus rasgos siguen siendo reconocibles; cuando dejan de actualizarse, dejan también de ser recordados.

Las redes no constituyen un espacio narrativo homogéneo, sino un campo de economías de atención simultáneas, en el que las formas culturales compiten en condiciones estructuralmente desiguales con otros regímenes orientados a la fascinación inmediata, la utilidad o la mejora personal.

7. El límite temporal del relato fragmentado

El relato fragmentado que se construye en plataformas digitales tiene un límite estructural muy claro: depende de la recurrencia. A diferencia de una obra tradicional —que puede mantenerse en el tiempo gracias a su fijación material y a la posibilidad de ser releída o revisitada—, el relato en redes solo existe mientras se actualiza. No se conserva: se reactiva.

La continuidad no está garantizada por un archivo estable, sino por una comunidad que vuelve. El relato se sostiene mientras hay repetición y reconocimiento. Cuando esa recurrencia

se interrumpe, pierde consistencia y, con el tiempo, se disuelve en el flujo general de la plataforma.

La memoria que opera en este sistema no es exhaustiva ni cronológica. El seguidor no recuerda tanto episodios concretos como regularidades: un tono, una actitud, una forma de estar. La continuidad no se construye por acumulación lineal, sino por coherencia. El personaje persiste mientras sus rasgos siguen siendo reconocibles; cuando dejan de actualizarse, dejan también de ser recordados.

Esta memoria es, además, activa y selectiva. A través de comentarios, referencias implícitas y expectativas compartidas, la comunidad señala qué debe repetirse y qué puede variar. No escribe el contenido, pero delimita el marco dentro del cual el creador sigue siendo legible. La repetición no funciona aquí como una opción estética, sino como una condición de existencia.

A este proceso se suma la mediación técnica. Las métricas de visualización, retención e interacción convierten la recepción en datos. La respuesta del público deja de ser una impresión difusa y pasa a ser información cuantificable que orienta la producción futura. El creador sabe qué funciona, cuándo funciona y para quién funciona. El relato se regula así por un equilibrio inestable entre producción constante, reconocimiento comunitario y optimización algorítmica.

Este equilibrio tiene un coste. La exigencia de presencia continuada no afecta solo al ritmo de publicación, sino a la forma misma del contenido. La necesidad de mantener la legibilidad del personaje y de sostener la atención favorece la reiteración y penaliza el silencio, la discontinuidad y la demora. En este sistema, lo que no se actualiza tiende a desaparecer.

El relato en redes no fracasa cuando se contradice o se agota narrativamente, sino cuando deja de aparecer. Su límite no es interno, sino temporal. Y ese límite, más que un defecto

circunstancial, constituye una de las condiciones fundamentales del medio.

8. Algoritmo, mediación y escenarios de estabilidad precaria

El análisis precedente permite extraer una conclusión central: el relato fragmentado en plataformas digitales no está determinado únicamente por decisiones estéticas o narrativas de los creadores, sino por un entramado técnico y económico en el que el algoritmo desempeña un papel decisivo. Conviene, no obstante, evitar una caricatura del algoritmo como una entidad arbitraria o completamente ajena al comportamiento de los usuarios. En la mayoría de los casos, su función principal consiste en canalizar y amplificar preferencias ya existentes, organizando la visibilidad a partir de patrones efectivos de consumo.

El relato fragmentado en plataformas digitales está determinado por un entramado técnico y económico en el que el algoritmo desempeña un papel decisivo.

Esta mediación, sin embargo, no es neutra ni transparente. El algoritmo opera dentro de un marco empresarial concreto y responde a intereses estratégicos. Existen indicios persistentes —aunque no siempre verificables desde fuera— de modulaciones opacas del alcance, penalizaciones de visibilidad y ajustes que no dependen exclusivamente de la recepción espontánea del público. A ello se suma un hecho incontestable: la visibilidad puede comprarse. El pago por promoción introduce una asimetría estructural que demuestra que la circulación de contenidos no responde solo al gusto, sino también a decisiones comerciales.

Conviene añadir que la promoción pagada no garantiza un beneficio sostenido a largo plazo. Al forzar la circulación de un contenido más allá de su afinidad orgánica, el sistema puede exponerlo

a públicos no predispuestos y provocar respuestas defensivas o de rechazo similares a las que generan las formas de publicidad no solicitada. La visibilidad comprada no solo altera la distribución del contenido, sino también las condiciones de su recepción, y puede erosionar la relación entre creador y público. La promoción puede amplificar un relato, pero no construirlo.

El principal riesgo del sistema no reside, por tanto, en que el algoritmo sea intrínsecamente perverso, sino en su doble naturaleza: al mismo tiempo reflejo del consumo mayoritario y herramienta de intervención. Esta ambigüedad hace que cambios en la propiedad, en la regulación o en la orientación estratégica de una plataforma puedan modificar de manera sustancial el ecosistema de contenidos, como ya se ha observado en otros entornos digitales.³ Nada garantiza que los equilibrios actuales sean estables a medio plazo.

Desde este marco pueden esbozarse tres escenarios prospectivos.

- **Escenario pesimista:** intensificación del control y homogeneización. En un escenario negativo, el aumento de la presión económica, regulatoria o política conduciría a una mayor intervención algorítmica y a formas más restrictivas de gestión de la visibilidad. Bajo criterios de seguridad, rentabilidad o prevención del conflicto, el sistema favorecería contenidos fácilmente clasificables y altamente previsibles. La consecuencia sería una homogeneización progresiva del ecosistema, con predominio de fórmulas de éxito inmediato, fascinación superficial o discursos ideológicamente muy delimitados. Los contenidos ambiguos, experimentales o de desarrollo lento quedarían penalizados por su menor rendimiento inicial o por su dificultad para ajustarse a criterios estables de moderación.

³ https://blog.x.com/es_la/topics/company/2020/twitter-anuncia-su-nueva-politica-de-contenidos-multimedia-sinteticos

- **Escenario intermedio:** continuidad con opacidad funcional. Un escenario más probable supondría la continuidad del modelo actual, en el que el algoritmo seguiría combinando amplificación del gusto mayoritario con intervenciones puntuales poco transparentes. La promoción pagada coexistiría con una circulación orgánica suficiente para sostener comunidades y trayectorias reconocibles. El creador seguiría dependiendo del rendimiento inmediato de cada publicación y de una adaptación constante a las reglas del sistema, aunque podría mantener una presencia reconocible mientras esas condiciones se sostuvieran. La opacidad no desaparecería, pero se asumiría como una condición estructural de la plataforma.
- **Escenario favorable:** mediación más transparente y diversificación de criterios. En un escenario optimista, las plataformas avanzarían hacia una mayor claridad en los criterios de visibilidad y una diversificación de los factores que intervienen en la difusión de contenidos. La duración dejaría de operar como penalización automática, y los productos más largos podrían circular sin quedar relegados desde el inicio. Este escenario reduciría la dependencia del impacto inmediato y otorgaría mayor peso a la coherencia del proyecto, a la calidad global del contenido y a su capacidad para sostener comunidades estables. La promoción pagada no desaparecería, pero se integraría en un ecosistema más legible.

A partir de aquí, conviene extraer una consecuencia práctica que suele pasarse por alto. El futuro del relato fragmentado no depende de una oposición simple entre libertad creativa y control algorítmico. El algoritmo no decide qué debe gustar ni crea una demanda artificial desde cero. Su función es otra: ordenar preferencias ya existentes, darles visibilidad y orientar su circulación. Esa mediación, aparentemente técnica, tiene efectos culturales concretos. Comprender cómo opera —y trabajar dentro de sus límites sin quedar absorbido por ellos— solo es posible desde la práctica sostenida del medio, y aun así siempre persistirá un margen de opacidad. Tampoco la prensa, la radio, la televisión o el propio sistema editorial han sido nunca completamente transparentes en sus criterios de selección, legitimación y visibilidad.

Lo decisivo es asumir que las plataformas digitales no son meros canales de difusión, sino medios con producción propia, dotados de reglas, formatos y lenguajes específicos. Del mismo modo que la radio, la televisión, la prensa o el mundo editorial no funcionan sin profesionales que conocen su lógica interna, las redes sociales han generado un ecosistema propio que no se atraviesa desde fuera y que exige conocimientos y especialistas capaces de operar dentro de él. Ignorar esta especificidad no es una posición crítica, sino una forma segura de irrelevancia.

STOP KILLING GAMES. CONSERVACIÓN Y DERECHO DEL CONSUMIDOR VS. PROPIEDAD INTELECTUAL Y PROTECCIÓN INDUSTRIAL

DARÍO LÓPEZ RINCÓN

Licenciado en Derecho por la Universidad de Valladolid y Máster en Derecho de las Telecomunicaciones, Protección de Datos, Audiovisual y Sociedad de la Información por la Universidad Carlos III de Madrid. Jurista especializado en protección de datos, es coautor de *Ludum Lex: los secretos del derecho aplicado a los videojuegos* y ha sido premio de Investigación en Protección de Datos de la Agencia Vasca de Protección de Datos (AVPD) 2021, accésit 2020 y premio 2024 de Investigación Emilio Aced de la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), todos ellos por estudios de la aplicación de la protección de datos al ámbito de los videojuegos.

1. Contexto de la problemática de la conservación de videojuegos

La industria de los videojuegos, aunque ya se considere por el gran público uno de los grandes sectores económicos tradicionales del mundo actual, no tiene el mismo arraigo regulatorio que otros previos al auge y consolidación de internet. El gran corpus normativo está más pensado para ajustarse a esta realidad previa imperante en el momento en que fue regulado que a la actual, con toda la problemática digital que complica la operativa de derechos y garantías en el mundo digital.

Esta situación de realidad adelantada a la normativa es el día a día de la industria de los videojuegos. Es un sector con tendencia natural al desarrollo acelerado de la tecnología como vector de venta, y a los modelos de negocio cada vez más soportados en nube, aplicaciones propietarias (*launchers*) y juego en remoto para la eficiencia, control del jugador y ahorro de costes.

Actualmente, no existe normativa europea específica enfocada en regular concretamente los videojuegos. No obstante, se encuentra tras la fase de consulta pública¹ un nuevo reglamento europeo que puede tener efectos directos sobre los mismos. Especialmente, en lo que se refiere a la protección del jugador como consumidor y en

¹ Como documentación de consulta adicional sobre el estado de la regulación de videojuegos, acciones de investigación y propuestas sobre este Digital Fairness Act con referencia a videojuegos, puede consultarse el estudio de la CE «Understanding the value of a European video games society», de 2023 (<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/075b8b-be-6bd5-11ee-9220-01aa75ed71a1/language-en>); la investigación contra Entertainment AB en el juego *Star Stable Online*; (https://ec.europa.eu/commission/presscorner/api/files/document/print/es/ip_25_831/IP_25_831_ES.pdf); y el documento de opinión del BEUC sobre el Digital Fairness Act (https://www.beuc.eu/sites/default/files/publications/BEUC-X-2025-110_Towards_the_Digital_Fairness_Act.pdf).

la verificación de edad para evitar que los menores accedan a contenido indebido: el Reglamento de Equidad Digital, más conocido como Digital Fairness Act.

El ejemplo más paradigmático de esta falta de regulación específica es la existencia del concepto doctrinal de «obra multimedia o compleja», como forma oficiosa de referirse a cualquier obra que combine varios de los tipos de obras listados en la normativa de propiedad intelectual: las bases de datos, las páginas web o los propios videojuegos.

Es indudable que el videojuego es una obra protegida por la normativa de propiedad intelectual al cumplir con los requisitos legales de la Ley de Propiedad Intelectual,² pero esta falta de concreción en una normativa más pensada para un ámbito físico y de obras más tradicionales da lugar a litigiosidad y a una problemática que se va perfilando en función de resoluciones judiciales.

Esto se ha puesto de manifiesto en la problemática de si se puede obligar a renunciar al derecho de devolución en la compra digital de un juego, o si procede aplicar el derecho de reventa en plataformas o *launchers* del estilo Steam o Epic Games (resuelto a nivel jurisprudencial); pero entre todos los distintos elementos de debate, judicialización y vacío legal, nos encontramos con el relativo a la conservación del videojuego tras su «vida comercial» como el de mayor preocupación y denuncia por los jugadores. Especialmente por la imposibilidad del acceso legal al mismo tras la expiración de la vida comercial determinada por su editora o el titular de sus derechos.

² Artículo 10.1: «Son objeto de propiedad intelectual todas las creaciones originales literarias, artísticas o científicas expresadas por cualquier medio o soporte, tangible o intangible, actualmente conocido o que se invente en el futuro».

Dentro de este concepto de conservación del videojuego, se pueden establecer dos elementos principales:

- **Preservación en sentido estricto:** la pervivencia del juego como obra para la posteridad, a través de la custodia de una copia del mismo en instituciones creadas para esta función. Este punto es el único que se encuentra regulado, al menos a nivel español desde hace tres años. La modificación realizada en la Ley de Depósito Legal³ permite de manera expresa que el videojuego sea uno de los tipos de obras que entren en custodia para preservación en el depósito de la Biblioteca Nacional.
- **Acceso al videojuego tras su vida comercial:** la posibilidad de poder seguir jugando a ese videojuego tras su vida comercial, con la situación no regulada de que la editora puede decidir de manera autónoma si permite algún tipo de acceso o si lo impide.

Este último elemento de acceso o imposibilidad de juego es el objeto de debate legal actual por la iniciativa Stop Killing Games, y el tema del presente artículo. El núcleo legal de esta situación de conflicto parte de la regulación vigente de la propiedad intelectual y el ejercicio de los derechos de explotación económica de la obra que tiene conferidos el titular de la misma.

Es este ejercicio de estos derechos que posee el titular (generalmente, la editora del juego) el que permite determinar a

nivel real cuándo, cómo, por qué y quién puede comercializar el videojuego y los productos relacionados o basados en él, o hasta cuándo se mantienen en el mercado. La propia conceptualización de la propiedad intelectual determina el disfrute pacífico y exclusivo de estos derechos, durante el tiempo marcado hasta su conversión en obra de dominio público⁴ y respetando los límites establecidos en la normativa.

A esta situación se añade la decisión empresarial de eliminar cualquier tipo de acceso legal al videojuego, en atención a un posible relanzamiento con distintos cambios o en plataformas en las que anteriormente no estuviera disponible. Por ejemplo, los conocidos *remakes*, *remastered*, o lanzamientos paquetizados de aniversario o por cualquier otra razón justificable. En cualquiera de sus dos modalidades principales de consumo:

- **Imposibilidad de adquisición legal de copias del videojuego:** retirada completa de copias físicas y digitales en cualquier plataforma que fuera compatible con alguna de las versiones en las que se comercializó (conocido coloquialmente como *delisting*). Dada la multiplicidad de licencias y actores cruzados en un videojuego actual, esta retirada puede venir sobrevenida por la no renovación de licencias, rescisión del contrato o fin de actividad de alguna de las entidades de la cadena de derechos.⁵

³ Por la Ley 8/2022, de 4 de mayo, que modificó la propia Ley 23/2011, de 29 de julio, de Depósito Legal en diversos artículos. Especialmente en su 4.3, para incorporar el videojuego en el listado de obras objeto de depósito: «El depósito legal comprenderá los siguientes tipos de publicaciones y recursos, o la combinación de varios de ellos formando una unidad». Apartado n: «Videojuegos, que incluirán todos los contenidos digitales, excluyendo los objetos tridimensionales».

⁴ Supuesto adicional de conflicto por las variaciones en la normativa aplicable del país, así como por complejidades adicionales de obras fragmentadas o con diversos autores. Por ejemplo, la problemática de la obra de Lovecraft.

⁵ Como el conocido caso de la desarrolladora Telltale Games, que supuso la retirada del mercado del catálogo de juegos de corte narrativo que comercializaba. O bien, el hecho de que la cadena se rompa por la negativa o falta de interés del nuevo titular de los derechos tras su adquisición en subasta por liquidación de activos (caso de la editora THQ o de la española Tequila Works el año pasado).

- **Imposibilidad de uso de copias originales en sistemas actuales de juego:** falta de adaptación necesaria para que los sistemas operativos y consolas actuales puedan ejecutar correctamente el videojuego. Unido a la eliminación casi completa de unidades de lector de disco, especialmente en ordenador, la limitación a mayor coste en versiones de consola y la problemática de la disparidad de formatos de almacenamiento y lectura en los que se comercializaron los juegos (cartuchos o formatos propios de consolas antiguas, disquetes o CD-ROM, entre otros).

Esta problemática se puede ejemplificar en multitud de juegos antiguos, pero cabe destacar el más reciente *The Crew*, con el que se inició precisamente la iniciativa Stop Killing Games. Este juego fue considerado un punto de inflexión, al ser retirado del mercado y desactivados sus servidores no mucho tiempo después de la constatación de su fracaso comercial.

Ante esta situación, los jugadores y la comunidad de desarrolladores especializados en modificaciones no oficiales o *mods* han actuado de varias maneras:

- **Uso de emuladores:** creación de programas no oficiales que permitan la reproducción del juego, así como modificaciones más o menos extensas que puedan afectar a su funcionamiento, estabilidad o posibles funcionalidades, pero con el inconveniente de no tener respaldo ni autorización del titular de los derechos.

Esta actuación suele incluir la modificación y distribución no autorizada del propio videojuego o catálogos de ellos que se hayan adaptado para su funcionamiento con esta solución específica. Un ejemplo pueden ser las múltiples reclamaciones de Nintendo frente a todo desarrollador o empresa que comercialice cualquier cartucho de sus

juegos en consolas antiguas,⁶ así como juegos en directo o en diferido subidos a plataformas de compartición de contenido sin autorización para esta comunicación pública que implica la visualización del vídeo de su juego. Asimismo, todo el conjunto de demandas de múltiples editoras frente a los comercializadores de todo tipo de emuladores.

- **Concienciación y actuación regulatoria:** la propia iniciativa Stop Killing Games, objeto aquí de comentario y análisis, y las previas que otras entidades en defensa de los jugadores han ido realizando con anterioridad: la petición a la oficina federal de derechos de autor estadounidense, desde la Electronic Frontier Foundation, para exceptuar de la DMCA (normativa de propiedad intelectual estadounidense) el caso de emulación para presentación tras cierre de servidores, o la actuación en pro de la preservación que se realiza desde la Video Game History Foundation (VGHF). Esta última despliega actuaciones en preservación física de títulos, código fuente o restauración.



Captura compartida por la propia VGHF para ilustrar el estado actual de su área de preservación sobre obra escrita sobre videojuegos. Especialmente, todo el segmento de revistas de prensa especializadas. Fuente: <https://gamehistory.org/>. © 2025 Video Game History Foundation, Inc.

⁶ No necesariamente limitado a consolas fuera de vida útil, como demuestra la demanda en 2024, y posterior acuerdo extrajudicial por 2,4 millones de euros, entre la comercializadora de la solución de emulación ilegal de Switch Yuzu y la propia Nintendo.

Por la posible aplicación analógica, cabe destacar dos de las actuaciones paralelas con posible incidencia en este ámbito:

- **Modo offline:** distintos intentos de que se garantice el modo sin conexión a los servidores o sistemas de la editora. Por ejemplo, la denuncia en 2025 contra Ubisoft por parte de la entidad European Center for Digital Rights-NOYB (https://noyb.eu/sites/default/files/2025-04/Ubisoft_complaint_EN_redacted.pdf), en torno a la protección de datos ante la imposibilidad del juego no online en casos en los que no es necesario (el tratamiento de datos personal que conllevaría no estaría adecuadamente legitimado «por necesidad contractual» en casos de juego sin funcionalidades online).
- **Obsolescencia programada:** las distintas sanciones a entidades de ámbito tecnológico por el empleo de medidas premeditadas de inaplicación de actualizaciones de seguridad, compatibilidad o reparabilidad de sus dispositivos o su software para forzar la adquisición de nuevas versiones. Por ejemplo, las más conocidas que se han impuesto por ralentización de dispositivos antiguos a Apple en Estados Unidos por 113 millones de dólares (acuerdo extrajudicial), o por autoridades nacionales de competencia por importe de entre 10 (Italia) a 25 (Francia) millones de euros.

2. Stop Killing Games: proceso de iniciativa ciudadana europea, contenido y estado actual

La gran promesa y el movimiento actual en pro de conseguir una regulación sobre la conservación en estado funcional del videojuego es la acción ante la Comisión Europea promovida por la iniciativa o movimiento Stop Killing Games (<https://www.stopkillinggames.com/faq>), llevado a cabo como iniciativa ciudadana europea, es decir, a través del mecanismo previsto para

que cualquier grupo de ciudadanos o entidad que no tenga personalidad jurídica⁷ pueda solicitar a la Comisión Europea legislar sobre una materia. Como no se trataría de una modificación de normativa europea ya existente, no se habría realizado por la vía paralela de la «petición» ante el Parlamento Europeo.

La iniciativa Stop Killing Games busca conseguir una regulación sobre la conservación en estado funcional del videojuego ante la Comisión Europea.



Logotipo oficial de la iniciativa Stop Killing Games, que representa la misma idea de destrucción del videojuego que le da nombre, así como el componente de afección a juegos antiguos en base a la silueta modificada de un mando de la consola Super Nintendo (SNES). Fuente: <https://www.stopkillinggames.com/>. © Stop Killing Games.

Es relevante mencionar que, como consecuencia de la capacidad de movilización de la iniciativa Stop Killing Games, se ha producido un envío masivo de alegaciones generales sobre el futuro Digital Fairness Act, aprovechando la apertura del proceso de consulta pública del mismo. Aunque pudiera entenderse como una vía alternativa de regulación, la gran mayoría de las peticiones responden a una acción coordinada de protesta

⁷ A fin de permitir que puedan acudir a este mecanismo varios ciudadanos europeos coordinados, sin necesidad de constituir una fundación o asociación, o ser representantes de una empresa. Precisamente, Stop Killing Games es una estructura que carece de personalidad jurídica.

sin verdadera propuesta con formato, estructura y profundidad técnica.

Estos mecanismos están sometidos a una serie de requisitos, lo que tiene su relevancia a efectos del amplio margen que se concede a la Comisión Europea:

- **Grupo de organizadores** de al menos siete ciudadanos europeos mayores de edad residentes en otros tantos Estados miembros de la UE.
- **Registro de la iniciativa con encaje en el artículo del TUE o TFUE** por considerarlo relevante o vulnerado, y justificación de ser competencia de la Comisión Europea.
- **Mínimo de firmas y umbrales:** el punto principal es la recogida de un mínimo de un millón de firmas de ciudadanos europeos, igualmente residentes en al menos siete Estados diferentes, con un umbral mínimo en cada uno de ellos, que varía en función de su población. Todo ello en un plazo máximo de un año desde la apertura a firma.
- **Libertad de actuación de la Comisión:** la Comisión Europea únicamente tiene la obligación de cumplir con este procedimiento y de valorar la propuesta presentada, pero no de asumirla o proponer alternativas a la misma.

Tras superar el mínimo del millón de firmas (1 448 270), la iniciativa se encuentra actualmente en proceso de verificación de las mismas y de superación de umbrales, tal y como indican sus promotores en redes (actualización de octubre de 2025). De manera paralela, declaran estar intentando contactar con europarlamentarios y otros actores relevantes en la esfera de la Unión Europea.

Esta iniciativa no propone una redacción o propuesta legal de modificación de la normativa actual, sino que pide a la Comisión que incorpore,

como mejor considere, la obligación de que las editoras dejen el videojuego en estado funcional y jugable tras el momento en que decidan acabar con su vida comercial. Haciendo hincapié en que

- no se imponga el coste económico o carga que implique dejarlo en ese estado a las editoras; y
- se establezca un régimen sancionador que permita que esa obligación sea real. Este elemento, que solo destacan a nivel de su página web, y no de la propia iniciativa, también es la contrapartida legal automática de regular una determinada obligación para un sujeto.

Esta iniciativa quiere que se obligue a las editoras a dejar el videojuego en estado funcional y jugable tras el momento en que decidan acabar con su vida comercial.

Frente a esta iniciativa, la asociación europea Video Games Europe (anteriormente conocida como ISFE), que representa a las editoras y distribuidoras a nivel europeo, emitió un comunicado de postura inicial al respecto (<https://www.videogameseurope.eu/wp-content/uploads/2025/11/VGE-Position-Discontinuation-of-Support-to-Online-Games-04072025.pdf>).

Este comunicado, centrado en el juego de corte online/multijugador, además de advertir de la problemática económica que les podrían suponer los posibles cambios, destaca parte de los elementos de conflicto o adaptación normativa que se intentarán comentar en el apartado siguiente: la limitación que establecería sobre los derechos del titular, el posible riesgo de vulneración del código u otros elementos de propiedad intelectual por falta de medios o problemas de seguridad en servidores de la comunidad, o la posibilidad de responsabilidad indirecta en materia de normativa de consumidores y usuarios.

3. Análisis desde consumidores y usuarios y propiedad intelectual de lo que pide Stop Killing Games

Esta petición a la Comisión Europea de regulación de esta preservación con acceso efectivo al juego tras el fin de su vida comercial, implicaría importantes cambios en la normativa de propiedad intelectual y de protección del consumidor.

Desde la normativa de propiedad intelectual

Actualmente, los límites en el ejercicio de los derechos de explotación económica que tiene el titular de cada videojuego se circunscriben a los siguientes, de conformidad a la Ley de Propiedad Intelectual española (sobre la base de la directiva europea que impone un conjunto de elementos mínimos que se deben trasladar al derecho nacional):

- Los límites temporales determinados por la vida del autor y hasta los setenta años tras su fallecimiento para el control y decisión exclusiva en el mercado de la obra (derechos de explotación), como regla general (artículos 26 a 30). El hecho de que el videojuego sea una de las obras complejas mencionadas en la introducción dificulta más este punto, que normativamente se pensó para un único autor de obra literaria. Aquí se desplegarían autores de múltiples áreas de los que se debe probar la cesión legal de los derechos de su «parcela»: desarrolladores, artistas, programadores, editores, *testers* o guionistas, entre otros.
- El cumplimiento de los derechos morales de los autores, de los que nunca se les puede desposeer (artículo 14),⁸ como parte

⁸ En los videojuegos se suele cumplir con el derecho principal de esta categoría de morales (reconocimiento de autoría) a través de los llamados

ineludible del cumplimiento de la normativa y del contenido tasado del contrato de cesión de los derechos de explotación mencionados (artículo 42 y siguientes). Sin perjuicio de la especialidad que regula esta ley de la transmisión automática, salvo que se indique lo contrario, de los derechos de la obra realizada como parte del trabajo por cuenta ajena.

- Los límites o excepciones que la normativa estipula para no requerir autorización del titular de los derechos, que, como ya se ha comentado anteriormente, será de manera habitual la editora. Entre otros, los estipulados en los artículos 31 a 40: reproducción de obras situadas permanentemente en la vía pública, o bien con fines educativos y de investigación, copia privada, cita en prensa o parodia, etc.

El comentario se centra en el videojuego, pero si no se considerara establecer una excepción limitada a los mismos, esta modificación necesaria de los límites de derechos de explotación se aplicaría a cualquier obra que cumpliera los requisitos para ser legamente considerada como tal. Teniendo en cuenta que se intentaría centrar en el videojuego para no distorsionar legalmente otros sectores, deberían tenerse en cuenta los siguientes elementos de posible adaptación o conflicto:

- Incorporar como restricción adicional a este plazo de duración de los derechos comentados uno concreto, o por determinar caso a caso, en el que se debería dejar la obra a disposición sin ánimo de lucro o desarrollo en ningún sentido.

«créditos» mostrados al final del mismo. No obstante, no se encuentra exento de problemática, por casos publicados en los que este derecho no se realizaba o se sometía a reglas alegales de participación en porcentaje de desarrollo.

- A juego con lo anterior, ajustar un límite en la parte de derechos morales del autor, a fin de que no pudiera evitar este fin de preservación. Por ejemplo, mediante el uso de su derecho a retirar del mercado la obra.
- Incorporar como límite o excepción nueva a los ya dispuestos en el artículo 31 y siguientes este caso concreto de preservación con acceso sin ánimo de lucro ni desarrollo.
- Previsión de responsabilidad por parte de la entidad o las personas que se hagan cargo de la preservación, a fin de establecer obligaciones concretas de control y no vulneración de los derechos de propiedad intelectual enlazados en el propio videojuego. Asimismo, a nivel de reflejo sancionador por la posible incorporación de sanción administrativa o delito específico para garantizar el cumplimiento real.
- Previsión de la posible compensación a la editora titular por esta restricción extraordinaria de sus derechos, dentro del apartado de compensación por copia privada ya existente.
- Previsión de la situación de los derechos de terceros que confluyan en el videojuego, como consecuencia del uso de software, licencias o servicios de terceros o piezas musicales. Por ejemplo, la posible compensación si se decidiera obligar a estos terceros a que permitan este uso limitado, la alternativa de que se generara una versión del videojuego sin los elementos de estos terceros que no autorizaran, o la previsión de la asunción del coste que supondría la modificación.

De manera adicional, se podría plantear la incorporación del videojuego como uno de los tipos de obras recogidos en el listado orientativo que la ley incorpora, a fin de aprovechar esta reforma legislativa para dotarlo de verdadero encaje normativo.

Asimismo, se apunta la posibilidad de regulación de la actuación del *modding* o modificación del videojuego para implementar mejoras o cambios sobre la base jugable, siempre respetando el mismo límite de que fuera sin ánimo de lucro. Este fenómeno se suele dar de manera natural en juegos actuales y antiguos como forma de seguir generando interés en los propios jugadores con ese exclusivo fin de crear comunidad, pero implica a efectos legales la transformación de la obra/videojuego sin contar con la debida autorización del titular/editora.

Se apunta la posibilidad de regulación del modding para implementar mejoras o cambios sobre la base jugable, siempre respetando el mismo límite de que sea sin ánimo de lucro.

Desde la normativa de consumidores y usuarios

El propio videojuego, como producto y servicio que es, se ve afectado por la normativa de consumidores y usuarios, así como por la normativa aplicable al elemento digital que es en parte: sociedad de la información, o de ámbito digital o internet. Al igual que el punto anterior sobre normativa de propiedad intelectual, se trataría de regulación a nivel europeo, con traslado nacional en base a dos normas concretas principales en España: Ley General de Consumidores y Usuarios (en adelante, LGCU), y Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico (en adelante, LSSICE).

Esta afectación por la normativa de consumidores implica un completo escenario de responsabilidad de las editoras y otras entidades, a fin de garantizar los derechos del jugador como consumidor o usuario final. Dentro del concepto amplio de producto y los matices de fabricante, proveedor o importador (artículos 5 a 7 sobre esta figura de la LGCU), se deben entender incluidos la editora, el estudio, el conjunto de empresas de motores gráficos o

cualquier tecnología que acaben siendo parte de la «fabricación del mismo», la distribuidora, o las plataformas de venta, entre otras.

A nivel general, se podría destacar el siguiente escenario actual de obligaciones y responsabilidad objeto de valoración para el posible encaje legal de la propuesta de preservación pretendida:

- **Responsabilidad en cascada:** desde el punto de vista de protección del consumidor, se entrecruzan distintas acciones que el jugador puede ejercer: desde el vendedor como parte más cercana, hasta los propios fabricantes o productos. Aunque desde el concepto legal comentado se debiera incluir a todos los anteriores, la figura principal de responsabilidad seguirá siendo la editora: responsable por veracidad del producto sobre la información dada en el momento de la compra; así como por la sustitución debida a defecto o problema de ejecución,⁹ rebaja proporcional del precio, daños y perjuicios, producto defectuoso, información a nivel contractual, información de riesgos derivados del uso del productos (fotosensibilidad, que sería el más habitual en videojuegos) o etiquetado, entre otros.
- **Responsabilidad posventa:** el punto que puede tener más incidencia en este ámbito es el conjunto de obligaciones y responsabilidades en torno a cualquier producto lanzado al mercado. La garantía legal de dos años, que, por modificación de la normativa española, se concretaría en tres, así como el servicio posventa, o todo el sistema de recepción, gestión, respuesta y

satisfacción ante posibles reclamaciones de los jugadores.

Teniendo presentes todos estos elementos, enfocados en garantizar que el jugador tenga en todo momento una serie de derechos, se considera que debería ajustarse la actual normativa en los siguientes términos:

- Crear un sistema reducido de obligaciones y, en su caso, de derechos ejercitables por los jugadores, en atención a que el videojuego ya no se encuentra en el mercado. La opción alternativa de establecer una excepción de responsabilidad en videojuegos disponibles en esta modalidad fuera de mercado se considera menos recomendable, por implicar una quiebra legal de la protección del consumidor incluida en la normativa actual.
- A juego con lo anterior, posibles obligaciones de constitución como sociedad o entidad legal establecida, a fin de que la comunidad o entidad que se haga cargo responda realmente ante posibles reclamaciones de jugadores. Asimismo, la previsión legal de que la editora, distribuidora o entidad titular de los derechos tenga una responsabilidad limitada desde el momento concreto en que se retirara del mercado el videojuego.
- Obligación de desactivación de cualquier modalidad de micropago, contenido monetizado, o sometido a cualquier posible acceso a sistemas o cuenta previos de la editora, a fin de reducir posibles vulneraciones en la compra, devolución o reclamación por cualquier forma de monetización o micropago adquirido.

4. Otras iniciativas

Desde el lado empresarial de la industria, determinados actores están intentando capitalizar ese

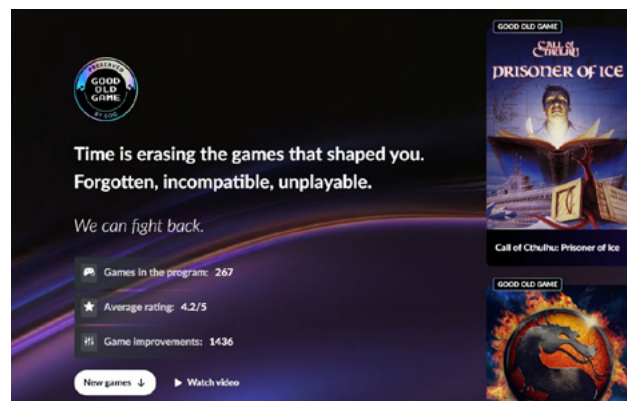
⁹ Actualmente se ven determinadas prácticas no reflejadas a nivel legal en la exigencia de que no se sobrepasen determinadas horas de juego como requisito para la devolución. Sin perjuicio de la posibilidad de renuncia informada del derecho de desistimiento o devolución de quince días, que sí tendría amparo legal por directiva europea y lo dispuesto en el artículo 103.a de la LGCU.

descontento o nicho de mercado de jugadores que quieren acceder a juegos originales sin más cambios que su adaptación para permitir su ejecución en sistemas actuales. En este interés, acaban actuando como la alternativa viable actual de acceso a determinados videojuegos de manera legal y de probado funcionamiento en sistemas actuales.

De todos los existentes, cabe destacar el catálogo The GoG Preservation Program, creado por la gran editora europea CD Projekt Red dentro de su plataforma de venta digital de videojuegos del mismo nombre. Lejos de ser más o menos destacable por constituir una iniciativa empresarial con interés netamente económico, lo relevante es su conceptualización legal:

- Comprobación previa de titulares de derechos sobre el videojuego que se pretende incorporar, a fin de poder obtener la debida autorización que exige la normativa de propiedad intelectual para poder modificar lo necesario el juego y distribuirlo.¹⁰
- En aplicación de la estrategia comercial de la compañía, la no implantación de sistemas de Digital Rights Management (DRM) para comprobar en todo momento el acceso legal al videojuego.¹¹ Esta decisión consciente de no hacer uso de medidas de protección tecnológica de la obra amparadas por los artículos 196, 197 y 198 de la Ley de Propiedad Intelectual permitiría la posibilidad de

copia privada y funcionamiento del juego fuera del ecosistema de GoG.



Captura de la página web de GoG, en la que se muestra la problemática de la pérdida de acceso como principal reclamo comercial. Fuente: <https://www.gog.com/en/gog-preservation-program> © GOG sp. z o.o

Este último punto siempre ha sido otro de los grandes debates con trasfondo legal de la industria de los videojuegos, pero en 2025 ha cobrado nueva relevancia por los falsos añadidos recientes en los términos y condiciones (EULA) de muchas de las grandes editoras actuales del tipo «Tras la rescisión, por cualquier motivo, deberá desinstalar inmediatamente el producto y destruir todas las copias que tenga en su poder».

De todos los existentes, cabe destacar el catálogo The GoG Preservation Program, creado por la gran editora europea CD Projekt Red dentro de su plataforma de venta digital de videojuegos del mismo nombre.

Sin perjuicio de posibles consideraciones legales desde la normativa de consumidores y usuarios por la amplitud indefinida de la potestad de rescisión en cualquier momento, esta actuación de GoG otorgaría un derecho real a copia privada que podría ser justificable que no fuera de aplicación en todos los casos.

¹⁰ Uno de los ejemplos, confirmado por la propia empresa en entrevistas, que se ha popularizado para ilustrar la dificultad del rastreo de derechos en juegos antiguos, es la contratación de un detective para localizar en Reino Unido un heredero que desconocía que lo fuera sobre derechos de ningún videojuego.

¹¹ Que son conceptualmente distintos de los sistemas antitrampas que persiguen el análisis del comportamiento del jugador para detectar acciones o uso de herramientas que distorsionen el equilibrio entre los jugadores en una partida.

5. Conclusiones y posibles escenarios regulatorios

Solo el tiempo dirá si la Comisión Europea asume la iniciativa propuesta, pero es indudable que existe un movimiento real de regulación de los videojuegos. Descontando la muy probable prohibición, más o menos estricta, de los micropagos y elementos nocivos para menores, esta pretendida modificación legislativa de su preservación implicaría el cambio profundo de la regulación que se ha intentado exponer en este artículo.

Teniendo presente la actuación de la Comisión Europea en escenarios previos de tensión de la competencia o con implicación en empresas europeas, por ejemplo, las sucesivas validaciones de las decisiones de adecuación para transferencias anuladas por el TJUE, se considera poco probable la asunción de la petición en los términos pretendidos.

A este respecto, también puede servir de ejemplo analógico el destino del anteproyecto de ley orgánica española que buscaba regular las cajas de botón o *loot boxes*. Tras la resistencia de la industria ante una norma que podía afectar a su modelo económico, se sustituyó por una mera disposición adicional de promesa de directrices nunca presentadas, en colaboración con los actores de la industria (disposición adicional décima de modificación de 2023 de la Ley 23/2022 de Regulación del Juego: «Directrices para el uso más seguro de los activos digitales no fungibles, las cajas botón o las mecánicas de monetización de la participación de los usuarios en videojuegos»).

Como posibles escenarios de futuro cercano, en base a las tres posibilidades de actuación de la Comisión Europea, se consideran los siguientes:

- **Positivo:** se asume la regulación directa de la cuestión, ordenando la Comisión Europea la redacción de una propuesta y el inicio del procedimiento legislativo: presentación de propuesta, apertura de consulta

pública, redacción de borrador y posterior negociación con el Parlamento Europeo y el Consejo de Europa del texto final de la Comisión (conocido como «trílogos»).

- **Neutro:** no se asume la regulación, pero se traslada la necesidad de acuerdo con la industria para proceder a autorregulación, mediante la redacción de un código de conducta, o con la interlocución de la Comisión Europea u otra entidad comunitaria designada para buscar alternativas de mutuo acuerdo.
- **Negativo:** no se asume la propuesta de regulación ni se da ninguna alternativa, dejando la cuestión en el mismo estado en el que ya estaba regulada. Por la actual conciencia social y tendencia a la protección digital efectiva del menor, se consideraría el escenario menos probable.

Propuesta alternativa

Partiendo del posible escenario neutro indicado, al entender que sería el que permitiría satisfacer la petición social sin incurrir en una modificación normativa de alto impacto y resistencia desde el ámbito empresarial, se propone acudir a la vía alternativa de la autorregulación o *soft law*.

Aunque no desplegara obligación legal real, sí podría actuar como tal si se consiguiera la adhesión al acuerdo de los grandes actores de la industria. El gran ejemplo de efectividad de la autorregulación en estos términos se encuentra en la propia industria de los videojuegos: el sistema de etiquetado del juego antes de su salida al mercado, denominado PEGI.

El sistema PEGI (ZERO, ESRB¹² u otras denominaciones, según la región en la que se establezca)

¹² El más famoso es el sistema PEGI europeo, pero la fórmula es la misma en otras regiones: ESRB en Estados Unidos, ZERO en Japón, u otros con

parte de la asunción de que es necesario aplicar una capa adicional de información al jugador que no asume la normativa actual. Al ser asumido por toda la industria, actúa como una obligación ineludible para poder comercializar cualquier videojuego.

El sistema PEGI parte de la asunción de que es necesario aplicar una capa adicional de información al jugador que no asume la normativa actual.

Precisamente, el nuevo acuerdo relativo a la preservación del videojuego tras su vida comercial se podría realizar bajo este mismo paraguas ya validado, establecido y conocido por los jugadores. A efectos de dotarlo de la mayor formalidad posible desde el punto de vista jurídico, se consideraría la forma de código de conducta, con los siguientes elementos:

- Establecer la obligación de crear un procedimiento o plan de fin comercial del videojuego, previa determinación caso a caso de un plazo concreto en años de vida comercial hasta que se quedara en una versión liberada o *legacy*. Se considera relevante establecer un plazo caso a caso en atención a las particularidades de cada videojuego y la propia capacidad legal de la editora como titular.
- Que dicho plan o procedimiento deba presentarse a valoración antes del lanzamiento del juego, como fase añadida a la propia valoración para su etiquetado, en esta línea establecida de aprovechar la estructura existente del sistema PEGI, y siempre incluyendo la información de explicación, descarga y gestión que se dejará

respaldo de autoridades de revisión y autorización pública, como, por ejemplo, en Australia o Nueva Zelanda. Todo ellos responden a los mismos parámetros de identificar la edad recomendada e información de advertencia relevante del juego (violencia, palabras malsonantes, presencia de compras, sexo, representación de juego o de miedo, etc.).

a disposición de la comunidad para asumir dicha preservación.

- Incorporación de la idea mencionada de la exigencia de modo offline, comentada al inicio de este artículo a propósito de la denuncia a Ubisoft, como requisito en los juegos de un jugador sin funcionalidades de multijugador, para garantizar la conversión fácil a la versión liberada pretendida.
- Aprovechar el sistema de información clara y concisa ya establecido por el Reglamento General de Protección de Datos de la UE (RGPD). En especial, la obligación de comunicación a los interesados en operaciones mercantiles que impliquen la fusión o adquisición de empresas que tratan sus datos personales del artículo 21 de la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD), para crear un protocolo y una información a mostrar al jugador estandarizada al respecto. En este punto, se podría incorporar una etiqueta concreta en el sistema ya existente, que informe al jugador de la existencia del mismo.¹³ Asimismo, incorporar al propio código de conducta la previsión en el cambio desde los roles de protección de datos a partir del fin de vida útil del videojuego (cambio de responsable del tratamiento y ajustes necesarios en la nueva situación), de conformidad a lo dispuesto en los códigos de conducta de protección de datos del artículo 40 del RGPD.

¹³ Este es uno de los puntos interesantes que el jurista Sam Crich expone en su artículo de opinión publicado en diciembre de 2025 en *Game Industry Biz* (<https://www.gamesindustry.biz/stop-killing-games-is-a-consumer-driven-shake-up-for-digital-distribution-as-a-whole-opinion>), a propósito de la iniciativa Stop Killing Games. Entre otras medidas que propone de creación de mecanismos y límites en el reembolso en juegos con elementos de micropagos, sugiere la inclusión de etiquetas con literales autoaplicativos: certificación o marcas como «Plan de soporte al final de la vida útil incluido» o «Fácil de conservar».

- Regular de manera específica el conjunto de derechos de propiedad intelectual por el uso de software, licencias, servicios o música que se hubieran incorporado al videojuego, a fin de obtener la autorización de todos ellos al uso como parte de la versión *legacy*. O, alternatively, la posible adaptación sin esos elementos cuyos titulares hubieran denegado autorizarlo, y la previsión del coste de esta adaptación.
- Establecer un conjunto de obligaciones y requisitos que la entidad o comunidad que asuma la gestión del juego para preservación deba cumplir en todo momento, a fin de garantizar el respeto a los derechos de la editora y la normativa vigente. A este respecto, se podrían adaptar los establecidos para la excepción de la copia privada: fin sin ánimo de lucro, no profesional ni empresarial, acceso legítimo al juego a través del sistema creado para su gestión *legacy*, o imposibilidad de cobro o lucro mediante distribución de copias o acceso al juego.
- En atención al punto de *modding* comentado en el apartado 3 sobre cambios normativos, prever dentro de este plan la posibilidad de realizarlo con los mismos límites enunciados en el punto anterior, incluyendo medidas de seguridad apropiadas. Por ejemplo, permitirlo en aquellos juegos offline de un jugador que no supongan el cambio del motor gráfico ni otros elementos estructurales, y con preferencia de uso de las posibles herramientas dadas o permitidas por la editora.
- Previsión de la utilización de servicios intermediarios de empresas solventes para la custodia del código fuente del videojuego, a fin de minimizar el riesgo de posible vulneración de propiedad intelectual y secreto empresarial de la editora. A este respecto, se podría utilizar la conocida figura del contrato de *escrow* o «depósito de código» para garantizar que sea un tercero el que almacene ese código y autorice y gestione el acceso al mismo, según lo pactado por las partes.

6. Bibliografía

Doctrina y documentación de interés legal enlazada en el artículo

BEUC, *Position paper: Towards the Digital Fairness Act*, 2025. https://www.beuc.eu/sites/default/files/publications/BEUC-X-2025-110_Towards_the_Digital_Fairness_Act.pdf

Crich, Sam, «Stop Killing Games is a consumer-driven shake up for digital distribution as a whole», *Gamesindustry.biz. Opinion*, 2025. <https://www.gamesindustry.biz/stop-killing-games-is-a-consumer-driven-shake-up-for-digital-distribution-as-a-whole-opinion>

Electronic Frontier Foundation, *Videogame Publishers: No Preserving Abandoned Games, Even for Museums and Archives, Because All "Hacking" is Illegal*, 2025. <https://www.eff.org/deeplinks/2015/04/videogame-publishers-no-preserving-abandoned-games-even-museums-and-archives>

European Commission: Directorate-General for Communications Networks, Content and Technology, ECORYS and KEA, *Understanding the value of a European video games society – Final report*, Publications Office of the European Union, 2023. <https://data.europa.eu/doi/10.2759/332575>

NOYB, *Complaint against Ubisoft*, 2025. https://noyb.eu/sites/default/files/2025-04/Ubisoft_complaint_EN_redacted.pdf

Red de Cooperación para la Protección de los Consumidores (CPC), *La Comisión y las autoridades nacionales toman medidas para proteger a los niños de las prácticas nocivas de los videojuegos*, 2025. https://ec.europa.eu/commission/press-corner/api/files/document/print/es/ip_25_831/IP_25_831_ES.pdf

Stop Killing Games, «Preguntas frecuentes - FAQs». <https://www.stopkillinggames.com/faq>

Video Games Europe (anteriormente conocida como ISFE), *European petition: Stop Destroying Videogames. Why providing continued support do not work for all games*, 2025. <https://www.videogameseurope.eu/wp-content/uploads/2025/11/VGE-Position-Discontinuation-of-Support-to-Online-Games-04072025.pdf>

Normativa citada

Ley 8/2022, de 4 de mayo, por la que se modifica la Ley 23/2011, de 29 de julio, de Depósito Legal. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2022-7311>

Ley 23/2022, de 2 de noviembre, por la que se modifica la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de Regulación del Juego. https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2022-18037

Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1996-8930>

Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-20555>



FOCUS 2026

**CARTOGRAFÍA DEL USO
DE LA IA EN LA CREACIÓN
DIGITAL EN ESPAÑOL**

Resumen ejecutivo

A diferencia de las primeras generaciones de desarrollos de inteligencia artificial (IA), centrados principalmente en el análisis de datos y la detección de patrones, las nuevas herramientas IA, que giran alrededor del concepto de inteligencia generativa, tienen la capacidad de crear contenidos completamente nuevos —desde texto, voz, vídeos e imágenes hasta código informático—, lo que las convierte en un catalizador decisivo de la innovación y la transformación en múltiples sectores, entre ellos las industrias del sector cultural y del ámbito del entretenimiento.

Al igual que ocurrió con la electricidad a finales del siglo XIX, la inteligencia artificial está llamada a convertirse en un bien estructural que influirá en la mayoría de las actividades económicas y en los modelos de negocio de empresas de toda índole. En otras palabras, la inteligencia artificial está destinada a revolucionar las industrias culturales, al igual que el resto de la economía digital, pero en esta transformación deberíamos asegurarnos de que la creatividad humana se mantenga en el centro de la ecuación.

El éxito del impacto de la IA en el sector cultural dependerá de si somos capaces o no de distribuir la prosperidad que generará en la economía, más allá de la automatización de procesos y reducción de costes, evitando la centralización de plataformas y contenidos, así como creando infraestructuras públicas que conviertan las nuevas capacidades técnicas en valor económico compartido.

A lo largo de los dos últimos años, hemos detectado un cambio de mentalidad entre los gestores culturales frente a la inteligencia artificial que ha evolucionado desde una resistencia inicial, marcada por el escepticismo y el temor a la deshumanización de los contenidos culturales, hacia una paulatina integración en diversos procesos de gestión cultural y creativa.

Tras superar la lógica y humana postura de percibir la tecnología como una amenaza hacia

la creación humana, los profesionales del sector están redescubriendo las herramientas IA como palancas de innovación que permiten optimizar la gestión de audiencias, personalizar la mediación cultural y automatizar tareas administrativas repetitivas, entre otros muchos procesos.

En este contexto de transformación, el Focus de este año del *Anuario AC/E de cultura digital* presenta un análisis exhaustivo sobre la implementación y el uso de herramientas de inteligencia artificial (IA) en el sector cultural hispanohablante, dividido en cuatro secciones.

En primer lugar, ofrece una cartografía de las principales herramientas de inteligencia artificial (IA) utilizadas en cada una de las industrias culturales, que presentamos de manera agregada para proporcionar una panorámica completa en la que cualquier agente cultural pueda identificar herramientas que ya aplica en su día a día, pero sobre todo descubrir aquellas que puedan complementar el terreno conocido y enriquecer sus procesos.

El «Mapa de herramientas IA más utilizadas por el sector cultural en español» destaca que los procesos de producción (28,2 %) y los contenidos generativos (18,8 %) son los usos principales de las herramientas recopiladas, seguidos por los modelos (13,8 %) y las herramientas de gestión (10,3 %) y, en menor medida, las plataformas de distribución y canales de venta (7,7 %), el diseño sonoro y audiovisual (6 %) y las herramientas de traducción (4,3 %). Una de las conclusiones más interesantes de este análisis comparativo de herramientas IA ha sido la posibilidad de identificar las herramientas de uso común y extendido entre las diversas industrias, identificando siete herramientas coincidentes que conforman lo que hemos denominado «kit estándar de IA cultural».

Uno de los aspectos clave que hemos detectado durante la investigación de la cartografía de la inteligencia artificial es la redefinición del equilibrio de poder que está teniendo lugar a escala global, desencadenando una competencia

cultural y tecnológica de gran envergadura entre las principales potencias del mundo. Estados Unidos, la Unión Europea y China están aplicando sus propias estrategias regulatorias, que reflejan sus respectivas prioridades, objetivos y principios rectores.

La Unión Europea tiene como objetivo dar prioridad a una inteligencia artificial éticamente responsable mediante una legislación integral como el *EU AI Act*, reglamento diseñado para fomentar la transparencia, garantizar la rendición de cuentas y gestionar los riesgos, tema que examinaremos con mayor detalle más adelante. Esta estrategia, denominada «horizontal», tiene como objetivo crear una ley marco o general que abarque todos los usos de la IA. El beneficio es que establece reglas generales para todos, evitando contradicciones y lagunas legislativas. Sin embargo, puede quedar obsoleta si la tecnología avanza muy rápido, o volverse tan amplia que no aborde bien las necesidades específicas de cada sector. No obstante, este afán regulatorio está relacionado con el viejo, conocido y testado concepto de «efecto Bruselas», que se refiere a la capacidad de la Unión Europea de establecer estándares regulatorios tan rigurosos que se convierten en referencia global.

China, por el contrario, impulsa su visión de la soberanía digital mediante un estricto control estatal, asegurando que los avances en IA respondan a los objetivos nacionales, incluyendo la expansión económica, la cohesión social y las metas militares estratégicas. Esta estrategia, denominada «vertical», tiene como objetivo elaborar una ley distinta para cada caso de uso de la IA según necesidades. Por poner algunos ejemplos: una para diagnósticos médicos, otra para conducción autónoma, otra para reconocimiento facial y de emociones, etc. Su principal ventaja es la precisión, dado que cada normativa se ajusta a los riesgos reales en cada ámbito de aplicación. Por el contrario, el inconveniente mayor es el riesgo de fragmentación: podemos terminar en un laberinto de normas que se solapan o incluso se contradicen.

Teniendo en cuenta este nuevo escenario geopolítico y cultural, decidimos analizar el origen geográfico de las herramientas de IA, dado que este tiene implicaciones en materia de privacidad, soberanía de los datos y sesgos algorítmicos, entre otras cuestiones. Tal como muestra esta cartografía, el origen geográfico de las herramientas revela una notable concentración en los mercados que, en los últimos años, han invertido de forma sostenida en el desarrollo de nuevas herramientas basadas en distintas tecnologías de IA.

Por último, existe la estrategia de esperar y ver que lideran los mercados anglosajones (Reino Unido y Estados Unidos), donde las autoridades observan lo que hacen otros países y, mientras tanto, solo refuerzan las leyes existentes en casos de abuso de la IA. En esta estrategia prevalece un enfoque orientado al mercado, en el que las empresas privadas impulsan el progreso y la intervención gubernamental se mantiene al mínimo. El lado positivo es que evita una regulación apresurada y aprende de los errores ajenos. El lado negativo es que puede crear un vacío legal que afecte a la competitividad y la seguridad jurídica.

Cada una de estas estrategias busca equilibrar la innovación con la seguridad, en base a las necesidades y al contexto cultural donde se produce. Solo el tiempo dirá qué estrategia, o combinación de estrategias, es la más adecuada para gestionar la era digital que nos ha tocado vivir.

En este contexto es conveniente recalcar la preocupante hegemonía tecnológica de Estados Unidos, que representa cerca del 60 % de las herramientas IA analizadas, seguido de Europa, con un 25 % de las herramientas IA, frente a un escaso desarrollo de las mismas en América Latina (3,4 %). El control sobre la propiedad de los datos y la gestión de las plataformas será decisivo para definir el futuro de la cultura global, especialmente en aquellas culturas e idiomas menos representados en el nuevo mundo de la IA, como son el español, portugués, francés e

italiano, entre otros idiomas de nuestro entorno europeo. Sin embargo, esta situación podría cambiar con rapidez a medida que nuevas herramientas y servicios de IA, como *Mistral*¹, *ALIA*² o *Latam-GPT*³, lleguen al mercado, aportando una mayor sensibilidad lingüística y cultural.



La segunda sección, «La nueva musa», se centra en un repertorio de buenas prácticas y exploraciones singulares en artes escénicas, cine y TV, artes visuales, libros y audiolibros, música y videojuegos, mostrando cómo la IA actúa como una «colaboradora» para optimizar procesos y expandir los límites creativos en múltiples proyectos que destacamos en este reporte. El objetivo de esta sección es dar a conocer las numerosas iniciativas que podemos encontrar en el sector cultural, que cuentan ya con un cierto análisis de resultados que evidencian casos de éxito en la aplicación de IA, y pueden servir como inspiración para posibles nuevos desarrollos, iniciativas y sinergias.

Finalmente, las secciones tercera y cuarta abordan el impacto, transformación, oportunidades y desafíos de la IA en las industrias creativas, incluyendo la optimización de recursos, la democratización del acceso, los cambios en el proceso creativo y los retos éticos y laborales. Estas

secciones resaltan las aportaciones de los cerca de cuarenta gestores culturales consultados, en lo que respecta a la actualidad y aplicación de desarrollos IA para sus organizaciones. Una buena muestra que manifiesta la presencia de IA en todo tipo de entidades de las industrias culturales, lejos de aquella reticencia inicial que en algunos casos se registraba.

Cabe destacar que para la elaboración de las cuatro secciones de este informe hemos contado con la generosa participación de un comité de asesores: seis expertos de reconocida trayectoria en las seis industrias creativas representadas: Cristina Vázquez (artes escénicas), Bianca Peregrina (artes visuales), David Núñez (cine y televisión), Maribel Ríaza (libros y audiolibros), Fran Leo (música y podcast) y Alejandro Iparraquirre (videojuegos). Cada uno de ellos ha desempeñado un papel invaluable en la selección de las herramientas de IA más representativas de su industria, así como de los proyectos considerados como iniciativas relevantes y buenas prácticas, a la par de haber hecho un esfuerzo sin precedentes para lograr el número y la calidad de entrevistas con otros expertos de su área que han resultado en una reveladora radiografía de un emocionante momento de transición y acelerada adopción de estas tecnologías dentro de las industrias y el quehacer creativo.

El diagnóstico es claro: las herramientas IA no vienen a sustituir la sensibilidad humana, sino a potenciar la misma, y a lo largo de este informe se podrá descubrir cómo, cada vez más, múltiples organizaciones utilizan las herramientas IA posicionando al gestor cultural como un imprescindible facilitador y mediador de la inteligencia artificial.

Javier Celaya
Socio fundador de Dosdoce.com

¹ <https://mistral.ai/>

² <https://alia.gob.es/>

³ <https://www.latamgpt.org/>

Mapa de herramientas IA

Más utilizadas por el sector cultural en español

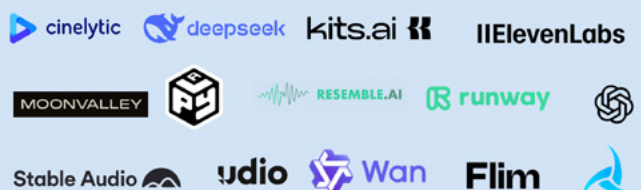
SERVICIOS DE MARKETING



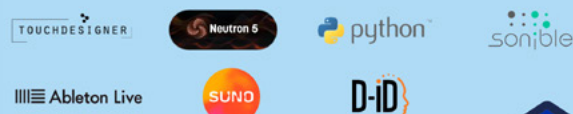
HERRAMIENTAS DE TRADUCCIÓN



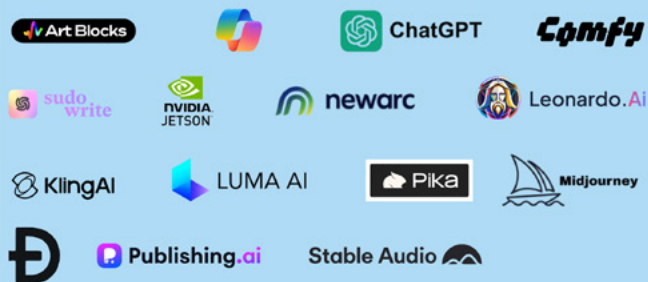
MODELOS



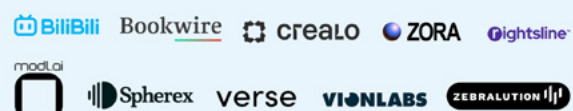
DISEÑO SONORO/AUDIOVISUAL



CONTENIDO GENERATIVO



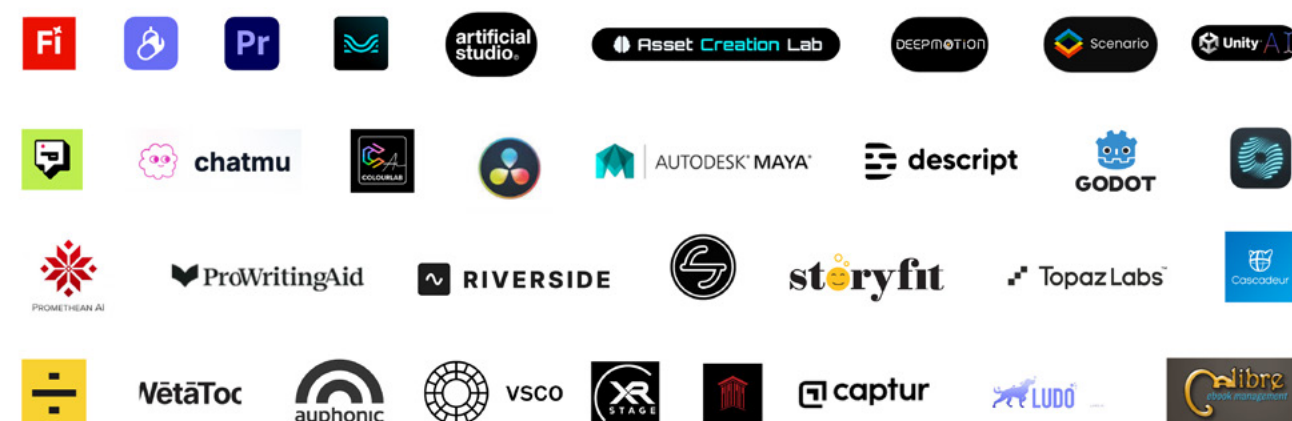
PLATAFORMAS DE DISTRIBUCIÓN Y CANALES



HERRAMIENTAS DE GESTIÓN



PROCESOS DE PRODUCCIÓN



SECCIÓN 1: Mapa de herramientas IA más utilizadas por el sector cultural en español

Esta primera sección del Focus la hemos dedicado a investigar de qué modo las herramientas de IA están ya integradas en los diferentes procesos de cada una de las principales industrias culturales: artes escénicas, artes visuales, cine, libros y audiolibros, música y pódcast, y videojuegos. Este análisis profundiza en los datos recopilados gracias a la colaboración de los mencionados asesores de cada área, desglosando la lógica detrás de cada indicador para entender cómo la inteligencia artificial está reconfigurando la industria cultural actual.

Las más de cien herramientas seleccionadas por el comité de asesores del informe, consideradas de uso habitual y extendido en cada una de las industrias, demuestra que el sector cultural está lo suficientemente maduro para ofrecer soluciones específicas apoyadas en IA, pero aún es lo bastante joven como para esperar que este uso vaya creciendo y perfeccionándose en aquellos procesos de mayor demanda.

La cultura ya no se divide entre «digital» y «analógica», sino entre organizaciones que usan la IA para escalar su visión y aquellas que quedan relegadas por la lentitud de sus procesos manuales.

Análisis de los usos principales: del «qué» al «cómo»

La distribución de las herramientas sugiere que la IA ha dejado de ser una «curiosidad creativa» para convertirse en una infraestructura operativa. En nuestro empeño por clasificar las herramientas atendiendo a su uso principal, es necesario matizar que muchas de ellas pueden ser multifunción, ofreciendo más de un servicio, si bien para esta clasificación el comité de asesores ha considerado otorgar para su clasificación su uso más relevante o por el que inicialmente se

constituyó. En los casos de herramientas coincidentes en diferentes industrias, como veremos más adelante, la representación gráfica en el mapa ha sido determinada por su identificación más representativa, a pesar de que para cada industria puede ser más utilizada con unos u otros fines y funcionalidades.



Las herramientas destinadas para los procesos de producción constituyen la categoría reina, siendo utilizadas por las diferentes industrias culturales en un 28,2 %, porque resuelven el denominado «cuello de botella» técnico. Aquí se incluyen herramientas para la corrección, revisión y tratamiento de textos, edición automática de imagen o vídeo, limpieza de audio... La IA no sustituye al productor, sino que actúa como un «asistente técnico de alta velocidad», optimizando procesos, reduciendo tiempos destinados a cada una de las tareas dentro de la cadena de producción de los contenidos culturales y reduciendo, correspondientemente, costes asociados.

Por su parte, en un segundo lugar, los contenidos generativos suponen un 18,8 % del total de herramientas analizadas. Esto podría ser indicativo de que el sector cultural está sabiendo hacer un uso responsable de los desarrollos basados en IA, siendo estos más utilizados para ayudar a terminar una obra, o generar contenidos de apoyo a

esta, que para intentar su creación o empezar y crearla desde cero. En este sentido, es evidente que las industrias culturales siguen manteniendo a los autores «humanos» en el epicentro de la creación cultural en español, manteniendo las herramientas de contenido generativo para obtener productos derivados complementarios a la obra original.

En un 13,7 % de las herramientas analizadas por los asesores se ha sabido identificar su correspondencia con modelos, lo que viene a evidenciar que muchas organizaciones culturales ya no solo usan apps, sino que están integrando códigos para entrenarlas con sus propios archivos o estilos artísticos.

Por su parte, la IA aplicada a servicios de marketing permite que una pequeña editorial o un museo local compitan en visibilidad mediante la segmentación hiperespecífica y la automatización de redes sociales, por ejemplo. Nada menos que un 11,1 % de las herramientas analizadas vienen a ofrecer estas soluciones a las entidades culturales y podríamos considerarlas como críticas para la supervivencia económica de los gestores culturales.

Seguidamente encontramos aquellas herramientas dedicadas íntegramente a la gestión, y es que en un 10,3 % encontramos herramientas de gestión que presentan desarrollos para hacer más fácil y operativa la gestión diaria de procesos básicos y comunes a todas las industrias, donde encontramos asistentes personales, operatividad para flujos de trabajo, herramientas de planificación, logística, etc.

Aunque relacionadas con esa gestión cultural, podríamos considerar de manera diferenciada, por su relevancia, las plataformas de distribución y canales de venta para hacer llegar los contenidos culturales al público final. Representan el 7,7 % de las herramientas analizadas y probablemente hayan sido las pioneras en adaptar desarrollos de IA para optimizar sus servicios con aplicativos de recomendación de contenidos a

la carta y mejora de los algoritmos que hacen posible disfrutar de experiencias personalizadas y adaptadas al perfil de cada usuario.

El diseño gráfico, sonoro o audiovisual es otro de los usos diferenciados en este análisis, constituyendo un 6 % de las herramientas más utilizadas en las industrias culturales. Han supuesto una verdadera revolución, ofreciendo soluciones de apoyo a los procesos de producción.

Por último, no podemos olvidar aquellas herramientas originadas especialmente para facilitar la traducción de contenidos y doblaje que favorecen el crecimiento exponencial de los diversos catálogos. Suponen en este análisis el 4,3 % de las herramientas seleccionadas, pero será sin duda una de las categorías que más van a emplearse en estos próximos tiempos y ya están siendo integradas en las principales plataformas de contenidos, entendiendo el potencial que suponen para los creadores, que pueden hacer llegar sus creaciones a muchos más públicos gracias a estos desarrollos sin los cuales no sería viable en ninguno de los casos.

Carrera geopolítica: hegemonía vs. soberanía cultural



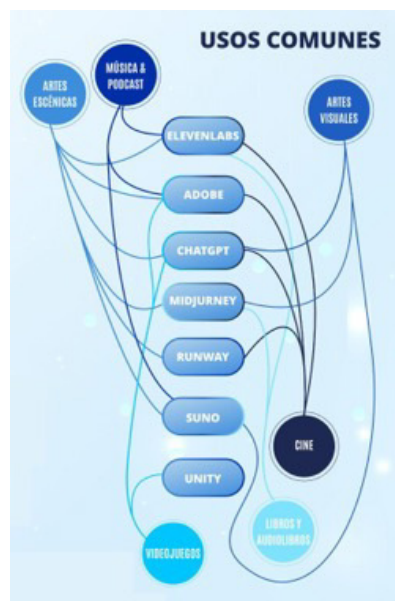
El origen de las herramientas define no solo la tecnología, sino también los valores estéticos y éticos que estas proyectan.

- **Estados Unidos (56,9 %):** El dominio de Silicon Valley implica que la mayoría de las herramientas están diseñadas bajo marcos legales estadounidenses (*fair use*) y sesgos culturales anglosajones. Para el sector cultural, esto supone un riesgo de «homogeneización cultural» si no se aplican filtros locales.
- **Europa (25,0 %):** Con una cuarta parte del mercado, Europa se especializa en una IA más regulada y ética. Muchas de estas herramientas nacen de proyectos de digitalización de patrimonio y archivos históricos, donde la precisión y el respeto a la propiedad intelectual son prioritarios.
- **Asia (7%):** Probablemente sus herramientas, sí existentes y disponibles, sean las grandes desconocidas por las industrias culturales en español por mayor ignorancia de sus idiomas, pero con un recorrido que seguro iremos descubriendo.
- **LATAM (3,4 %):** Aunque es una cifra pequeña, es estratégica. El desarrollo en Latinoamérica suele enfocarse en la diversidad lingüística y la identidad, buscando que la IA hable y entienda las variantes del español y las lenguas indígenas, evitando la dependencia total del Norte Global.
- **Otros países** son en menor medida identificados (9,5 %), encontrándose ejemplos puntuales de herramientas procedentes de Australia o Canadá.

Las herramientas coincidentes: el «kit estándar de IA cultural»

El estudio destaca que existen siete herramientas que son coincidentes en diversas disciplinas, de mayor a menor coincidencia según el siguiente listado:

- [ElevenLabs](https://elevenlabs.io/)⁴
- Adobe ([Firefly](https://www.adobe.com/es/products/firefly.html)⁵, [Podcast](https://podcast.adobe.com/es)⁶ y [Premiere Pro](https://www.adobe.com/es/products/premiere.html)⁷)
- [ChatGPT](https://chatgpt.com/)⁸
- [Midjourney](https://www.midjourney.com/)⁹
- [Runway](https://runwayai.app/es)¹⁰
- [Suno](https://suno.com/home)¹¹
- [Unity](https://unity.com/es)¹²



⁴ <https://elevenlabs.io/>

⁵ <https://www.adobe.com/es/products/firefly.html>

⁶ <https://podcast.adobe.com/es>

⁷ <https://www.adobe.com/es/products/premiere.html>

⁸ <https://chatgpt.com/>

⁹ <https://www.midjourney.com/>

¹⁰ <https://runwayai.app/es>

¹¹ <https://suno.com/home>

¹² <https://unity.com/es>

Este fenómeno de «uso extendido» podría suponer dos lecturas:

1. **Interoperabilidad:** Permite que un guionista, un diseñador y un gestor cultural hablen el mismo idioma tecnológico. Herramientas como ChatGPT para uso generalizado, Midjourney para visualización, Eleven Labs para procesos audio o diversos desarrollos de Adobe se han convertido en el sistema operativo de la creatividad.
2. **Riesgo de dependencia:** Si todo el sector cultural acaba usando las mismas herramientas, existe el peligro de que las obras empiecen a «parecerse» entre sí. La diferenciación artística ahora reside en cómo el profesional es capaz de forzar o personalizar estas herramientas comunes.

Conviene recordar que este análisis para este primer «Mapa de herramientas IA más utilizadas por el sector cultural en español» es una aproximación inicial al estado actual de las organizaciones culturales y sobre cómo están sabiendo beneficiarse de las bondades que la IA viene a aportar en nuestro día a día como gestores culturales, lejos de representar una negativa a la aceptación de lo que supone esta revolución tecnológica que estamos construyendo.

SECCIÓN 2: La nueva musa: buenas prácticas dentro de las industrias creativas inspiradas y posibilitadas por la inteligencia artificial (IA)

Lejos de ser una amenaza, la inteligencia artificial está emergiendo como una de las herramientas más fascinantes del siglo XXI para la creación artística. Esta sección del informe es una galería de proyectos representativos de las exploraciones más interesantes de cada industria, consideradas por nuestros asesores como una buena práctica o una exploración singularmente posibilitadora en las que artistas, escritores, diseñadores, músicos, creadores y gestores culturales de diversas disciplinas han utilizado la IA no como un reemplazo de su genio, sino como una nueva colaboradora: una especie de «musa digital» capaz de expandir los límites de la creatividad y de exponenciar las diversas prácticas artísticas.

Nuestro comité de asesores, expertos de reconocida trayectoria en las seis industrias creativas representadas (artes escénicas, artes visuales, cine y televisión, literatura, música y videojuegos), ha seleccionado proyectos referidos al mundo de habla hispana en su mayoría, aunque también se incluyen unos cuantos de otros territorios en donde la iniciativa es particularmente relevante por la singularidad y el alcance de su propuesta. Al final de este informe se encuentra una breve biografía de cada uno de nuestros seis asesores, así como la relación de los expertos entrevistados.

A través de los ejemplos aquí incluidos, es posible atestiguar cómo la tecnología puede optimizar procesos, inspirar estéticas y hacer realidad ideas que hasta hace poco eran inasequibles para muchos creadores y organizaciones o, de plano, parecían pertenecer al terreno de la ciencia ficción.

1. Artes escénicas: el escenario reimaginado

La inteligencia artificial está subiendo al escenario, no como actriz, sino como dramaturga, coreógrafa y escenógrafa algorítmica. Los proyectos seleccionados demuestran cómo los algoritmos están transformando las artes vivas, desde la danza interactiva, pasando por la *performance*, hasta la producción operística, abriendo un nuevo telón de posibilidades creativas en tiempo real.

Algunos de los proyectos que vale la pena destacar dentro de las artes escénicas de habla hispana son:

1.1. *Dancing embryo: danza y cocreatividad kinestésica humano-IA*¹³

Creador(es)	Diego Marín, Benedikte Wallace
Disciplina	Danza
País	México
Herramienta(s) IA	AI Dance

¿En qué consiste? Un proyecto de investigación y creación que explora cómo una IA, llamada Dance AI, puede generar y ejecutar danza contemporánea en tiempo real. La obra es un diálogo de movimiento entre el sistema artificial y un bailarín humano, investigando si puede existir una verdadera cocreación entre ambos.

El toque innovador (y la propuesta original): Este es un caso pionero en el estudio de la colaboración corporal entre humanos e IA. El proyecto propone un «bailarín artificial» diseñado para responder y transformarse según el movimiento del intérprete humano. La investigación aporta criterios para diferenciar entre el simple uso de una herramienta y una auténtica cocreación, demostrando que la interacción

física influye directamente en la creatividad compartida. Presentado en el Leverhulme Centre for the Future of Intelligence (Universidad de Cambridge), el experimento reveló secuencias de movimiento armónicas y nuevas posibilidades estéticas, además de subrayar la importancia de integrar percepción corporal, agencia no humana y fenomenología del movimiento en el desarrollo de futuras tecnologías creativas.



1.2. *Tecnología XR Stage*¹⁴

Creador(es)	Ópera Latinoamérica (OLA)
Disciplina	Ópera, teatro y danza
País	Chile
Herramienta(s) IA	XR Stage

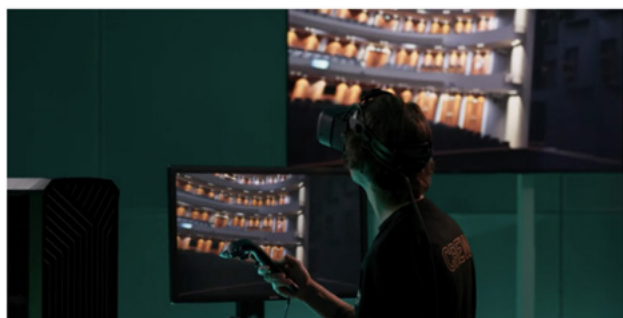
¿En qué consiste? XR Stage es una plataforma de simulación virtual inmersiva para el diseño de producciones escénicas desarrollada por la Ópera Nacional de Finlandia junto a las *startups* ZOAN y Varjo, basada en visualización 3D inmersiva para el diseño de producciones escénicas. Permite a los teatros crear «gemelos digitales» de sus escenarios para visualizar montajes en tiempo real con realidad virtual y aumentada, facilitando la planificación sin necesidad de construir modelos físicos a escala.

¹³ <https://www.youtube.com/watch?v=TaZ-CY8f49c>

¹⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=XldXAcMLSII&t=23s>

El toque innovador (y la propuesta original):

Gracias a una alianza entre Ópera Latinoamericana (OLA), CRTIC y un fondo de Corfo, esta tecnología está siendo implementada en seis teatros chilenos para modernizar procesos de producción mediante el uso de «gemelos digitales» de sus escenarios, esto es, réplicas exactas a escala 1:1 que pueden visualizarse e intervenir oportunamente en un entorno digital. Este proyecto ha marcado un hito en América Latina al transformar la producción escénica, ya que reduce significativamente costos así como horas de trabajo, a la vez que fomenta la colaboración entre teatros y promueve un modelo sostenible de innovación, instalando competencias digitales avanzadas en las instituciones culturales.



1.3. *Una isla*¹⁵

Creador(es)	Àlex Serrano, Pau Palacios
Disciplina	Teatro
País	España
Herramienta(s) IA	GPT-3, Bloom, ChatGPT, DALL-E, Stable Diffusion, Midjourney, FILM

¿En qué consiste? Una obra de teatro que combina movimiento, *performance* e inteligencia artificial para explorar los límites de la convivencia. La pieza interroga a la IA sobre si puede imaginar formas más inclusivas de comunidad,

¹⁵ <https://www.srserrano.com/es/una-isla-2/>

utilizando sus respuestas y creaciones como parte fundamental del diálogo escénico.

El toque innovador (y la propuesta original):

Esta es una de las exploraciones más ambiciosas de la IA en el teatro contemporáneo. En lugar de usar la tecnología como un simple adorno visual, la integra como un agente conceptual que interviene en la dramaturgia misma. La obra cuestiona los discursos sobre la otredad y la imaginación colectiva, consolidándose como una referencia en cómo usar la tecnología para investigar nuevas formas de creación colaborativa.



1.4. *Machina Doloris*¹⁶

Creador(es)	David Martínez, Salvador Herrera, Jorge García Pitol, Sara Martínez, Israel Viadest, Daniel Malpikka, Emmanuel Vizcaya
Disciplina	Artes escénicas, literatura, artes visuales
País	México
Herramienta(s) IA	ChatGPT, Sora, Luma Labs, Kling

¿En qué consiste? Una *performance* que aborda el duelo por la muerte del poeta mexicano Horacio Warpolá utilizando el *Horaculum Warpolae*, la IA entrenada con su obra, un modelo de lenguaje (GPT) «infusionado» con sus tuits, textos y

¹⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=yozukLZmQEQ>

libros. Funciona como una máquina de duelo y un archivo afectivo que interroga la memoria y la simulación a través de un mecanismo de interacción diferenciada con el lector. El ritual escénico, activado por el colectivo SQNX, utiliza este *chatbot* (el avatar digital que la IA nos regala para manifestarnos la figura de Horacio Warpolá) para explorar la pérdida y preguntarse: «¿Puede una máquina sostener la ausencia?».

El toque innovador (y la propuesta original):

Esta *performance* eleva el uso de la IA a un plano ceremonial y filosófico a partir de una interacción conceptual y poética. El uso de un *chatbot* (software o programa informático diseñado para simular conversaciones humanas, ya sea por texto o por voz, en tiempo real), transformado en *deadbot*, propone una interacción con el artista fallecido que no es solo una curiosidad tecnológica, sino el eje de un ritual contemporáneo. Al combinar textos, voces y audiovisuales para reescribir el vínculo con el poeta, explora la idea de que la tecnología pueda mediar en las experiencias más profundas del ser humano. El proyecto no busca reemplazar al poeta, sino crear una tensión entre su ausencia y su «presencia» digital. Ni el *deadbot* ni la *performance* consuelan, sino que interrogan aspectos clave como la temporalidad o atemporalidad del creador y de su obra, utilizando la IA para explorar las complejidades del duelo, la memoria y la identidad en la era digital.



1.5. *Coreograf-IA*¹⁷

Creador(es)	Victoria Riva Palacio Nieto, Guillermo Castro Buendía
Disciplina	Danza contemporánea / <i>performance</i> tecnológica
País	México / España
Herramienta(s) IA	N/A

¿En qué consiste? *Coreograf-IA* es una obra de danza contemporánea que integra inteligencia artificial, sensores corporales y proyecciones inmersivas para generar un ecosistema escénico reactivo entre cuerpos humanos y entidades digitales. A partir del movimiento de los intérpretes, un sistema algorítmico analiza los gestos corporales y los traduce en datos que controlan en tiempo real el comportamiento de parvadas de aves virtuales y la espacialización sonora del canto. La pieza plantea un diálogo cinético entre el cuerpo humano y formas de vida artificiales, cuestionando el antropocentrismo y proponiendo una relación interespecie mediada por tecnología.

El toque innovador (y la propuesta original):

La puesta en escena parte de la premisa: ¿qué pasaría si las aves pudieran hablar y las personas volar? Para dar una respuesta se hace uso de la tecnología con el fin de recrear el sonido de las aves con sensores de movimiento y la reproducción de formas corporales propuestas por la inteligencia artificial (IA) como resultado de la combinación de imágenes de aves volando y de mujeres danzando. A diferencia de otras propuestas escénicas que emplean la IA como herramienta visual o dramática, *Coreograf-IA* la utiliza como un agente ecológico dentro de la escena. La inteligencia artificial no sustituye al intérprete ni genera coreografía directamente: construye un entorno vivo que responde al movimiento humano y modifica la dramaturgia

¹⁷ <https://fusilerias.com/coreograf-ia-victoria-riva-danzas-naturaleza-humana/>

en tiempo real. El resultado es un sistema performativo de retroalimentación donde la danza altera el comportamiento colectivo de entidades digitales y estas, a su vez, transforman las decisiones escénicas de las bailarinas. La obra desplaza el foco de la interacción humano-máquina hacia una ecología compartida entre cuerpo, algoritmo y naturaleza simulada, utilizando la migración de las aves como metáfora de las migraciones humanas y de la fragilidad ambiental contemporánea.



2. Cine y televisión: la IA detrás de las cámaras

Mucho antes de que el público vea la primera escena, la inteligencia artificial ya está trabajando en el set virtual. Más que un generador de efectos especiales, se ha convertido en un socio de producción silencioso que optimiza desde la previsualización de escenas y arquitecturas imposibles hasta la extraordinaria tarea de imaginar criaturas fantásticas o la delicadeza de rejuvenecer o envejecer a un actor.

Los siguientes proyectos revelan cómo la IA está redefiniendo el oficio cinematográfico, no en la silla del director, sino en cada eslabón de la cadena de producción.

2.1. *El eternauta* / Netflix¹⁸

Creador(es)	Bruno Stagnaro / Kramer Sigman Films
Disciplina	Serie de televisión, ficción
País	Argentina
Herramienta(s) IA	IA generativa para VFX

¿En qué consiste? Netflix utilizó inteligencia artificial generativa en la producción de la serie *El eternauta* para crear una compleja secuencia de efectos visuales entre los que destaca especialmente el derrumbe simulado de un edificio en Buenos Aires.

El toque innovador (y la propuesta original): El uso de IA permitió acelerar drásticamente el proceso de creación de esta secuencia de derrumbe, siendo diez veces más rápido que con métodos tradicionales y reduciendo su alto coste. Esto demuestra que la IA puede ayudar a los creadores a romper los límites de la creatividad en series y películas, al permitirles realizar escenas ambiciosas que antes eran prohibitivas en cuanto a costos o técnicamente difíciles o imposibles.



¹⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=ykLTd5aTa88>

2.2. *Pedro Páramo* / Netflix¹⁹

Creador(es)	Rodrigo Prieto
Disciplina	Ficción
País	México
Herramienta(s) IA	Vanity AI

¿En qué consiste? En la adaptación cinematográfica de *Pedro Páramo* se utilizó la herramienta Vanity AI para rejuvenecer (*de-aging*) a los personajes, permitiendo que los mismos actores interpretaran sus roles en diferentes etapas de sus vidas.

El toque innovador (y la propuesta original): Este caso muestra el avance y la velocidad de implementación de la tecnología de *de-aging* para alterar el paso del tiempo en un personaje. Abre una puerta creativa fundamental para los cineastas, que ahora pueden crear saltos en el tiempo de manera fluida y convincente sin la necesidad de buscar actores diferentes (y con un parecido limitado) para representar al mismo personaje mucho más joven o más viejo.



¹⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=ZqtdUc6iev4>

2.3. Set de producción virtual de TV Globo²⁰

Creador(es)	TV Globo
Disciplina	Televisión: noticieros, deportes
País	Brasil
Herramienta(s) IA	Pixotope

¿En qué consiste? La televisora brasileña TV Globo construyó el set de producción virtual más grande de América Latina, integrando pantallas LED gigantes, realidad aumentada y seguimiento de movimiento por IA sin necesidad de trajes especiales. La IA también se usa para mezclar sonido, corregir color y búsqueda de archivos.

El toque innovador (y la propuesta original): Esta iniciativa combina talento humano y tecnología punta para «derribar barreras» creativas. Al integrar IA en múltiples fases de la producción (desde el set virtual hasta la posproducción), TV Globo crea un ecosistema tecnológico que potencia su capacidad para contar historias de manera más dinámica e inmersiva, tanto en ficción como en eventos en vivo.



²⁰ <https://senalnews.com/es/contenidos/globo-inauguro-el-estudio-de-produccion-virtual-mas-grande-de-america-latina>

2.4. Teaser CutOut Fest²¹

Creador(es)	Miguel del Moral y Tenebris Pixel (Uriel Toga / Diego Goeury)
Disciplina	Artes visuales
País	México
Herramienta(s) IA	ChatGPT 5, Runway Gen-4

¿En qué consiste? Es el *teaser* promocional para la edición XV del Festival Internacional de Animación y Arte Digital CutOut Fest, creado con la ayuda de herramientas de inteligencia artificial.

El toque innovador (y la propuesta original):

El proyecto demuestra que, si bien la IA es una herramienta determinante y potente, no sustituye las etapas esenciales de una producción audiovisual; por el contrario, su uso potencia los resultados estéticos y eficiente los recursos requeridos para su ejecución. Este tráiler es un estupendo ejemplo de que la conceptualización, la dirección, la posproducción y la corrección de color siguen siendo dominios humanos, desde donde abreva la fuerza de la propuesta, y a la vez posiciona la IA como una poderosa colaboradora para equipos creativos de todos los tamaños.



²¹ <https://cutoutfest.com/>

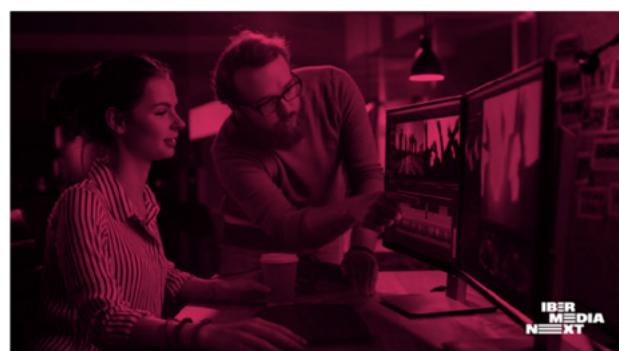
2.5. Fondo Ibermedia Next²²

Creador(es)	Ibermedia
Disciplina	Apoyos para cine con AI
País	España
Herramienta(s) IA	N/A (fondo de apoyo para proyectos con IA generativa)

¿En qué consiste? Es una convocatoria de ayudas económicas orientada a impulsar el desarrollo de proyectos de animación iberoamericanos que incorporen nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial generativa, ofreciendo financiación y un programa de acompañamiento.

El toque innovador (y la propuesta original):

Esta iniciativa va más allá del simple apoyo económico a un grupo de proyectos. Proporciona formación, promoción internacional y *networking*, creando un ecosistema que busca generar una innovación sostenible y no solo prototipos aislados. Es una estupenda iniciativa institucional que fortalece la viabilidad de los proyectos y su proyección global, especialmente posibilitadora para creadores fuera de los grandes estudios.



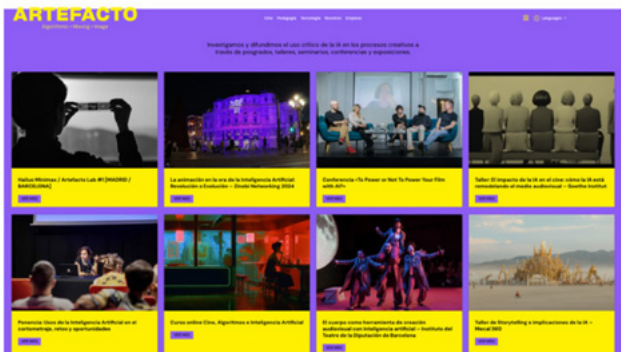
²² <https://ibermedianext.com/>

2.6. Artefacto Fílmico²³

Creador(es)	Jorge Caballero Ramos y Anna Giralt
Disciplina	Talleres y cursos en IA aplicada
País	Colombia y España
Herramienta(s) IA	Diversas (foco en investigación y desarrollo de modelos propios)

¿En qué consiste? Un centro de investigación, producción e innovación en cine computacional que articula talleres, laboratorios y el desarrollo de modelos propios de IA aplicados a proyectos audiovisuales piloto.

El toque innovador (y la propuesta original): Su carácter transnacional y sus colaboraciones con instituciones académicas y culturales de Europa y América Latina crean una red que acelera la maduración del cine generativo. Esto hace que el conocimiento y las herramientas de este campo emergente sean más accesibles para otros artistas, incluso fuera del ámbito cinematográfico.



²³ <https://artefactofilms.com/>

2.7. 1 Billion Followers AI Film²⁴

Creador(es)	1 Billion Followers Submit (Gobierno de EAU)
Disciplina	Convocatoria
País	Estados Unidos
Herramienta(s) IA	Google Gemini, Veo, Flow

¿En qué consiste? Una convocatoria internacional con un premio de un millón de dólares para el mejor cortometraje realizado con IA generativa. Exige que al menos el 70 % de la obra sea producida con IA, promoviendo el uso de herramientas específicas como las de Google.

El toque innovador (y la propuesta original): Su diseño estratégico a medio plazo (las películas se realizan un año y se premian al siguiente) asegura una alta visibilidad internacional. Con reglas claras y un atractivo incentivo económico, esta iniciativa ayuda a posicionar el cine hecho con algoritmos como una carrera profesional viable y de alto impacto, accesible incluso para cineastas que no pertenecen a un gran estudio.



3. Artes visuales: paletas de código y lienzos digitales

Los artistas visuales están utilizando la IA como un nuevo tipo de mecanismo de representación, uno que permite soñar, recordar y reinterpretar la realidad desde el código. Estos proyectos no solo generan estéticas sorprendentes, sino

²⁴ <https://www.1billionsummit.com/ai-film-award>

que utilizan los algoritmos como herramientas conceptuales para explorar la memoria, la identidad y la naturaleza misma de la imagen en la era digital.

3.1. *Un suceso irreversible*²⁵

Creador(es)	Joaquín Seguí
Disciplina	Artes plásticas
País	México y Argentina
Herramienta(s) IA	ChatGPT, Midjourney, CodeGPT

¿En qué consiste? Una exhibición artística que utiliza archivos familiares como materia prima para explorar y acercarse a la comprensión de las dinámicas y las memorias familiares a través de la intervención de la IA.

El toque innovador (y la propuesta original):

Su valor radica en el uso de la IA como una lente para reinterpretar material personal y archivos afectivos. El algoritmo no solo procesa imágenes, sino que las dota de nuevas capas de significado, transformando el archivo familiar en una obra de arte especulativa que cuestiona la naturaleza misma del recuerdo, a la vez que propone nuevos linajes estéticos.



²⁵ https://www.instagram.com/p/CwiNhw_uk_-/?img_index=4

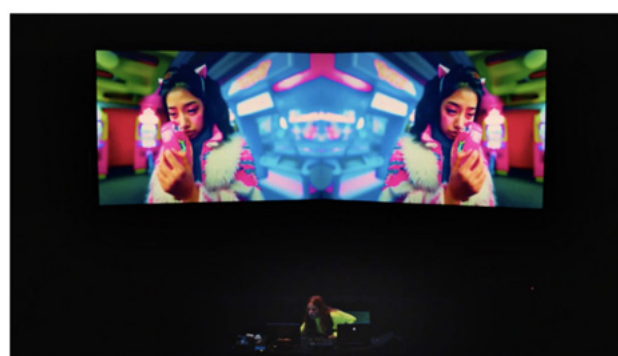
3.2. *FURBOT*²⁶

Creador(es)	Malitzin Cortés
Disciplina	Artes visuales
País	México
Herramienta(s) IA	Midjourney, Stylegan, Stable Diffusion

¿En qué consiste? Un proyecto artístico que crea un híbrido entre un Furby y un Tamagotchi, hackeado con inteligencia artificial, Arduino y *live coding*. La obra es descrita como un «archivo de ternura artificial» que reflexiona sobre los mecanismos que activan la memoria, a partir de evocaciones de nostalgia sensorial, a la vez que cuestiona la naturaleza de los vínculos emocionales posibles con distintas tecnologías y estéticas.

El toque innovador (y la propuesta original):

Una de las claves de este proyecto es su enfoque, que va más allá de lo sensible y atiende aspectos de sostenibilidad. Al usar herramientas que no requieren un servidor externo, ayuda a reducir el impacto ecológico que generalmente se asocia con el entrenamiento y el uso de modelos de IA de gran escala.



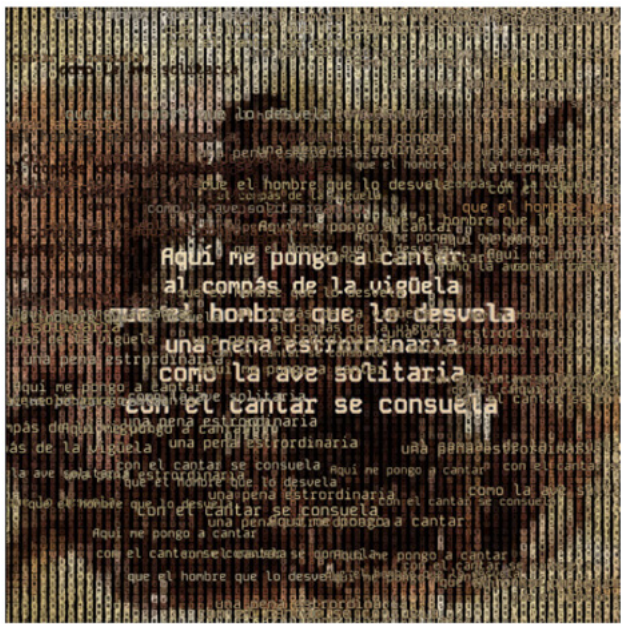
²⁶ https://www.youtube.com/watch?v=Y01ZFBipZ-yl&list=PLrCORzHhF1pHK83EOnQGeoRjL_LP1zn-Kl&index=3

3.3. *A hacker in the Pampas*²⁷

Creador(es)	Helio Santos
Disciplina	Artes visuales
País	México y Argentina
Herramienta(s) IA	Processing, Midjourney, Stable Diffusion

¿En qué consiste? Un proyecto de poesía visual generativa. Un algoritmo selecciona aleatoriamente una estrofa del poema *Martín Fierro* y una de las cien ilustraciones generadas por el artista italoargentino Tomás Di Taranto para el mismo, y a partir de ellas genera una nueva imagen abstracta que fusiona color y texto.

El toque innovador (y la propuesta original): La filosofía detrás del proyecto es que «el arte es generación de conocimiento». La innovación no está solo en la estética resultante, sino en el proceso mismo: usar la IA como un sistema para crear conexiones inesperadas, aleatorias o algorítmicas entre texto e imagen, generando así nuevas formas de interpretar y conocer una obra clásica.



²⁷ <https://objkt.com/collections/fxhash/projects/31275>

3.4. *Tesoros especulativos*²⁸

Creador(es)	Juan Covelli
Disciplina	Artes visuales
País	Colombia
Herramienta(s) IA	Redes Adversariales Generativas (GAN), Transformer2NeRF

¿En qué consiste? El proyecto utiliza una IA entrenada para reconstruir imágenes de piezas de orfebrería del Tesoro Quimbaya, que actualmente se encuentra en un museo en Madrid. El algoritmo crea representaciones especulativas de los artefactos, que transitan entre lo 2D y lo 3D.

El toque innovador (y la propuesta original): Aquí, la IA se usa como una herramienta de activismo decolonial. El proyecto utiliza la tecnología para redefinir los argumentos sobre la repatriación del patrimonio. El eje narrativo es que «no se trata solo de los objetos, sino de los discursos que los rodean y de quién tiene el poder de contarlos», usando la IA para desafiar las narrativas coloniales.



²⁸ <https://www.unbosque.edu.co/centro-informacion/bosque-contexto/tesoro-quimbaya-reimaginado-inteligencia-artificial>

3.5. ¿Puede la IA ser feminista?²⁹

Creador(es)	Colectiva Femias y Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz
Disciplina	Artes visuales
País	España
Herramienta(s) IA	N/A

¿En qué consiste? Es una exposición desarrollada por la Colectiva Femias —formada por Aiskoa Pérez, Alejandra Bueno y Laura MM— en colaboración con Mugarik Gabe, dentro de la Convocatoria de Arte y Derechos Humanos 2025 impulsada por el Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz.

El toque innovador (y la propuesta original): La muestra propone una reflexión colectiva sobre las inteligencias artificiales generativas, especialmente las que producen imágenes, y sobre las brechas de género, geográficas y culturales, que atraviesan su funcionamiento. A través del arte, se busca acercar al público a esta tecnología, entender sus sesgos y abrir un debate sobre los derechos humanos en la era digital. El proyecto cuenta además con la participación de dos artistas latinoamericanas, Rocío Soria Díaz y Felipe Rivas San Martín, cuyas obras y miradas aportan la visión del Sur Global sobre las inteligencias artificiales y sus imaginarios, ampliando la conversación más allá de los centros tecnológicos hegemónicos.

La muestra se divide en cinco espacios: «Contexto», «Taxonomías», «Imaginario de la IA», «Imaginario disidente» y «Evaluando la mirada», que ofrecen un recorrido que va desde las nociones básicas sobre la inteligencia artificial y su impacto en los derechos humanos hasta la representación visual generada por estas tecnologías.

²⁹ <https://femias.art/pf/puede-la-ia-ser-feminista/>

El público es invitado a reflexionar, interactuar y cuestionar su propia relación con la tecnología, entendiendo que las herramientas digitales no son neutras, sino reflejo de las estructuras sociales que las crean.



3.6. *Hauntology for Beginners*³⁰

Creador(es)	Boris Eldagsen
Disciplina	Fotografía
País	Francia
Herramienta(s) IA	Seedream 4 (imágenes), VEO 3.1 y Minimax 2.5 (animación), Eleven Labs (voice swap)

¿En qué consiste? Una exhibición que cuestiona la naturaleza de la imagen en la era de la IA. El primer capítulo de la exposición, «Something Is Missing and You Know It», está imbuido de una pregunta que recorre todo el texto: ¿qué sucede cuando la fotografía pierde su materialidad y se reencarna a través de la inteligencia artificial? ¿Cuando un artista crea, no con una cámara, sino con una computadora?

El segundo capítulo, «The Desired Sensation Is Not Available», está concebido como una instalación única; el artista se apropia y reinventa por completo el espacio que se le confía. El enfoque ya no se limita a la fotografía, sino a la creación artística en general, cuestionando la brecha entre la producción artística artesanal y la creada a

³⁰ <https://www.eldagsen.com/hauntology/>

través de la inteligencia artificial. Paralelamente, Boris Eldagsen presenta su serie de vídeos AI Art Rant, que ha ganado premios en varios festivales dedicados a vídeos generados por IA.

El toque innovador (y la propuesta original): Boris Eldagsen acuñó el término «promptografía», definiendo una nueva práctica artística: el arte de escribir instrucciones para los sistemas de IA. Al darle un nombre y un marco conceptual a esta nueva forma de «escritura visual», ayuda a legitimar y entender el proceso creativo detrás de las imágenes generadas por IA.



4. Libros y audiolibros: la revolución de la palabra

La industria editorial está adoptando la IA para transformar cada etapa del ciclo de vida de un libro, en cualquiera de sus formatos (impreso, electrónico, sonoro...). Desde la producción ultrarrápida de libros y audiolibros hasta la optimización invisible de las ventas, los algoritmos se están convirtiendo en una fuerza silenciosa, pero poderosa, que redefine cómo se crean, descubren y consumen las historias.

4.1. Producción de audiolibros en Urano World³¹

Creador(es)	Urano World
Disciplina	Libros y audiolibros
País	España
Herramienta(s) IA	Modelos de Texto-a-Voz (TTS)

¿En qué consiste? La editorial utiliza inteligencia artificial para la producción de audiolibros, un proceso que permite reducir significativamente los tiempos de grabación y los costos asociados.

El toque innovador (y la propuesta original): La innovación principal es la democratización y eficiencia en la producción de audiolibros. El sistema de Urano World integra soluciones de más de diez proveedores de voces, lo que permite ofrecer una amplia gama de opciones adaptadas a las necesidades de cada proyecto, autor o contrato. La personalización de la voz, la entonación y el estilo narrativo son cada vez más sofisticados, y la editorial creó la primera agencia de representación de voces clonadas, Voice Booster Agency, para custodiar los derechos de los narradores y ampliar sus oportunidades de negocio. Al bajar las barreras de costo y tiempo, la IA permite que más libros puedan ser convertidos a formato de audio, ampliando exponencialmente el catálogo disponible para los oyentes.



³¹ <https://www.infobae.com/cultura/2025/05/24/la-inteligencia-artificial-impulsa-el-boom-de-los-audiolibros-en-espanol/>

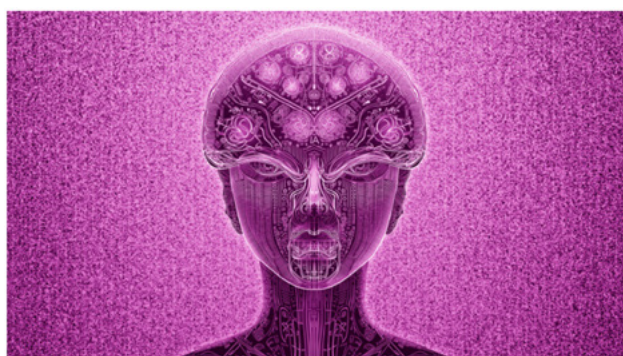
4.2. Quispe Chequea: producción de contenidos en lenguas indígenas³²

Creador(es)	OjoPúblico
Disciplina	Libros y audiolibros
País	Perú
Herramienta(s) IA	Tacotron 2

¿En qué consiste? OjoPúblico desarrolló Quispe Chequea, una herramienta que utiliza recursos de inteligencia artificial generativa para producir contenido de texto y audio en lenguas originarias. El medio está usando la herramienta para facilitar la generación de información en redacciones pequeñas de comunidades indígenas en Perú. Un proyecto que utilizó IA generativa para producir contenidos con voz sintetizada en varios idiomas indígenas amazónicos, como el quechua, el aymara y el awajún.

El toque innovador (y la propuesta original):

Esta iniciativa permite crear contenidos de tipo periodístico en lenguas originarias o cooficiales que de otro modo, por razones comerciales, no existirían. Es un claro ejemplo de cómo la IA puede usarse para la inclusión lingüística y la preservación cultural, además de sentar bases para el uso ético de la clonación de voz.



³² <https://ojo-publico.com/4879/quispe-chequea-inteligencia-artificial-contra-la-desinformacion>

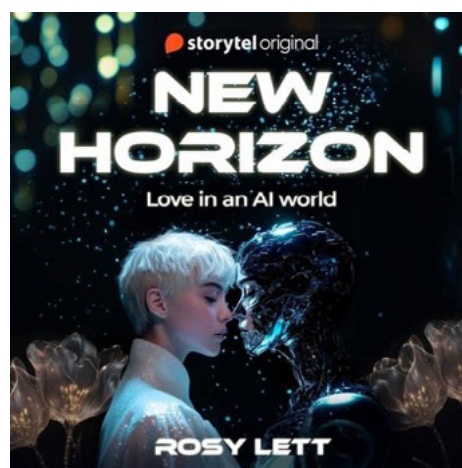
4.3. New Horizon³³

Creador(es)	Storyside/Storytel ³⁴
Disciplina	Libros y audiolibros
País	Suecia
Herramienta(s) IA	N/A (múltiples herramientas internas)

¿En qué consiste? Un proyecto piloto para crear un audiolibro utilizando la ayuda de la inteligencia artificial en cada una de las fases del proceso: desde la creación del manuscrito y su edición, hasta la producción del audio y su posterior campaña de marketing.

El toque innovador (y la propuesta original):

El valor de este proyecto es su naturaleza exploratoria. Fue diseñado explícitamente para aprender sobre el uso de la IA en todo el flujo de trabajo editorial, desde la elección/diseño de su autor hasta el fin de conocer sus limitaciones y evaluar sus resultados. Representa un enfoque estratégico y de aprendizaje para integrar una nueva tecnología de forma integral dentro de una compañía.



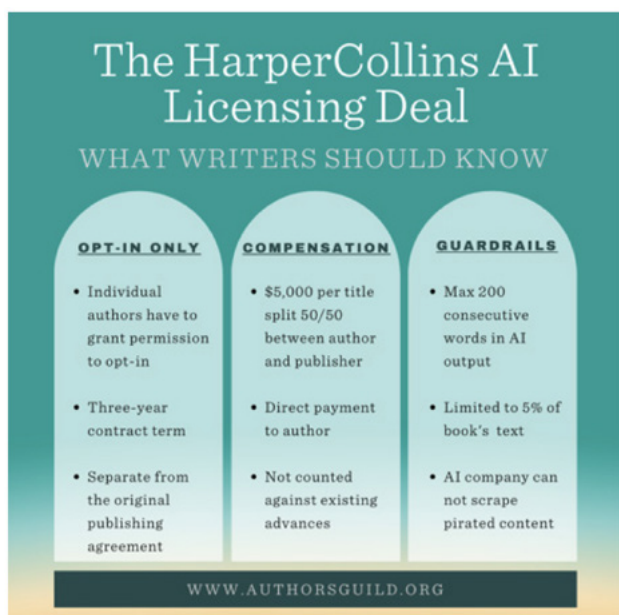
³³ https://www.storytel.com/es/books/new-horizon-love-in-an-ai-world-10337288?srsltid=AfmBOoqkc2kWQfYRbr3F_ykrNSgHGhDN-F6Z-yb3uTgT-ynsf_yMP1see

³⁴ <https://press.storytel.com/post/storytel-releases-its-first-fully-ai-produced-audiobook-new-hori>

4.4. Uso del catálogo Harper Collins para entrenar IA³⁵

Creador(es)	Harper Collins y Microsoft
Disciplina	Libros y audiolibros
País	Estados Unidos
Herramienta(s) IA	N/A (acuerdo de entrenamiento de modelos)

¿En qué consiste? Un acuerdo pionero en el sector editorial por el cual Harper Collins ha permitido que Microsoft utilice los libros de su catálogo para entrenar modelos de lenguaje. Los autores pueden excluir voluntariamente sus obras (*opt-out*) o, en caso contrario, participar de una compensación económica.



El toque innovador (y la propuesta original):

Esta iniciativa establece un modelo de consentimiento informado y colaboración ética. Tanto la editorial como el autor pueden definir la manera en que permiten que sus contenidos sean utilizados dependiendo del tipo de contratación: 1) un

³⁵ <https://www.transparencycoalition.ai/news/harpercollins-ai-deal-with-microsoft-sets-first-public-price-for-training-data>

contrato conjunto editor-autor (en el que existe una compensación de cinco mil dólares repartida al cincuenta por ciento entre el editor y el autor, y con un texto resultante con un máximo de doscientas palabras consecutivas del texto original); 2) un contrato directamente con el autor a tres años (con un pago variable y directo al autor, así como una restricción de réplica del 5 % de la extensión del libro); y 3) un contrato firmado entre el autor y la editorial (con un adelanto por separado, sin la posibilidad de que la compañía de IA pueda retirar el contenido pirateado). En lugar de enfrentamientos legales, propone una vía para rentabilizar los catálogos editoriales, asegurando transparencia y respetando los derechos de autor. Es un marco que podría definir el futuro de la relación entre la industria editorial y los desarrolladores de IA.

4.5. Mejora de metadatos ORIM³⁶

Creador(es)	ORIM (Open Road Integrated Media)
Disciplina	Libros y audiolibros
País	Estados Unidos
Herramienta(s) IA	N/A (sistema propio de optimización)

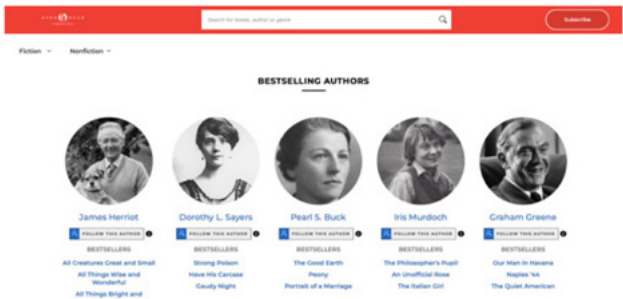
¿En qué consiste? La empresa ORIM, Open Road Integrated Media, ha logrado duplicar sus ingresos en ciertos títulos gracias a un sistema de optimización de catálogo basado en IA, que mejora dinámicamente los metadatos, las etiquetas y el posicionamiento de los libros en las plataformas comerciales.

El toque innovador (y la propuesta original):

Este caso demuestra que la IA no solo es una herramienta de creación, sino una palanca estratégica para el descubrimiento. En un mercado digital saturado, la IA se convierte en un curador invisible que rescata títulos del olvido, demostrando que el valor de un libro no reside

³⁶ <https://openroadmedia.com/>

solo en su contenido, sino en su capacidad de ser encontrado por el lector adecuado en el momento preciso.



4.6. Scopus AI³⁷

Creador(es)	Elsevier
Disciplina	Libros y audiolibros
País	Países Bajos
Herramienta(s) IA	Scopus AI

¿En qué consiste? La editorial académica Elsevier desarrolló Scopus AI, una herramienta de búsqueda inteligente impulsada por IA generativa que ayuda a los investigadores a navegar y comprender la vasta cantidad de conocimiento disponible en Scopus, la base de datos de resúmenes y citas más grande del mundo.

El toque innovador (y la propuesta original): Aquí la IA no solo crea contenido, sino que aporta un valor inmenso a su consumo. Actúa como un guía de confianza que permite a los académicos y los científicos enriquecer sus conocimientos con una velocidad y claridad sin precedentes, transformando la forma en que se accede y se utilizan los contenidos de no ficción, los textos académicos y la información científica.

³⁷ <https://www.elsevier.com/es-es/products/scopus/scopus-ai>



5. Música y pódcast: el sonido del futuro

La inteligencia artificial está afinando sus capacidades para convertirse en una colaboradora clave en la producción musical y de pódcast. Desde completar sinfonías inconclusas o perdidas hasta clonar voces de forma ética, la IA está cambiando la forma en que creamos, escuchamos y preservamos nuestro patrimonio sonoro.

5.1. *Relatos sintéticos: un pódcast y tres IA*³⁸

Creador(es)	Prodigioso Volcán
Disciplina	Pódcast
País	España
Herramienta(s) IA	GPT-3, Monoceros Labs, YesWeCast, Midjourney

¿En qué consiste? Un pódcast de tres relatos de terror, inspirados en los clásicos radiofónicos del siglo xx. Desarrollado en tan solo quince días, el proyecto combina la creatividad humana con tres IA diferentes para la elaboración del guion, las voces sintéticas, el diseño sonoro y las ilustraciones.

El toque innovador (y la propuesta original): Este proyecto fue pionero en España y destaca por su agilidad (quince días de producción) y su

³⁸ <https://www.prodigiosovolcan.com/proyectos/relatos-sinteticos-podcast-ia/>

integración de múltiples IA en un solo producto narrativo. Demuestra el potencial de la IA para acelerar procesos, ampliar la experimentación y abrir un nuevo camino en la producción de pódcast, siempre bajo una dirección creativa humana.



5.2. Voz Cantora LATAM³⁹

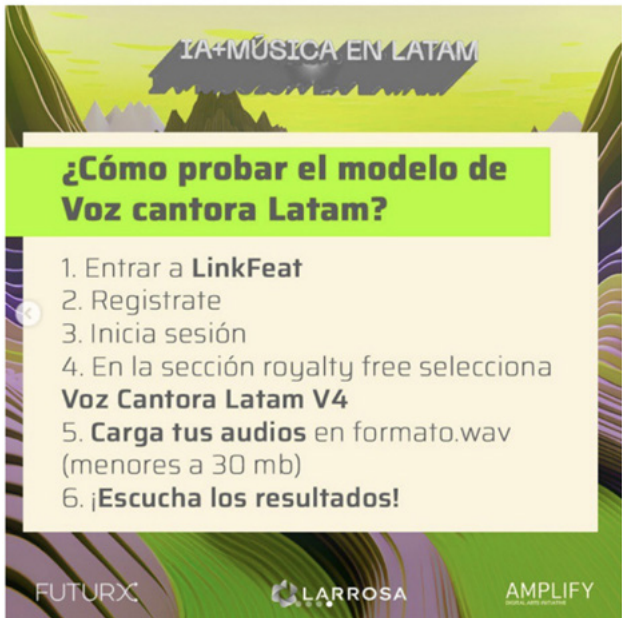
Creador(es)	Futurx, Larrosa, Berenice Llorens, Pol Lain
Disciplina	Música
País	Regional con base en Argentina
Herramienta(s) IA	Ktonal, SO-VITS, RVC, ChatGPT-4, Moises, Linkfeat

¿En qué consiste? Un experimento pionero que explora la clonación de voces y la creación musical con IA. El proyecto creó una «cantora digital» a partir de las voces de destacadas cantantes de Latinoamérica para analizar cómo la IA puede amplificar y preservar identidades culturales.

El toque innovador (y la propuesta original): Este es un proyecto experimental y sin fines

³⁹ <https://www.larrosa.pro/post/conocé-a-voz-cantora-latam-un-experimento-sobre-clonación-de-voz-con-ia>

de lucro enfocado en el uso ético de la IA en la música. Su innovación radica en su enfoque en la identidad vocal y la creatividad, explorando cómo la tecnología de clonación puede ser una herramienta para la cultura en lugar de una amenaza.



5.3. Estación Podcast⁴⁰ – Aplicaciones de IA internas

Creador(es)	Estación Podcast
Disciplina	Pódcast
País	España
Herramienta(s) IA	Whisper, AssemblyAI, LLMs (GPT), Adobe Podcast, y otras

¿En qué consiste? El festival Estación Podcast ha diseñado un plan estratégico para integrar un conjunto de aplicaciones de IA en su operación. El objetivo es mejorar la gestión del festival, la experiencia del público y el análisis del ecosistema del pódcast en español.

El toque innovador (y la propuesta original): La innovación reside en la visión sistemática y

⁴⁰ <https://www.estacionpodcast.com/>

estratégica. En lugar de un uso aislado, proponen un ecosistema de herramientas de IA para automatizar la curaduría, generar recomendaciones personalizadas, crear asistentes conversacionales, mejorar la accesibilidad con transcripciones y subtítulos, y mucho más. Es un modelo de cómo un evento cultural puede modernizarse integralmente con IA.



5.4. Traducción de «Rockin’ Around the Christmas Tree»⁴¹

Creador(es)	Universal Music Group / SoundLabs
Disciplina	Música
País	Estados Unidos (mercado hispanohablante)
Herramienta(s) IA	SoundLabs MicDrop

¿En qué consiste? Crearon la primera versión oficial en español del clásico navideño «Rockin’ Around the Christmas Tree». Utilizando IA, recrearon la voz de la artista original, Brenda Lee, cantando en español, manteniendo la música y los coros originales.

El toque innovador (y la propuesta original): Este es un ejemplo paradigmático del uso ético de la IA en la música, ya que contó con la

⁴¹ <https://www.universalmusic.com/brenda-lees-iconic-rockin-around-the-christmas-tree-released-in-spanish-for-the-first-time-with-help-from-sound-labs-ais-responsibly-trained-micdrop-ai-tech/>

aprobación explícita de la artista. Representa un hito que combina el respeto al legado musical y los derechos de autor con la innovación tecnológica, abriendo un nuevo camino para adaptar el patrimonio cultural a mercados globales.



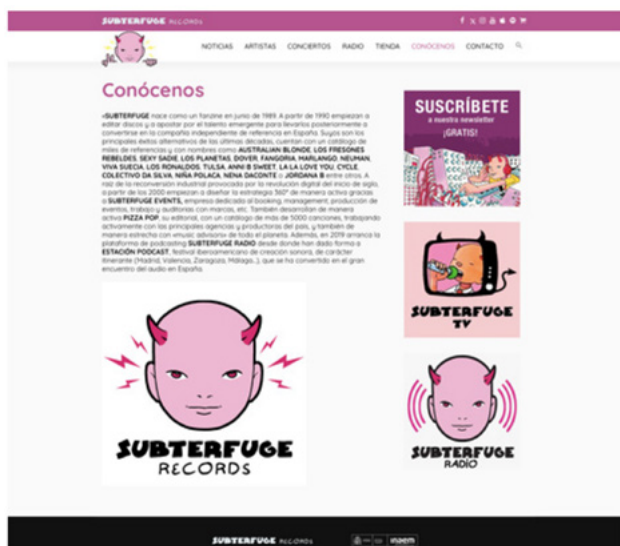
5.5. Flujo de trabajo con IA en Subterfuge Records⁴²

Creador(es)	Subterfuge Records
Disciplina	Música
País	España
Herramienta(s) IA	Chartmetric, GPT-3 / LLMs, IA de conversión de imágenes

¿En qué consiste? La histórica discográfica española ha incorporado herramientas de IA para optimizar sus procesos de búsqueda de talento (A&R), trabajo editorial y gestión de materiales para la distribución musical.

El toque innovador (y la propuesta original): La IA, en esta disquera, no sustituye la labor humana, sino que la exponencia. Permite al equipo de A&R analizar una cantidad masiva de datos para detectar talento emergente, reducir la carga de trabajo operativo y tomar decisiones más informadas. Es un ejemplo de cómo una discográfica consolidada puede ganar eficiencia y mejorar sus procesos clave integrando la IA en su flujo de trabajo.

⁴² <https://www.subterfuge.com/c>



5.6. Beethoven X – Symphony No. 10⁴³

Creador(es)	Deutsche Telekom, Instituto Karajan, Orquesta Beethoven de Bonn
Disciplina	Música
País	Alemania
Herramienta(s) IA	Playform AI, modelos de <i>machine learning</i>

¿En qué consiste? Un proyecto que logró completar la *Décima sinfonía* de Beethoven, inacabada tras su muerte. Una IA, entrenada con los bocetos del compositor y toda su obra, colaboró con musicólogos y compositores humanos para generar material musical coherente con su estilo.

El toque innovador (y la propuesta original):

La IA actuó como una herramienta de apoyo supervisada, no como un sustituto del genio creativo. Extendió motivos musicales y propuso desarrollos, siempre bajo la validación de expertos humanos. El resultado fue tan convincente que, en pruebas a ciegas, incluso los especialistas tuvieron dificultades para distinguir entre el

⁴³ https://www.youtube.com/watch?v=_vaJGvCWepk

material original y el generado por la IA, demostrando un nivel de colaboración artística sin precedentes.



6. Videojuegos: mundos interactivos inteligentes

En la industria de los videojuegos, el uso ampliado de la IA no es nuevo; sin embargo, las herramientas generativas están revolucionando la forma en que se crean mundos, personajes y experiencias de juego. Desde el arte conceptual hasta el testeo de calidad, la IA está acelerando el desarrollo y abriendo la puerta a una nueva era de jugabilidad dinámica y personalizada.

6.1. Blum Studios⁴⁴

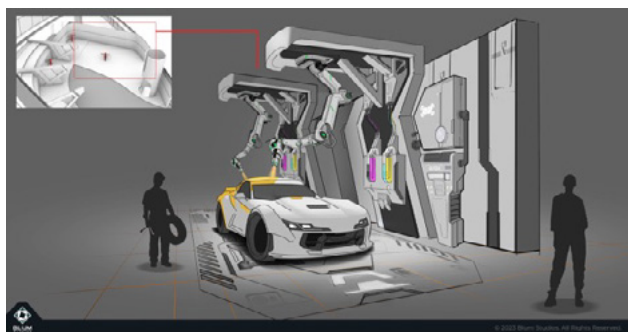
Creador(es)	Blum Studios
Disciplina	Arte
País	Perú
Herramienta(s) IA	Scenari

¿En qué consiste? El estudio de videojuegos integra la herramienta Scenari en su fase temprana de desarrollo para acelerar la creación de arte conceptual. A partir de bocetos y descripciones textuales, generan múltiples variaciones estéticas para visualizar rápidamente la dirección artística del proyecto.

⁴⁴ <https://blumstudios.com/>

El toque innovador (y la propuesta original):

Este proyecto ejemplifica un modelo híbrido perfecto: la IA funciona como un asistente creativo que acelera y amplifica la capacidad del equipo, pero todas las imágenes generadas pasan por una revisión y supervisión artística humana. Esto permite optimizar los tiempos de preproducción y explorar más ideas sin perder el control creativo ni la identidad estética del estudio.



6.2. Hungry Frog⁴⁵

Creador(es)	Hungry Frog
Disciplina	QA (Quality Assurance)
País	Argentina
Herramienta(s) IA	ChatGPT

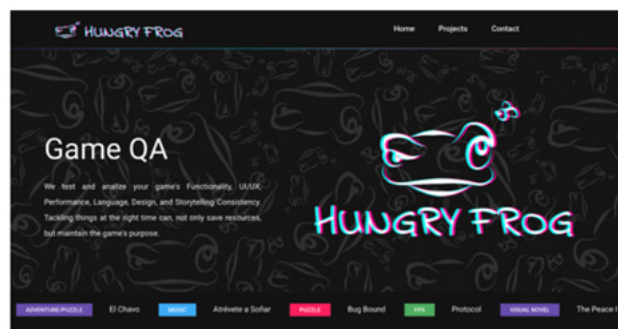
¿En qué consiste? Un estudio argentino especializado en control de calidad para videojuegos utiliza ChatGPT para diseñar y ampliar sus casos de prueba. Le piden a la IA que proponga formas alternativas y no evidentes de «romper» el juego para descubrir fallos.

El toque innovador (y la propuesta original):

La IA se utiliza como un generador de hipótesis de prueba, enriqueciendo la profundidad del proceso de aseguramiento de calidad, Quality Assurance (QA), para anticipar fallos inesperados. Lo más importante es que lo hacen respetando los acuerdos de confidencialidad con sus clientes, usando solo descripciones abstractas

⁴⁵ <https://hungry-frog.com/>

en los *prompts*. Es un caso de uso inteligente que mejora la metodología sin comprometer la propiedad intelectual.



6.3. Plaemo⁴⁶

Creador(es)	Plaemo
Disciplina	Desarrollo
País	Argentina
Herramienta(s) IA	Replit

¿En qué consiste? Un estudio que diseña herramientas para crear videojuegos narrativos utiliza Replit, un entorno de desarrollo con IA integrada, para prototipar rápidamente sistemas de novelas visuales, mecánicas de diálogo y lógicas de elección.

El toque innovador (y la propuesta original):

El uso de un entorno con IA integrada acorta significativamente el ciclo de prototipado, permitiendo probar y validar ideas narrativas en horas en lugar de días. La IA no reemplaza la escritura, pero ofrece un soporte crucial para visualizar y ajustar ideas con agilidad, fomentando un diseño más iterativo y experimental.

⁴⁶ <http://plaemo.com/>

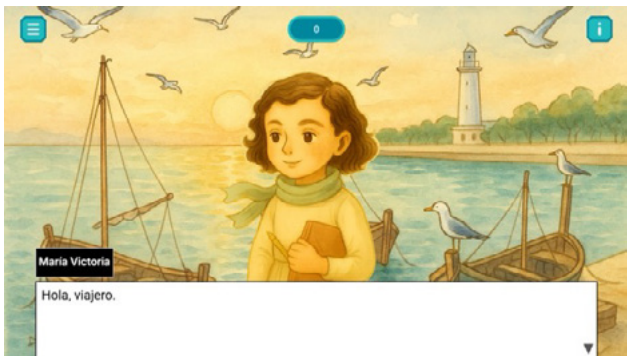


6.4. Novelingo Studio⁴⁷

Creador(es)	Novelingo Studio
Disciplina	Game design y márketing
País	España
Herramienta(s) IA	Google (Gemini)

¿En qué consiste? Este estudio integra herramientas de IA dentro de su propia plataforma para acelerar la generación de contenido narrativo y visual para sus clientes. Utilizan modelos como Gemini para crear historias y escenas, y también para sus estrategias de márketing y comunicación.

El toque innovador (y la propuesta original): La innovación reside en la integración holística de la IA, no solo como una herramienta de producción de contenido, sino también como un pilar para la comunicación y el márketing. Además, su investigación para integrar modelos que se ejecuten localmente muestra una visión a futuro hacia una mayor autonomía tecnológica.

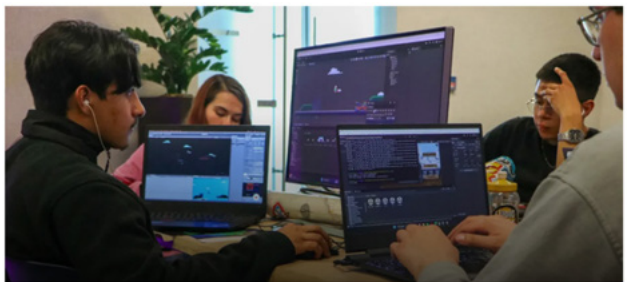


6.5. Curso de preproducción de videojuegos en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey⁴⁸

Creador(es)	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey
Disciplina	Arte
País	México
Herramienta(s) IA	Adobe (Firefly)

¿En qué consiste? En un curso de preproducción de videojuegos, se empleó Adobe Firefly para que los estudiantes generaran elementos visuales para sus *moodboards*. La IA funcionó como un acelerador creativo para explorar atmósferas, estilos y conceptos para personajes y entornos.

El toque innovador (y la propuesta original): Este es un caso ejemplar de buenas prácticas pedagógicas. La IA se utilizó con un marco ético claro: las imágenes generadas eran solo disparadores creativos, no los *assets* finales, y su origen artificial fue comunicado de forma transparente. El proceso incluyó una reflexión crítica sobre los límites y los riesgos de la herramienta, enseñando a los futuros profesionales a integrar la IA en su flujo de trabajo sin reemplazar su propio dominio técnico y artístico.



⁴⁸ <https://tec.mx/es>

6.6. Lake System⁴⁹

Creador(es)	Tryll Engine
Disciplina	Desarrollo
País	Rusia
Herramienta(s) IA	Tryll Engine

¿En qué consiste? Tryll Engine es una tecnología que permite que los modelos de IA se ejecuten localmente en los dispositivos de los jugadores, en lugar de en la nube. Funciona como un complemento (*plug-and-play*) para los motores de juego más populares, como Unreal y Unity.

El toque innovador (y la propuesta original):

Esta solución aborda los principales obstáculos para la adopción de IA en videojuegos: los altos costos, los largos tiempos de integración y los problemas de privacidad. Al eliminar la dependencia de servidores externos, habilita nuevas formas de *gameplay* personalizadas y dinámicas, posicionándose como una capa de infraestructura fundamental para el futuro de los juegos, similar a un «DirectX para la IA».



A través de esta galería de proyectos, queda claro que la inteligencia artificial no está aquí para reemplazar la creatividad humana, sino para exponerla. Emerge como una poderosa aliada para los creadores, una compañera de diálogo capaz de optimizar procesos tediosos, abrir vías de experimentación antes inimaginables y permitir la realización de ideas de una complejidad y escala que antes eran imposibles. Desde completar una sinfonía de Beethoven hasta luchar por la justicia patrimonial, la IA se está convirtiendo en una herramienta tan versátil como la imaginación misma. La verdadera pregunta ya no es si las máquinas pueden crear, sino ¿qué otras maravillas nacerán de esta nueva y fascinante colaboración entre la mente humana y la inteligencia artificial..., y cómo podremos utilizarla para ser una sociedad más sensible, consciente y justa?

⁴⁹ <https://lakesystem.net/>

SECCIÓN 3: Impacto y transformación en las industrias creativas a partir de la proliferación de la inteligencia artificial (IA)

El impacto de la inteligencia artificial (IA) en las industrias creativas está siendo considerado profundo, transversal y estructural, ya que estas tecnologías han dejado de ser una novedad para convertirse en una herramienta fundamental de producción y optimización.

Esta sección del reporte es el resultado del diálogo con alrededor de cuarenta creadores, curadores, editores, gestores culturales y líderes de opinión dentro de las seis industrias creativas exploradas (artes escénicas, artes visuales, cine y televisión, literatura, música y videojuegos) entrevistados por nuestros seis asesores expertos en cada uno de estos sectores. En la búsqueda por ser sincréticos hemos incluido solo algunas de las voces que mejor ilustran el sentir generalizado o los patrones identificados en torno al tema, así como algunas visiones particularmente reveladoras.

Podemos decir, por lo pronto, que existe en la visión grupal un consenso importante: la IA está abriendo nuevas rutas creativas y productivas, las cuales están siendo exploradas con distintos grados de entusiasmo y resultados. A la vez, parece existir también una cautela generalizada en la manera de incorporarla a las prácticas artísticas y un llamado a monitorear y regular su uso en la búsqueda por garantizar que aquello que posibilite sea de beneficio común.

A continuación, se detallan los ejes principales que han sido constantes sobre este impacto y los escenarios que se están generando.

1. Optimización de recursos

Uno de los impactos más patentes en las diversas industrias creativas es la optimización en el uso de recursos de todo tipo. El director,

productor y experto en animación mexicano **Luis Téllez** lo resume de manera contundente a partir de lo que está sucediendo ya (y de lo que anticipa) dentro de la industria audiovisual: «Una de las transformaciones más claras es la reducción de tiempos en procesos clave como la planeación, las revisiones y la previsualización. Esto no solo acelera los flujos de trabajo, sino que permitirá probar más, equivocarse más barato y llegar más lejos en la exploración de ideas». El impacto inmediato: «Un aumento en el volumen de trabajo y de entregables, pero también una mayor capacidad de decisión creativa en etapas tempranas».

Mónica Colomer, directora general del Español en el Mundo, subraya que para la industria editorial, por ejemplo, la IA puede «facilitar el trabajo susceptible de automatización en todos los ámbitos de la gestión empresarial: financiación, recursos humanos, comercialización y ventas, producción y logística». Las repercusiones de la IA generativa, según Colomer, tienen ya «enormes consecuencias en el aumento de la productividad» y está asistiendo ya la toma de decisiones.

Además de la optimización de recursos, **Carlos Galán**, fundador de Subterfuge Records, destaca el uso de la IA «en tareas técnicas altamente especializadas, como la recuperación, restauración o preservación de másters musicales». En este sentido, señala el valor de estas tecnologías para rescatar materiales que de otro modo se perderían, explicando que «todo el desarrollo de recuperación y restauración de posibles másters que se han perdido es de enorme valor»; por lo tanto, preservan un recurso invaluable.

Pensemos también en el impacto que la IA tiene en la optimización en etapas tempranas del proceso creativo como la que permite la tecnología XR Stag, una plataforma de IA particularmente potente dentro del ámbito escénico: se trata de una herramienta de simulación virtual basada en visualización 3D inmersiva para el diseño de producciones escénicas que comienza a ser utilizada

en teatros alrededor del mundo para optimizar procesos de producción mediante gemelos digitales de los escenarios. XR Stage permite, por ejemplo, visualizar montajes en tiempo real mediante realidad virtual o aumentada, lo cual facilita la experimentación, colaboración y planificación escénica sin depender de modelos físicos a escala, que serían inviables económicamente hablando y muy difíciles de generar en estas etapas del proceso creativo.

2. Democratización de acceso

Otro de los efectos más notables que el uso de la IA tiene en las industrias creativas, y que va en la misma línea de la optimización, es la democratización, o capacidad de reducir barreras de entrada a los creadores, permitiendo que artistas independientes, gestores, colectivos o compañías pequeñas compitan en niveles antes reservados para grandes corporaciones.

En el sector editorial, por ejemplo, **Javier de Puerto**, fundador de *Kwalia*⁵⁰, editorial cien por cien enfocada en el uso de la IA no solo como herramienta, sino como parte de la propia creatividad, afirma que la IA permite «activar y monetizar un inmenso capital creativo que hasta hoy quedaba fuera del mercado por falta de medios». Y es que, a través de herramientas que aceleran y mejoran la eficiencia de procesos de producción como la corrección de estilo, la traducción o la conversión de texto a audio, se están impactando profundamente el alcance y la monetización de los catálogos editoriales, así como de las obras de autores independientes, al posibilitar la incursión en nuevos mercados y públicos, en una industria que suele tener pocos recursos para impulsar contenidos a distintas lenguas y formatos.

Por otra parte, en la industria audiovisual también se está viendo que la IA abre la posibilidad de que artistas y pequeños equipos se

conviertan en su propia empresa, sin necesidad de una gran infraestructura, en una tendencia contraria al temor inicial de que la IA generaría un desplazamiento en la fuerza creativa y que los estudios prescindirían de artistas. Si bien es posible que algunas empresas buscarán reducir costos sustituyendo mano de obra, muchos creadores están eliminando estructuras pesadas y operando de forma mucho más autónoma. «En contextos como el latinoamericano, donde históricamente se ha trabajado con recursos limitados, esto no es una fantasía futurista, sino una evolución brutal de la autogestión», apunta acertadamente el director, productor y fundador de Inzomnia Animación **Luis Téllez**.

En las artes escénicas, la coreógrafa mexicana **Daniela Urías** describe la IA como una «gran enciclopedia donde se puede profundizar aún más sobre temas en específico», permitiendo un acceso ilimitado a información y posibilidades casi infinitas de interacción con ella, mientras que el artista visual argentino **Joaquín Seguí** considera que esta democratización no solo es de acceso a la industria, sino que existe tanto en términos simbólicos como operativos, pues encuentra, por ejemplo, que al alimentar y entrenar a la IA se ve envuelto en «un proceso en el que colectivamente estamos todxs».

3. Transformación del proceso creativo

Todo el proceso creativo, desde la ejecución a la dirección, está siendo trastocado y reformulado gracias a la IA, que está desplazando el esfuerzo humano desde las tareas manuales y repetitivas hacia el diseño de sistemas y la curaduría.

En las artes visuales, por ejemplo, los artistas están experimentando una deconstrucción de sus procesos. La mayoría de los artistas que han estado experimentando con la IA hablan sobre la deconstrucción de sus procesos creativos, las nuevas formas de trabajo y

⁵⁰ <https://kwalia.ai/>

de pensamiento a las que les induce, y hasta cómo ven la IA como un espejo de sus propias búsquedas y experimentaciones. La arquitecta y artista plástica mexicana **Malitzin Cortés** describe incluso una sensación de cercanía con la herramienta: «Es muy difícil quitar esa capa que nos hace sentir que estamos colaborando con un ente y me es inevitable sentir cierta cercanía y sentirme muy feliz cuando parece adivinar mi pensamiento, cuando la usamos y refleja algo de nosotros».

En la literatura, **Julio Rojas**, guionista chileno, la define como «una herramienta amplificadora y no de sustitución cognitiva», una tecnología que permite a los autores «interactuar de formas nuevas con los universos narrativos propios y ajenos».

Cristian Larrosa, CEO de Larrosa.pro, expertos en financiación y nuevas tecnologías para la industria musical, explica que la IA ha acelerado todas las etapas de la composición y la producción, e identifica también nuevas tendencias creativas impulsadas por la IA: microhistorias ultracortas, reinterpretaciones instantáneas, artistas generados con IA, contenidos híbridos (música + imagen + narrativa), formatos personalizados, experiencias inmersivas y educación creativa guiada por IA. Sin embargo, señala una reacción interesante: el auge de una «tendencia artesanal de la creación que vuelve a la raíz», donde la calidad extrema se vuelve diferencial ante el exceso de contenido. La IA también está modificando la estructura de los contenidos, que ahora, en su opinión, se conciben como piezas modulares y adaptables. Como explica, «antes se pensaba linealmente y ahora se construyen piezas que pueden expandirse, reducirse o versionarse automáticamente».

Abigail Jara, coreógrafa e investigadora, dirige la primera compañía mexicana en desarrollar robots para la escena y habla sobre el impacto de la IA en su obra: «En mi trabajo ha modificado profundamente la manera en que abordo los procesos artísticos; ha transformado la forma

en que nos aproximamos a las corporalidades y a los conceptos y temáticas que nos interesa tratar. El uso de la IA es una herramienta que nos ayuda a ser más eficientes, sobre todo en el procesamiento de datos en la relación humano-máquina dentro de la escena, a través de sensores y sistemas para generar una relación entre el cuerpo humano, lo sonoro y lo visual en el trabajo de mi compañía».

El artista plástico colombiano **Juan Covelli** también gusta de explorar la IA de manera expandida, al generar posibilidades narrativas que cuestionen y resignifiquen qué es el patrimonio cultural, es decir, cómo repatriar lo simbólico de una manera especulativa. En proyectos como su expo *Tesoros especulativos*, la IA le ha permitido «un impacto narrativo en la producción de la obra, que le da otra dimensión».

La dramaturga e investigadora mexicana **Fernanda del Monte** considera que «en las prácticas performativas hay cosas fantásticas. Pienso en artistas de poesía expandida que alimentan con programación cierto movimiento escenotécnico o conceptual de sus propias piezas. La IA es un cúmulo de datos y tenemos, gracias a ella, acceso a mucha información que el arte debe traducir en sensorialidad y discurso. Nos ha puesto en jaque, cualquier artista escénico se pregunta: ¿qué debo hacer con esto?».

4. El reto de la identidad y el criterio humano

A pesar de las facilidades técnicas, existe una preocupación patente entre los expertos sobre el riesgo de la homogeneización del trabajo y la pérdida de la esencia artística (resultado de la visión y la sensibilidad humanas).

El prolífico autor, guionista y *showrunner* chileno **José Ignacio Valenzuela** advierte sobre la IA que «si la usas sin criterio, puede hacer que todo suene o se vea igual», y subraya que el verdadero desafío es usarla «sin que se coma tu identidad».

En la industria musical, el productor **Mané López** sostiene que, en términos de producción, la IA debe ser capaz de incorporar «ese toque más personal que solo lo puede dar la vivencia/experiencia humana», instando a que sea una «herramienta auxiliar y no el medio/fin en sí mismo».

Las entrevistas apuntan también a que hay industrias más recelosas, como las artes escénicas y las letras. La dramaturga e investigadora mexicana **Fernanda del Monte** señala, por ejemplo, que aunque hay aceptación en lo performativo, en el teatro existe una postura crítica: «El teatro se está preguntando todavía si quiere dar la bienvenida a esta tecnología que sustituye al humano..., más bien se está haciendo muchas preguntas éticas sobre su uso».

5. Impactos laborales

En cuanto al impacto laboral dentro de las industrias de economía naranja, hay múltiples maneras en las que el uso de la IA está impactando, pero tres son de particular atención: la revalorización del rol del creador, el riesgo que está presentando para ciertos perfiles y la formación y capacitación que ya están siendo necesarias, tanto para las nuevas generaciones de creadores como para los más experimentados.

El autor y pensador español **Jorge Carrión** describe el impacto que está observando en los creadores y técnicos de la industria, y destaca que, con estas herramientas, «un *freelance* se puede convertir en una empresa. Es decir, alguien multitallento puede asumir también roles de comunicación, contabilidad, diseño o producción para los que antes necesitaba un equipo».

Carlos González Tardón, psicólogo especialista en ocio, desarrollo humano y *game design* aplicado a educación y políticas sociales, por ejemplo, advierte que, en la industria del videojuego, «el impacto principal es que al acelerar procesos también hace que se disminuya la necesidad de volumen de gente para desarrollar las ideas. Uno

de los perfiles a los que está afectando más es el de los juniors, ya que parte de su trabajo está siendo realizado por IA. En el lado opuesto, lo bueno es que se crearán otros puestos especializados en pulir los resultados y para eso será necesaria una generación más habituada a su uso. Como en todos los cambios tecnológicos, se cerrarán puertas y se abrirán nuevas».

6. Desafíos éticos

La automatización plantea desafíos éticos y amenazas directas no solo en las condiciones laborales, sino en aspectos de propiedad intelectual y monopolios. El gran reto industrial será la regulación y construcción de un marco ético que ponga en el centro la protección del ser humano: condiciones laborales dignas, estabilidad, y reconocimiento del trabajo creativo.

En el sector editorial, que incluye tanto libros como audiolibros, por ejemplo, preocupa el uso de textos sin permiso y la clonación de voces. Esto representa un problema tremendo de infracción al derecho de autor. No obstante, ante muchos de los vacíos legales, también están surgiendo modelos como el acuerdo Harper Collins-Microsoft, que permite a los autores «la posibilidad explícita de ejercer un *opt-out* (excluir su obra) o ser compensados económicamente».

El documentalista colombiano **Jorge Caballero**, por su parte, alerta sobre los monopolios y el riesgo industrial de que «unas pocas plataformas nos impongan infraestructuras, datos y estándares laborales que hagan el sector aún más precario y opaco».

El director, productor y experto en animación **Luis Téllez**, siempre atinadamente crítico, establece que estos desafíos son ya una realidad con o sin IA: «Hay algo de lo que casi no se habla: el estado actual de la industria ya es problemático. Los artistas y autores trabajan sin seguridad social ni jubilación, con impuestos altos, salarios bajos y sin continuidad laboral. El caso de los

artistas de VFX** —mal pagados incluso después de trabajar en *blockbusters* que generan millones— lo demuestra con claridad. El reto no es solo el futuro: es arreglar el presente».

En resumen, podemos constatar que la IA actúa como un prisma que, al mismo tiempo que descompone y acelera los procesos tradicionales, obliga a las industrias creativas a redefinir el valor de la originalidad humana y la ética en la producción cultural. El artista visual **Salvador Herrera** lo resume perfectamente, pues vive este momento de adopción de la IA como uno de «creación de nuevos paradigmas, los cuales nos pueden propulsar a imaginar nuevas cosas, nuevos escenarios, nuevos panoramas; apenas estamos aprendiendo a interactuar y las posibilidades que tenemos enfrente son infinitas».

SECCIÓN 4: Oportunidades y desafíos en las industrias creativas a partir del uso de la inteligencia artificial (IA)

Las oportunidades que el uso de la IA está generando dentro de las industrias creativas son ya realidades y estamos sintiendo su impacto de múltiples formas, tal como lo exploramos en la sección anterior de este reporte. Estas oportunidades son verdaderamente insólitas, particularmente en su capacidad para potenciar la productividad y abrir nuevas fronteras de experimentación creativa y de negocio de manera extraordinaria. Es de imaginar que todas estas oportunidades inusitadas conllevan, por supuesto, riesgos también inusitados.

El autor y guionista chileno **José Ignacio Valenzuela** resume magistralmente este escenario: «La oportunidad es fascinante: imaginar una colaboración real entre humano y máquina, crear narrativas en formatos nuevos, romper barreras de idioma y cultura, y que los contenidos lleguen a todo el mundo. Pero los problemas son igual de grandes. Está el tema del uso de obras sin permiso para entrenar modelos, la opacidad de cómo funcionan esos sistemas, que el poder se concentre en unas pocas empresas tecnológicas y que perdamos el control sobre nuestros propios derechos de autor. Si no regulamos esto con cabeza, pensando en la cultura y la ética, la IA podría terminar haciéndonos más desiguales, no menos».

Esta cuarta sección del reporte, al igual que la sección 3, es el resultado del diálogo con los cerca de cuarenta creadores, curadores, editores, gestores culturales y líderes de opinión dentro de las seis industrias creativas exploradas (artes escénicas, artes visuales, cine y televisión, literatura, música y videojuegos) entrevistados por nuestros seis asesores. Por cuestión de espacio y de no reiterar ideas, hemos incluido exclusivamente algunas de las citas más representativas del consenso percibido entre los entrevistados o de posturas particularmente destacadas.

1. Oportunidades: eficiencia inusitada, estéticas inéditas y nuevos negocios

Las oportunidades que presenta el uso de la IA dentro de las industrias creativas pueden situarse, *grosso modo*, dentro de los siguientes tres escenarios: eficiencia inusitada, cocreación expandida (con estéticas inéditas) y nuevas oportunidades de negocio. Cabe acotar que es tan acelerado el desarrollo y la adopción de nuevas herramientas y plataformas, y tan vertiginoso el potencial que presenta su uso, que es difícil imaginar cuál será la realidad dentro de los próximos años, incluso meses.

A continuación, se detallan las principales oportunidades y posteriormente también los retos identificados como constantes por los asesores en las diversas áreas, y se presentan algunas de las posiciones e ideas más representativas.

1.1. Industrias y creadores cada vez más eficientes

Luis González, director general de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez, institución española dedicada a difundir y extender la cultura del libro y de la lectura, considera que la IA permitirá, poco a poco y a través de la optimización de los procesos creativos y de producción, eliminar lo rutinario, «liberando más tiempo para tareas más creativas y estratégicas».

De igual forma, **Andrea Vasco** destaca que dentro de la industria musical la «optimización y automatización en procesos grandes de análisis de datos permitirán un mejor conocimiento de los públicos, de sus gustos y necesidades, resultando en músicos que conocen y entienden sus alcances y sus nichos de mercado, y en productos musicales que responden a estos mercados, potenciando la vitalidad, la significación y las ganancias del sector».

La coreógrafa mexicana **Daniela Urías** considera que la IA «puede resultar una gran herramienta

para crear material que ayude para la difusión (vídeos, imágenes, carteles, etc.), que ayuden a generar más curiosidad e interés en los públicos objetivo, particularmente para los creadores independientes y autogestivos... También es un gran aliado cuando se puede organizar la programación de ensayos, armado de documentos y/o postulaciones a convocatorias».

El director argentino **Gabriel Pomaraniec** opina que «las oportunidades emergentes para creadores audiovisuales son muchas gracias a la aparición y las mejoras constantes de las IA generativas. Los realizadores obtienen ahora herramientas que aceleran flujos de trabajo, que democratizan el uso de VFX para pequeñas producciones que antes no podían costearlo, y amplifican las posibilidades creativas tanto para fotógrafos como para videógrafos».

Por su parte, el animador mexicano **Luis Téllez** coincide con Pomaraniec y propone que, en el sector audiovisual, «la IA puede ampliar la autonomía del creador al romper muchas de las barreras económicas que antes limitaban la experimentación. Permite explorar territorios que antes eran inviables por costo o tiempo, y aterrizar proyectos sin depender necesariamente de grandes intermediarios. En este escenario —como contador de historias—, el valor ya no estará en producir imágenes, sino en saber cuáles merecen existir».

1.2. Nuevas estéticas y prácticas creativas

Nicolás Madoery, fundador y director de Futurx, un centro de investigación y desarrollo con foco en la intersección entre la música, la tecnología y la cultura de internet, y su impacto en la creación artística y los ecosistemas culturales de Latinoamérica, observa una escena emergente de «cocreación humano-máquina» que permite la exploración de nuevos mundos narrativos y diseños sonoros.

El productor musical **Mané López** también observa un auge de propuestas conceptuales que exploran la relación entre lo humano y lo tecnológico. Le parecen especialmente interesantes los trabajos distópicos o híbridos, donde IA y creador se complementan: proyectos como Grimes, ARCA, HAAi o Delaurentis, artistas que exploran «una futura viabilidad en la música, pero con intervención humana».

En el teatro, se anticipa el uso de la IA como un «dispositivo escénico» para generar escenografías y ambientes en tiempo real. Dentro de las artes escénicas, **Abigail Jara** también ve la IA como parte de un ecosistema humano-tecnológico: «Detrás de la IA hay humanos..., no es creativa en sí misma», pero posibilita «nuevas maneras de abordar la escena» y permite descubrir otras formas de moverse y relacionarse.

Cristian Larrosa apunta a la evolución de formatos en la industria del entretenimiento, porque la IA «reitera todo lo que ya existe haciéndolo interactivo y dinámico», y apunta a la aparición de formatos híbridos «que complementarán o sustituirán algunos tradicionales». Un ejemplo de ello nos remite al trabajo escénico de Harry Yeff (Reeps One), cuyo trabajo se caracteriza por la hibridación a través de la expansión de la voz humana mediante la IA, la creación de paisajes escénicos híbridos, y la colaboración en tiempo real entre intérpretes, algoritmos y elementos visuales. El trabajo de Yeff funciona a partir de modelos de IA que replican su voz, con tecnologías que transforman sonido en imagen, y con sistemas que generan música y visuales en tiempo real, y muestra que la innovación escénica es más sólida cuando parte de una sensibilidad profundamente humana y de un diálogo consciente con la máquina.

1.3. Nuevas oportunidades de negocio

El artista audiovisual, productor musical y gestor cultural **Miguel del Moral** piensa que en los próximos tres años «la inteligencia artificial reconfigurará la industria audiovisual más allá de

la optimización técnica. Una de las principales oportunidades de negocio se encuentra en la transformación de la preproducción en el núcleo estratégico del valor creativo: desarrollo de guiones, animatics, pruebas visuales, diseño de mundos y simulaciones narrativas que reducen riesgos financieros y amplían el margen de exploración estética. Esto permitirá la consolidación de microestudios altamente especializados, capaces de producir cine, animación y experiencias híbridas con estándares antes reservados a grandes corporaciones. Asimismo, surgirán servicios profesionales enfocados en la supervisión de IA, diseño de flujos de trabajo, adaptación cultural y lingüística, así como festivales y plataformas que funcionen no solo como espacios de exhibición, sino como entornos de investigación, prueba y escalamiento de nuevos formatos audiovisuales».

El productor musical **Mané López** señala que ya estamos viviendo un efecto paradójico: la saturación del mercado. La facilidad para producir con IA ha generado una abundancia extrema de contenido, lo que hace necesario recuperar el papel del prescriptor. En sus palabras, ahora más que nunca hace falta «alguien que separe la paja del grano».

En el mundo de los videojuegos, **Luciano Rizzo** anticipa que el uso de la IA puede servir para «abrir un poco el mercado donde los clientes no estaban familiarizados o inmersos en el mundo del videojuego, como por ejemplo el desarrollo de videojuegos para *branding* o activación de productos en empresas de marketing». El productor **Giancarlo Delle Monache** considera que la proliferación del uso de la IA en el sector también «abre oportunidades económicas basadas en escalabilidad, personalización, contenido creado por jugadores y nuevos modelos de monetización, consolidando el videojuego como un medio cultural y creativo de pleno valor».

2. Desafíos: homogeneización, ética, vacíos legales y riesgos laborales

A pesar de todas estas oportunidades, existe también una serie de retos que se vaticinan ante este escenario vertiginoso. Los expertos consultados coinciden en que estos desafíos son complejos y varían según el actor, y destacan la necesidad de crear modelos, tanto humanos como basados en IA, que preparen a la sociedad para el salto generacional que representa esta tecnología.

José Diego González Mendoza, director técnico de ecosistema editorial de Cerlac, señala, por ejemplo, la «vulneración de derechos morales y patrimoniales por el uso sin autorización, las posibles pérdidas de empleo, la homogeneización y reproducción de sesgos, así como proliferación de obras creadas con IA generativa en un mercado ya de por sí saturado».

Los principales desafíos que identificamos son: mantener el criterio y la sensibilidad humanos, garantizar condiciones laborales y entornos posibilitadores, asegurar el respeto a la propiedad intelectual y atender los vacíos legales, y generar un posicionamiento estratégico dentro del mercado hispanohablante.

2.1. Mantener el criterio y la sensibilidad humanos

La inteligencia artificial redefinirá las industrias creativas no únicamente por sus capacidades técnicas, sino por las transformaciones culturales y organizacionales que conlleva, no solo por acelerar tareas, sino por desplazar el foco del artista al sistema. Por ello, en el plano individual, el desafío central es preservar la voz del artista, el criterio humano y el contexto.

Especialistas de todas las industrias creativas concuerdan en que el principal reto individual, y para la industria, en los siguientes años, será la posibilidad de crear sin que «la herramienta marque la obra, mantener criterio, contexto y

responsabilidad frente a imágenes “fáciles”», como aclara el documentalista colombiano **Jorge Caballero**. La coreógrafa mexicana **Daniela Urías** coincide: «El riesgo lo veo en una falta de reflexión, autocrítica, sensibilidad y análisis en la creación artística».

El mexicano **Adrián López** es especialista en tecnologías emergentes aplicadas a medios y entretenimiento, y lo plantea de la siguiente forma: «Lo principal es identificar y entender la agencia creativa del ser humano desde su contexto social y cultural; el arte no surge desde la superficialidad, sino desde una expresión intrínseca de la identidad humana, expresando sus necesidades y sus aspiraciones. Siempre se puede dar un paso atrás al avance tecnológico y reflexionar en las estructuras humanas que dan pie al avance de la historia. Es ahí donde se encuentran las oportunidades: desde la ética, y donde los contenidos audiovisuales serán más profundos y de mayor impacto».

Hay un consenso, por lo tanto, en que las industrias creativas enfrentan el principal reto de integrar la IA como un impulsor operativo sin sacrificar la sensibilidad, que expertos como **Anna Amadei** definen como lo único «exclusivamente humano» en el arte.

Por otro lado, muchos expertos temen también que la búsqueda de resultados inmediatos elimine el pensamiento crítico. La bailarina chilena **Paola Moret** reflexiona sobre ello: «Las artes escénicas, en tanto que acto político, deben generar reflexión, en la que artistas/intérpretes y creadores deben ser parte de un proceso que requiere tiempo. Esto me parece importante, el tiempo, porque en la prueba y el error aparecen las verdades y las reflexiones más profundas. Podría ser que en este sentido la inteligencia artificial nos resuelva un texto o un guion en tiempo récord, pero ese tiempo que no mastique mi propio proyecto también de alguna forma me aleja de él y de su propósito». Este riesgo aparece asociado a la pérdida de autenticidad, la superficialidad o incluso la tentación de deslumbrar

con recursos tecnológicos en lugar de profundizar en la dramaturgia o la interpretación.

El productor musical, artista audiovisual y gestor cultural **Miguel del Moral** le hace eco apuntando al riesgo de que la IA incentive una búsqueda acelerada de resultados a costa de la reflexión: «A nivel individual, el reto principal es sostener una identidad creativa cuando muchas tareas técnicas se automatizan. El rol del creador se desplaza del operador al narrador, del técnico al diseñador de sistemas narrativos y universos simbólicos».

Andrea Puente-Catán comparte lo que seguirá imperando dentro de las artes escénicas: «Estamos ante un cambio de época, un cambio gigante, como lo fue la revolución industrial, y muchas cosas van a dejar de ser. Lo cierto es que cuando las audiencias vienen a un teatro y ven un espectáculo vivo, con gente moviéndose o cantando, toca sus fibras emocionales, tienen momentos de transformación y de trascendencia, que difícilmente va a lograr la máquina *per se*».

2.2. Garantizar condiciones laborales y entornos posibilitadores

En el sentido económico y laboral, todos refuerzan la idea de la reducción de los costos y la responsabilidad compartida. Para que no solo ganen las empresas, sino los creadores.

«A nivel gremial, el riesgo es estructural y esto no es nada nuevo, ya que no hemos entendido cómo lidiar con esto: la posible desaparición de trabajos, de entrada puede romper las cadenas de aprendizaje y experiencia que históricamente, por convencionalismos igualmente disruptivos pero menos caóticos en su adaptación, han sostenido la industria audiovisual. Existe el peligro de que la búsqueda de eficiencia termine erosionando el ecosistema que hace posibles la formación, el error y la experiencia creativa», advierte **Miguel del Moral**.

Jorge Caballero, por su parte, señala que, en los próximos años, «la IA permitirá que equipos de pequeño tamaño desarrollen proyectos previamente reservados para grandes empresas. La oportunidad no reside únicamente en abaratar costos, sino en abrir formatos y procesos completamente nuevos. Desde el punto de vista económico, la IA desplaza parte del esfuerzo humano hacia el diseño de sistemas, lo cual demanda protocolos de responsabilidad elevados para evitar prácticas impropias y asegurar transparencia».

«Hoy en día los creadores de contenido no se sienten amenazados y se mueven con inocencia, pero eso cambiará en los próximos meses o un año a más tardar», nos advierte el director **Gabriel Pomaraniec**. «Los desafíos éticos y legales están claramente puestos sobre la búsqueda o *prompteo* de los *assets* utilizados, y no por las formas de animarlos o utilizarlos. Muchas herramientas de IA ya buscan sus referencias dentro de lo que tienen a su alcance, la web libre, pero no libre de derechos intelectuales, y es por eso que se aconseja a los realizadores guardar los *prompts*, dibujos a mano alzada, referencias o ideas originales para cada proyecto, y así poder demostrar o defenderse de futuros juicios por mal uso de la propiedad intelectual ajena... Otro reto será convivir en paz con gremios que ya ven hoy amenazados los puestos de miles de técnicos y actores, asegurar un cierto porcentaje obligatorio de contenido generado por y con humanos. Sabiendo que las leyes demoran más en promulgarse y ejercerse que los veloces cambios que las anteceden, deberemos producir aprovechando las nuevas herramientas, pero con la responsabilidad de no infringir leyes actuales o futuras, asegurándoles larga vida a nuestros contenidos y respetando dentro de lo posible el trabajo de miles de personas que a su vez deberán ir adaptándose a nuevos puestos y formas de trabajo».

Nicolás Castez, por su parte, señala que «probablemente muchos trabajos para los que antes hacía falta una persona (sobre todo en el caso

de juniors) a partir de ahora (o de muy poco) van a poder ser resueltos satisfactoriamente con estas herramientas, quizás no mejor, pero sí más rápido y, por ende, de manera más económica. Esto puede llegar a generar un gap y distanciamiento entre los profesionales que ya cuentan con experiencia y los que recién comienzan, ya que no van a poder lograr ser competitivos para su nivel de conocimiento».

Nuevamente, el director y productor **Luis Téllez** destaca algunas de estas nuevas competencias necesarias en el perfil de los nuevos creadores: «lo central no será la herramienta, sino el camino andado. La IA, usada sin criterio, tiende a la homogeneización. Pero, justo por eso, el criterio —las lecturas, el bagaje cultural e intelectual, la experiencia acumulada— se vuelve más importante que nunca. No para generar más, sino para discriminar: datos, estructuras, direcciones, exploraciones, iteraciones. Por ello, habrá que garantizar el acceso a este tipo de formación».

Joaquín Seguí ve que la trampa puede ser aún más peligrosa, ya que la supuesta democratización se convierte en una segregación impuesta por las grandes potencias. «El acceso a la tecnología implica un determinante de las oportunidades y posibilidades de los individuos, de las clases sociales o de los países. Tener acceso a esta herramienta supone una ventaja y es una oportunidad para la segregación entre los sectores que tengan acceso y los que no. Esto mismo está emparentado con quiénes tienen la capacidad y el control sobre la producción y distribución de esta herramienta, que ahora son en general las grandes potencias de Oriente y Occidente».

2.3. Asegurar el respeto a la propiedad intelectual y atender los vacíos legales

Éticamente, preocupa el uso no consentido de imágenes, estilos y datos, así como la antropomorfización de sistemas de IA. Legalmente, persiste una ausencia de marcos regulatorios claros y homogéneos en torno a derechos de autor, uso de imagen y trazabilidad de las obras.

Económicamente, existe un riesgo real de concentración del valor en pocas plataformas. Por todo lo anterior, los expertos destacan la urgencia de establecer marcos regulatorios y éticos claros.

Anna Amadei, por ejemplo, advierte sobre «el riesgo del engaño», especialmente en un contexto donde se vuelve difícil distinguir lo humano de lo generado artificialmente. A la vez, **Paola Moret** agrega que en el ecosistema digital actual ya existe «desconfianza» respecto a lo que se ve, lo que revaloriza medios analógicos.

En el plano ético, **Nicolás Madoery**, director de Futurx, identifica tres ejes fundamentales: la proveniencia, el consentimiento y la remuneración. Es decir, «qué datos se usaron, con qué permisos, y cómo se remunera». Además, advierte sobre los sesgos incorporados en los modelos y cómo, dentro de la música, «aparecen tanto en *datasets* como en metadata, moldeados por criterios *mainstream*», lo que puede reforzar desigualdades culturales. A esto se suma un riesgo creciente con el foco en la confusión deliberada entre obra humana y sintética mediante «*deepfakes*, suplantación de identidad vocal y manipulación», amenazando la confianza del público.

González Mendoza menciona la «vulneración de derechos morales y patrimoniales por el uso sin autorización» de las obras para entrenar modelos. La falta de regulación es un tema crítico. Sobre este marco regulatorio, **Andrea Vasco** considera que aún es claramente insuficiente, enfatiza que «las leyes no dan abasto para cubrir los vacíos legales» y destaca «la dificultad de mantener una regulación estable cuando las tecnologías evolucionan a un ritmo mucho más acelerado».

Definitivamente, los desafíos son profundos. El artista plástico mexicano **Helio Santos** nos cuenta sobre la ley de derechos de autor en México, destacando que Indautor (la dependencia encargada de derechos de autor) no puede registrar una obra creada con inteligencia

artificial, y dice que «me parece absurdo, ya que siempre sabemos que el humano está detrás de esta creación, pero esto nos habla de los temores políticos, económicos y sociales» implicados y, por tanto, de los retos a los que hay que enfrentarse.

2.4. Generar un posicionamiento estratégico dentro del mercado hispanohablante

Frente al dominio de modelos entrenados con datos de otros contextos, particularmente anglosajones, los expertos sugieren una postura soberana. Por ejemplo, **Nicolás Madoery**, fundador y director de Futurx, un centro de investigación dedicado a explorar el impacto de las tecnologías emergentes, pone el foco en la creación de modelos y *datasets* situados, basados en lenguajes, acentos, géneros, tradiciones y archivos locales con criterios éticos, lo que define como «soberanía cultural aplicada». Esta estrategia permitiría evitar la homogeneización estética impuesta por modelos globales, que priorizan el inglés y difuminan identidades locales. Sin inversión propia, explica Madoery, el riesgo es quedar relegados a ser «consumidores de herramientas, no co-autores del futuro cultural».

Jacinto Quesnel, experto en videojuegos y director nacional del Programa de Artes Digitales en el Tec de Monterrey, coincide con Madoery y afirma que es necesario «crear desde el Sur Global para evitar que nuestros lenguajes, afectos y estéticas sean absorbidos por modelos entrenados desde otros centros de poder».

El escritor y pensador español **Jorge Carrión**, por su parte, establece que «podría ser la oportunidad para crear una unidad cultural y económica basada en la lengua. Esa unidad es casi imposible a través del objeto libro, por las dificultades de producción y circulación, pero no lo es en el campo de los contenidos digitales. Contra Estados Unidos y China, España debería no solo defender la Unión Europea, sino también una horizontalidad con Iberoamérica».

Miguel del Moral resume el potencial de este escenario: «La cultura audiovisual hispanohablante no necesita competir en volumen ni en espectacularidad tecnológica. Su fortaleza radica en el imaginario, la memoria, la hibridez y la fricción cultural. Puede posicionarse como un actor crítico que use la IA, no para imitar narrativas globales dominantes, sino para reprogramarlas desde lo local, lo afectivo y lo contradictorio».

Los expertos coinciden en que no se trata de adoptar lineamientos globales, sino de asegurar que la presencia hispanoamericana sea reconocible en los sistemas generativos, y aprovechar la coyuntura tecnológica para producir contenidos que nos identifiquen, con una mayor densidad simbólica y responsabilidad cultural, al lograr integrar las herramientas sin desplazar a técnicos y artistas, y de esta forma redistribuir el valor humano, aprovechar las posibilidades e implementar nuevas funciones.

Finalizamos esta sección citando nuevamente a **José Ignacio Valenzuela**, que es contundente al respecto: «La cultura digital en español no puede limitarse a ser una simple usuaria de IA. Tenemos que ser productores: de criterio, de ética y, por supuesto, de contenido. El español es una de las lenguas más habladas y nuestra diversidad cultural es inmensa. Nuestra postura debe ser activa. Debemos impulsar modelos, narrativas y reglas del juego que reflejen esa riqueza y diversidad. Se trata de defender nuestra autoría, nuestro contexto y nuestra memoria cultural. El objetivo no es competir por tener más contenido, sino enriquecer el ecosistema global con nuestra mirada, nuestra identidad y nuestra complejidad».

Podemos concluir que la IA aparece como una oportunidad para ampliar múltiples capacidades en las industrias creativas —especialmente en producción, investigación y experimentación— siempre que no desplace la dimensión humana, sensible y reflexiva que constituye el corazón del arte vivo. Por lo tanto, el equilibrio entre eficiencia e introspección, innovación y autenticidad, expansión tecnológica y preservación de

lo esencial será determinante para el futuro de las industrias creativas y la economía naranja. En este escenario, la cultura digital hispanohablante tiene la oportunidad de ocupar un lugar relevante si adopta la tecnología desde un enfoque crítico, plural y profundamente situado en sus prácticas, territorios y estéticas.

CONCLUSIONES

La integración de la inteligencia artificial en el sector cultural hispanohablante marca un cambio de paradigma profundo, donde se ha transitado de una resistencia inicial alimentada por el temor a la deshumanización hacia una adopción estratégica y operativa. Actualmente, la IA se percibe como una infraestructura operativa esencial y una palanca de innovación que permite a los gestores culturales actuar como facilitadores y mediadores indispensables de la tecnología. Este diagnóstico deja claro que las herramientas algorítmicas no buscan sustituir la sensibilidad humana, sino potenciarla, en un entorno donde la cultura ya no se divide entre lo analógico y lo digital, sino entre organizaciones capaces de escalar su visión mediante la IA y aquellas que quedan relegadas por la lentitud de sus procesos manuales.

El impacto más tangible se observa en los procesos de producción, que representan el uso principal de estas herramientas (28,2 %) al resolver «cuellos de botella» técnicos en la edición de textos, imágenes y sonidos, actuando como un asistente de alta velocidad que optimiza tiempos y reduce costos. Asimismo, la consolidación de un «kit estándar de IA cultural», compuesto por las herramientas más utilizadas, facilita la interoperabilidad entre distintas disciplinas, aunque plantea el riesgo de una homogeneización estética cultural si los creadores no hacen el esfuerzo de buscar nuevas herramientas para gestionar sus procesos creativos, así como la personalización de las mismas. En este sentido, el uso de contenidos generativos se mantiene mayoritariamente como un apoyo para terminar obras o generar productos derivados, asegurando que el factor humano permanezca en el epicentro de la creación cultural.

A nivel geopolítico, el informe revela una marcada hegemonía de Estados Unidos (56,9 %) en el origen de las herramientas, lo que impone marcos legales y sesgos culturales anglosajones que pueden diluir la identidad local. Frente a

esto, surge la urgencia de un posicionamiento estratégico soberano desde el mercado hispanohablante para desarrollar modelos que protejan la diversidad lingüística y las variantes del español.

Paralelamente, la tecnología está funcionando como un motor de democratización, permitiendo que artistas independientes y pequeñas compañías compitan en calidad técnica con grandes corporaciones, activando un capital creativo que antes quedaba fuera del mercado por falta de medios.

No obstante, esta transición estructural conlleva desafíos éticos y laborales críticos, especialmente en lo que respecta a la vulneración de derechos de autor por el entrenamiento de modelos sin consentimiento y la opacidad de los algoritmos. La automatización, por su lado, está reconfigurando el mercado de trabajo, afectando a perfiles técnicos básicos, pero abriendo oportunidades en la curaduría y el diseño de sistemas narrativos.

Es por tanto prioritario (y urgente) que los profesionales creativos exploren las posibilidades de las herramientas de IA existentes y apuesten

también por una formación permanente alrededor de las nuevas herramientas que están apareciendo en el mercado día a día. En esta transición, es igual de importante recalcar que, más allá de la responsabilidad que tienen los individuos en su capacitación, existe una responsabilidad a nivel estatal por parte de todos los agentes dentro de las industrias culturales (particularmente las instituciones públicas, pero también entidades del ámbito privado) de asignar los recursos y las facilidades para que los creadores puedan hacer mejor uso de la IA y exponer las posibilidades de estas tecnologías, ya que los beneficios serán generalizados.

En última instancia, el informe concluye que la IA es un prisma que obliga a redefinir el valor de la originalidad humana. La sensibilidad, el criterio y el propósito del arte siguen siendo atributos exclusivos de las personas, y el éxito futuro dependerá de utilizar las nuevas tecnologías para construir una sociedad más consciente y justa, sin perder la esencia introspectiva que constituye el corazón de la cultura.

ANEXO: Relación de expertos consultados

Profesional	Entidad / ocupación	País de origen / actividad
Abigail Jara	Coreógrafa e investigadora, directora de MUSSE	México
Adrián López	Especialista en tecnologías emergentes aplicadas a medios y entretenimiento	México
Andrea Puente-Catán	Gestora cultural, recaudadora de fondos y productora	México
Andrea Vasco	Content Manager en Discos Fuentes	Colombia
Anna Amadei	Bailarina, gestora cultural y vicepresidenta de Elsie Management	Estados Unidos / Italia
Canek Zapata	Artista multidisciplinario y programador	México
Carlos Galán	Fundador de Subterfuge Records	España
Carlos González Tardón	Psicólogo y especialista en ocio y desarrollo humano	España
Cristian Larrosa	Director de Grupo Larrosa, compositor y productor, experto en financiamiento musical	Argentina
Daniela Urías	Coreógrafa	México
Elena Bazán	Editora y productora	México
Federico Cecchetti	Director y guionista	México
Federico Rusconi	Director de Alianzas y Sponsoring en Estéreo-Festival de Podcast, encargado de Estrategia y Desarrollo de Negocios en Erre Podcast, vicepresidente de Cifespod	Argentina
Fernanda del Monte	Dramaturga e investigadora	México
Gabriel Pomaraniec	Director de fotografía, realizador audiovisual y diseñador de contenidos	Argentina
Giancarlo Delle Monache	Productor de videojuegos, CEO y director creativo de Blum Studios	España
Helio Santos	Artista plástico e investigador	México
Jacinto Quesnel	Experto en videojuegos y director nacional del Programa de Artes Digitales en el Tec de Monterrey	México
Javier de Puerto	Fundador y director de Kwalia	España / Inglaterra

Profesional	Entidad / ocupación	País de origen / actividad
Joaquín Seguí	Artista plástico	Argentina / México
Jorge Caballero	Director, productor e investigador audiovisual	Colombia
Jorge Carrión	Autor y pensador	España
José Diego González Mendoza	Director técnico de ecosistema editorial de Cerlac	Colombia
José Ignacio Valenzuela	Autor, guionista y <i>showrunner</i>	Chile / España / México
Juan Covelli	Artista plástico	Colombia
Juan Sebastián Linietsky	Desarrollador de videojuegos, fundador de Godot Engine	Argentina
Julio Rojas	Guionista	Chile
Katia Nilo	Gestora cultural, editora y productora	México
Luciano Rizzo	Desarrollador de videojuegos, fundador de Rookbird Games	Argentina
Luis González	Director general de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez	España
Luis Téllez	Director, productor y fundador de Inzomnia Animación	México
Malitzin Cortés	Arquitecta y artista plástica	México
Mané López	Productor musical	España
Mari Wärr	Jefa de Estrategia de Contenidos para países nórdicos en Storytel	Suecia
Miguel del Moral	Productor musical y gestor cultural	México
Mónica Colomer	Directora general del Español en el Mundo	España
Nicolás Castez	Desarrollador de videojuegos	Argentina
Nicolás Madoery	Investigador y estrategia, fundador y director de Futurx	Argentina
Paola Moret	Bailarina	Chile
Salvador Herrera	Artista visual y experto en animación	México

REFERENCIAS

1 Billion Followers Summit, <https://www.1billion-summit.com/ai-film-award>

Artefacto Films, <https://artefactofilms.com/>

Blum Studios, <https://blumstudios.com/>

CGTN Español, *La inteligencia artificial ayuda a completar la sinfonía inconclusa de Beethoven*, 28 de diciembre de 2021. Disponible en https://www.youtube.com/watch?v=_vaJGvCWePk

Clutet, María José, *Conocé a VOZ CANTORA LATAM: Un experimento sobre clonación de voz con IA*, 20 de diciembre de 2023. Disponible en <https://www.larrosa.pro/post/conoc%C3%A9-a-voz-cantora-latam-un-experimento-sobre-clonaci%C3%B3n-de-voz-con-ia>

Colectiva Femias, *¿Puede la IA ser feminista?* Disponible en <https://femias.art/pf/puede-la-ia-ser-feminista/>

Creative Code Art, *Live Performance // CNDSD*, 9 de octubre de 2025. Disponible en https://www.youtube.com/watch?v=Yo1ZFBipZyl&list=PLrCOrzHhF1pHK83EOnQGeoRjL_LP1znKI&index=4

Cut Out Fest, <https://cutoutfest.com/>

Dosdoce, *IA y audio: Cómo la inteligencia artificial está redefiniendo la industria de los audiolibros*, noviembre de 2025. Disponible en <https://www.dosdoce.com/2025/11/20/inteligencia-artificial-audio-cerca-de-200-herramientas-de-inteligencia-artificial-redefinen-la-industria-del-audiolibro/>

Eldagsen, Boris, *Hauntology for Beginners*. Disponible en <https://www.eldagsen.com/hauntology/>

Elsevier, *Scopus AI. Contenido confiable. Potenciado por IA responsable*. Disponible en <https://www.elsevier.com/es-es/products/scopus/scopus-ai>

www.elsevier.com/es-es/products/scopus/scopus-ai

Estación Podcast, <https://www.estacionpodcast.com/>

Future of Intelligence, *Dancing embryo: Human / AI Dance*, 6 de septiembre de 2022. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=TaZ-CY8f49c>

Hungry Frog, <https://hungry-frog.com/>

IA + Música LatAm, <https://futurx.net/ia-musica-latam/>

Ibermedia Next, <https://ibermedianext.com/>

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, <https://tec.mx/es>

Lake System, <https://lakesystem.net/>

Netflix Latinoamérica, *El eternauta. Tráiler oficial*, 31 de marzo de 2025. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=ykLTd5aTa88>

Netflix Latinoamérica, *Pedro Páramo. Tráiler oficial*, 16 de octubre de 2024. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=ZqtdUc6iev4>

Novelingo Studio, <https://www.novelingo.com/>

Ojo Público, *Quispe Chequea: una plataforma de verificación con inteligencia artificial en lenguas originarias*, 14 de diciembre de 2023. Disponible en <https://ojo-publico.com/4879/quispe-chequea-inteligencia-artificial-contra-la-desinformacion>

Open Road Integrated Media, <https://openroad-media.com/>

Opera Beyond, *XR STAGE by the Finnish National Opera and Ballet*, 16 de febrero de 2023. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=XldXAcMLSII&t=23s>

Plaemo, <https://plaemo.tetabester.com/>.

Prodigioso Volcán, *Relatos sintéticos: un pódcast y tres IA*. Disponible en <https://www.prodigiosovolcan.com/proyectos/una-nueva-comunicacion-para-el-oro-liquido/>.

Santos, Helio, *A hacker in the Pampas*. Disponible en <https://objkt.com/collections/fxhash/projects/31275>.

Sawczuk, Celeste, *La inteligencia artificial impulsa el boom de los audiolibros en español*, 24 de mayo de 2025. Disponible en <https://www.infobae.com/cultura/2025/05/24/la-inteligencia-artificial-impulsa-el-boom-de-los-audiolibros-en-espanol/>.

Seguí, Joaquín, *Un suceso irreversible*, 29 de agosto de 2023. Disponible en https://www.instagram.com/p/CwiNhw_uk_-/.

Señal News, *Globo inauguró el estudio de producción virtual más grande de América Latina*, 13 de diciembre de 2024. Disponible en <https://senalnews.com/es/contenidos/globo-inauguro-el-estudio-de-produccion-virtual-mas-grande-de-america-latina>.

Serrano, Àlex, y Palacios, Pau, *Una isla*, julio de 2023. Disponible en <https://www.srserrano.com/es/una-isla-2/>.

Storytel, *New Horizon. Love in a AI world*. Disponible en <https://www.storytel.com/es/books/new-horizon-love-in-an-ai-world-10337288>.

Subterfuge Records, <https://www.subterfuge.com/>.

Transparency Coalition, *HarperCollins, Microsoft AI deal sets first public price for training data*. Disponible en <https://www.transparencycoalition.ai/news/harpercollins-ai-deal-with-microsoft-sets-first-public-price-for-training-data>.

Universal Music, *Brenda Lee's iconic "Rockin' Around The Christmas Tree" released in Spanish for the first time with help from SoundLabs AI's responsibly trained MicDrop AI technology*, 25 de octubre de 2024. Disponible en <https://www.universalmusic.com/brenda-lees-iconic-rockin-around-the-christmas-tree-released-in-spanish-for-the-first-time-with-help-from-soundlabs-ai-responsibly-trained-micdrop-ai-tech/>.

Universidad El Bosque, *El Tesoro Quimbaya reimaginado con inteligencia artificial*, 12 de noviembre de 2025. Disponible en <https://www.unbosque.edu.co/centro-informacion/bosque-contexto/tesoro-quimbaya-reimaginado-inteligencia-artificial>.

Viadest, Israel, *Horaculum Warpolæ*. Disponible en <https://chatgpt.com/g/g-6758abda42e-4819196522d8edf95152f-horaculum-warpolae?locale=es-419>.

x_written, *SQNX (MX/FI) - Machina Doloris*, Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=yozukLZmQEQ>.

METODOLOGÍA Y CRÉDITOS

El presente reporte ha sido posible gracias a la colaboración de un grupo de seis asesores, pertenecientes a las diferentes industrias culturales. A través de ellos hemos podido compilar la visión actual de los gestores culturales que, como hemos podido ir analizando, tienen integrados procesos y funcionalidades basados en la inteligencia artificial. Han sido ellos los encargados de seleccionar las herramientas y los desarrollos de uso más extendidos en sus diferentes ámbitos, por un lado, y los transmisores de las buenas prácticas que hemos ido recorriendo en estas páginas, por otro.

Su colaboración para conectarnos con representantes de diferentes ámbitos que han dejado constancia de su relación actual con la IA, compartiendo a través de sus declaraciones, reflexiones y experiencia, ha dado como resultado este trabajo colaborativo para beneficio de toda la comunidad cultural.

Coordinadores: Javier Celaya, Patricia Ibáñez y Aránzazu Núñez

Javier Celaya

Licenciado en Económicas por Boston College y Máster en International Affairs, Relaciones Internacionales y asuntos exteriores SIPA Columbia. En marzo de 2004 puso en marcha [Dosdoce.com](https://www.dosdoce.com/)⁵¹ con el objetivo de ayudar a profesionales del mundo de la cultura (editoriales, librerías, bibliotecas, museos o fundaciones, entre otros) a transformar sus entidades para hacer crecer sus negocios a través de los beneficios derivados de internet.

A lo largo de los últimos años, Javier ha sido el responsable de la puesta en marcha y lanzamiento de varias plataformas digitales internacionales, como Bookwire, Storytel, Podimo o

Skeelo, entre otras, en los mercados de habla hispana (América Latina, España y mercado hispano de Estados Unidos).

Ha sido codirector académico del Máster en Gestión Editorial y Márketing Digital de la Universidad de Alcalá, en colaboración con la Escuela de Unidad Editorial, e imparte clases en otros programas: Máster de Edición de la Universidad Autónoma de Madrid, Máster online de Crítica y Comunicación Cultural de la Universidad de Alcalá y la revista *El Cultural*, Máster de Gestión Cultural de la Universidad Carlos III y Máster de Edición de la Universidad Complutense de Madrid. Actualmente, desarrolla proyectos en el campo del audio y dirige la formación en este campo en la escuela Parix.

Patricia Ibáñez

Bibliotecóloga y documentalista por la Universidad Complutense de Madrid. Especializada en gestión y comunicación cultural, se ha forjado como profesional independiente a lo largo de más de diez años. Ha diseñado e implementado proyectos de comunicación digital para bibliotecas, escritores o editoriales y, como colaboradora habitual de Dosdoce.com, participa en numerosos estudios y publicaciones sobre la evolución de la industria del audio. Trabajó en el desarrollo del mercado del audiolibro en español desde los departamentos de publicaciones y producción de Storytel España. Es tutora de los cursos para potenciar conocimientos sobre audio en Parix y también colaboradora en Trama Editorial.

Aránzazu Núñez

Editora, gestora cultural y directora de StoryLab, una productora y agencia de consultoría especializada en el desarrollo de contenidos narrativos y proyectos culturales para instituciones culturales públicas y empresas privadas. A lo largo de casi dos décadas ha ocupado una amplia diversidad de puestos en distintas trincheras de la industria editorial y cultural, desempeñándose como responsable de la adquisición de contenidos

⁵¹ <https://www.dosdoce.com/>

y canales para la compañía internacional Bibliomanager; directora ejecutiva de la I Feria Internacional del Libro y Medios Audiovisuales del estado de Querétaro (Filmaq); gerente de publicaciones y editora de contenidos originales para México y LatAm para la plataforma sueca de audioentretenimiento Storytel; gerente de cuentas para México y LatAm en la distribuidora digital alemana Bookwire; editora en jefe de la editorial Alfaguara Infantil y Juvenil México; jefa de Márketing y Comunicaciones para la editorial Alfaguara México; así como coordinadora de enlace cultural y empresarial del Grupo Editorial Santillana. Forma parte del consejo de administración de la editorial Sexto Piso, y es docente de la Beca Juan Grijalbo (Caniem) y del Seminario en Edición de Publicaciones Impresas y Digitales de la Universidad del Claustro de Sor Juana. Ha desarrollado y coordinado múltiples proyectos especializados, como el Premio Nacional de Cuento Fantástico Amparo Dávila, la Feria Nacional del Libro de León (FeNaL), y la Feria del Libro de Teatro (FeLiT), entre otros.

Este reporte contó con la invaluable colaboración de los siguientes profesionales, que sirvieron de asesores para cada una de las industrias creativas consideradas.

Comité de asesores: Cristina Vázquez, Bianca Peregrina, David Núñez, Maribel Riaza, Fran Leo y Alejandro Iparraguirre

Cristina Vázquez – Artes escénicas

Emprendedora cultural internacional con más de dos décadas de trayectoria en la creación, producción y circulación de proyectos de artes escénicas con impacto social y proyección global. Fundadora y directora de Contenidos Artísticos (México) y Contenidos Artísticos INC (Estados Unidos), ha sido una figura clave en la articulación de redes de colaboración entre artistas, instituciones y comunidades de México y otros países. Su trabajo se caracteriza por integrar

múltiples áreas de la gestión cultural —como la movilidad internacional, el desarrollo de audiencias, la formación artística y la profesionalización del sector— con una visión estratégica centrada en la equidad, la innovación y la representación de voces subrepresentadas, particularmente mujeres y comunidades latinoamericanas.

Bianca Peregrina – Artes visuales

Productora y gestora cultural con enfoque en arte contemporáneo y medios digitales. Fundadora de CutOut Fest, festival que transformó la escena de animación y arte digital en México. Cofundadora de Trámite Buró de Coleccionistas, plataforma que promueve el coleccionismo y la experimentación artística en la región del Bajío. Ha impulsado proyectos que conectan comunidades creativas con nuevas audiencias, fomentando el acceso al arte y la cultura desde una visión innovadora y colaborativa.

David Núñez – Cine

Doctor en Comunicación Digital. Fue coordinador de información en N+ (Noticieros Televisa), coeditor de Grupo Reforma y profesor de guion en la UNAM y otras instituciones desde 2010. Ha creado estrategias y contenido para Gobiernos de México, empresas como Pfizer, Coca-Cola o L'Oréal París y otras. Ha recibido apoyos de la Secretaría de Cultura, Conacyt y UNAM para producción y difusión de proyectos culturales y sociales. Fue director de *Solario*, nombrada mejor revista independiente 2006 por el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (Fonca). Escritor de narrativa digital de obras como *Bastardo*, antologada en Electronic Literature Collection (ECL4, 2016-2022) y E-Lit Lat 2, y mención de honor en el Primer Premio de Literatura Electrónica Julio Torri 2021. Asimismo es autor de libros como *Creatividad aumentada con IA* (Samarcananda), *La eternidad narrativa: un caso práctico* (en dictamen), y manuales de cómo crear con inteligencia artificial.

Maribel Riaza – Libros y audiolibros

Experta en innovación cultural. Comenzó su carrera participando en proyectos tecnológicos relacionados con recursos humanos. Después pasó a dirigir durante siete años la mayor red privada de bibliotecas, perteneciente a la Obra Social de Caja Madrid, fue directora de relaciones institucionales de la editorial Everest y colabora como *freelance* con la consultora Dosdoce.com. En los últimos años ha participado de manera activa en la creación del mercado del audiolibro en español gracias a su desempeño profesional dentro de Storytel. Siempre vinculada a proyectos culturales, ha tratado de innovar para hacer llegar los libros y la literatura a más gente a través de la tecnología. Participa con asiduidad en congresos y jornadas relativos al libro y la lectura, ha escrito varios artículos en revistas y blogs del sector y ha publicado la novela *Polvo* y el ensayo *Innovación en bibliotecas*.

Fran Leo – Música y pódcast

Fran Leo es musicólogo especializado en etnomusicología, formación que cursó en el Real Conservatorio Superior de Música de Madrid. A lo largo de su trayectoria ha orientado su trabajo hacia la intersección entre música, cultura y tecnología. Actualmente forma parte del departamento creativo de Subterfuge Records, donde desarrolla proyectos y estrategias vinculados a las industrias creativas, con especialización en nuevas tecnologías aplicadas al sector, particularmente en el ámbito de la *blockchain* y la inteligencia artificial.

Alejandro Iparraguirre – Videojuegos

Productor, diseñador, gestor cultural y consultor fomentando el sector de los videojuegos. Es docente en Untref, en UBA y en Image Campus. Actualmente se destaca en la industria del desarrollo de videojuegos como miembro fundador en Fundav (Comunidad Argentina de Videojuegos), y es cocreador y secretario técnico del programa de cooperación iberoamericana IberVideojuegos después de ejercer trece años la coordinación del área de videojuegos para la Secretaría de Cultura de la Nación Argentina.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Presidente

José Andrés Torres Mora

Consejeros

Dulce Campos García

Daniel Fernández Gutiérrez

Patricia Fernández-Mazarambroz Arespacochaga

Luis Manuel García Montero

Francisco Javier González Ruiz

Santiago Herrero Amigo

Rafael Ivorra Zaragoza

Ana María López Ansede

Manuel Ángel de Miguel Monterrubio

Miguel Ángel Simón Gómez

Adriana Viz Fernández

Secretaria del Consejo

Andrea Gavela Llopis

EQUIPO DIRECTIVO

Presidente

José Andrés Torres Mora

Directora financiera y de Recursos

María Concepción López Arias

Directora de Programación

Inmaculada Ballesteros Martín

Directora de Producción

Pilar Gómez Gutiérrez

ORGANIZA Y EDITA

Acción Cultural Española (AC/E)

Directora de Programación AC/E

Inmaculada Ballesteros

Comité asesor

Javier Celaya · @javiercelaya

Carlos G. Tardón · @carlosgtardon

Nuria Rodríguez · @airun72

Dani Seseña · @danisesena

Coordinación

Raquel Mesa (AC/E) · @RaquelMesaS

Autores

Lucía Velasco

Eugenia Tenenbaum

Domingo Sánchez-Mesa Martínez

Henar León

Jordi Pérez Colomé

Carlos Bayod Lucini

Blanca Balbuena Lorenzo

Solimán López

Natalia Marín Navarro

Paula Gonzalo

Julia Iriarte

Juan Aparicio Belmonte

Darío López Rincón

Focus

Javier Celaya

Patricia Ibáñez

Alejandro Iparraguirre

Fran Leo

Aránzazu Núñez

David Núñez

Blanca Peregrina

Maribel Ríaza

Cristina Vázquez

Edición de textos

Ana Martín Moreno

Imagen de portada

Roberto Carreras.

Collage artístico de técnica mixta.

Diseño y maquetación

Cuadratín Estudio

Impresión

Advantia Comunicación Gráfica

AGRADECIMIENTOS

Queremos dar las gracias a todas las organizaciones y personas cuyas experiencias aparecen mencionadas en los diferentes capítulos de este estudio para ejemplificar prácticas digitales.

Agradeceremos sus opiniones y observaciones a esta publicación, para lo cual pueden dirigirse a raquel.mesa@accioncultural.es

También queremos agradecer el apoyo de Fundación Telefónica para la presentación pública de este proyecto, realizada en el Espacio Fundación Telefónica de Madrid en mayo de 2026.



© Licencia de Creative Commons
Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada
3.0 Unported
www.accioncultural.es
[#AnuarioACE](https://twitter.com/AnuarioACE)

ISSN: 2952-525X

Depósito Legal: M-6922-2015

El **Anuario AC/E de cultura digital 2026** centra su análisis en la transformación profunda que la inteligencia artificial generativa está operando en las industrias creativas. En un momento de aceleración tecnológica sin precedentes, esta edición explora cómo la IA ha dejado de ser percibida como una amenaza para convertirse en un bien estructural y una palanca de innovación que redefine la creación, la gestión y el consumo cultural en el ámbito hispanohablante.

La idea central del **Focus** de este año, titulado «Cartografía del uso de la IA en la creación digital en español», ofrece un análisis exhaustivo de la implementación de estas herramientas en el sector. A través de un mapeo detallado, se identifica un «kit estándar de IA cultural» y se examina la nueva geopolítica del poder digital, analizando las estrategias de soberanía tecnológica frente a la hegemonía de los grandes mercados. El informe, que cuenta con la visión de expertos en artes escénicas y visuales, cine, música, libros y videojuegos, demuestra que la IA no sustituye la sensibilidad humana, sino que la potencia, posicionando al gestor cultural como un mediador imprescindible en esta nueva era.

Esta edición cuenta, además, con las reflexiones de destacados autores que abordan los retos de la cultura digital desde múltiples ángulos: **Lucía Velasco** analiza la reconfiguración del poder cultural global; **Eugenia Tenenbaum** reflexiona sobre el contexto en la crítica de arte digital; **Domingo Sánchez-Mesa Martínez** explora la resistencia ante la posverdad mediante la hibridación narrativa; **Henar León** examina el poder invisible de los algoritmos en el consumo; **Jordi Pérez Colomé** disecciona la era de las *newsletters*; **Carlos Bayod Lucini** y **Blanca Balbuena Lorenzo** estudian el facsímil digital y la preservación del patrimonio; **Solimán López** propone nuevas formas de almacenar la memoria cultural; **Natalia Marín Navarro** aborda el desafío digital en el cómic; **Paula Gonzalo** analiza la literatura infantil ante el reto algorítmico; **Julia Iriarte** explora las mecánicas lúdicas en la infancia; **Juan Aparicio Belmonte** indaga en la mediación algorítmica de los personajes; y **Darío López Rincón** trata la conservación de videojuegos y los derechos del consumidor.

El **Anuario AC/E de cultura digital** es el resultado de una reflexión continua de Acción Cultural Española desde 2013 sobre la integración de la tecnología en el sector cultural. Esta publicación busca dotar a los profesionales de herramientas críticas para navegar la transformación digital y fomentar un ecosistema cultural diverso, ético y comprometido con la innovación en español.