**Título**: **La mutación de las especies culturales en el ecosistema digital**

**Introducción:**

Habitamos una mutación cultural que ha movilizado la revolución digital documentada muy poéticamente por Alessandro Baricco (Los Bárbaros, 2008 y The Game, 2019), esa mutación ha llevado a que en el siglo XXI tengamos una expansión de las especies culturales. Esa multiplicación de las especies se caracteriza por habitar el ecosistema digital y significar en la cancha de la *coolture* (Rincón, 2018).

**Artículo**:

La mutación cultural tiene muchas metamorfosis. Las más interesantes desde la perspectiva cultural son:

* **La civilización digital:** La mudanza de la CULTURA (civilización escritural, ilustrada, argumental y de las Artes) a la COOLTURE (cultura que escribe oral-visualmente, festiva, de flujo y de las especies digitales).
* **Expansión de las especies culturales:** El paso de una SOCIEDAD DE MEDIOS (prensa, cine, radio, televisión) e institucione culturales (museo, bibliotecas, librerías, salas de cine, teatro y espectáculo) a una TRANSMEDIAL convergente (donde se habita un entretenimiento expandido).
* **La enunciación colectiva del mensaje:** El poder estaba en quien emitía y mediaba los sentidos (intelectuales, profesores, padres, políticos, gestores, artistas… medios, universidades, iglesias…) que habitaban felices la sociedad de las masas, en la que los ciudadanos eran AUDIENCIAS y espectadores, ahora mutamos a una sociedad donde los ciudadanos deciden sus consumos, sus entretenimientos, sus rituales de estar en las culturas y, además, pueden expresarse en sus estéticas, éticas y narrativas.
* **La narrativa es el mensaje:** En el campo de la producción cultural pasamos de la narrativa ANÁLOGA, lineal y de autor a la narración REMIX/DJ bastarda. Esa que se diseña para buscar el flujo que gana la viralidad (Carrión, Lo viral, 2020).

Todo cambia, todo se transforma, pero todo continúa. Y ahí la clave es “jugar”, ya que la lógica de los video-juegos es la que se impone como mantra de época. La CULTURA seguirá existiendo, pero deberá “jugar” el partido de los sentidos y lo simbólico en la *coolture*; los medios e instituciones culturales se reinventan para “jugar” en el ecosistema digital y el mantra del entretenimiento; los ciudadanos deciden y “juegan” sus consumos culturales y “juegan” a producir sus narraciones y estéticas; los artistas y narradores culturales cuentan para ganar la viralidad. Estas mudanzas significan que hay que “jugar” de nuevo en la producción de símbolos, narrativas, estéticas y rituales culturales.

Así se construye la UTOPÍA DIGITAL, *coolture* y capitalista que nos “informa” y “alaba” porque somos prosumidores, netizens, fans y creadores de mensajes y valor… porque construimos sociedades descentradas, auto-organizadas y más democráticas… porque somos más libres y contraculturales en lo digital.

Pero, habitamos, también, la DISTOPÍA DIGITAL que expresa sus peores prácticas en los modos como genera adicción, nos controla a través de los algoritmos y el big data que nos convierte en habitantes de tribus y la sangre “digital” para vender al mercado: los humanos somos la mercancía que venden los reyes del mundo llamados Google, Facebook, Youtube, Amazon y Microsoft.

Y en todo esto regresamos a las culturas, así en plural, ya que este es el campo de la lucha por la NARRACIÓN, LA ENUNCIACIÓN Y LA SOBERANIA CULTURAL. Y ahí se hace clave intervenir las culturas del *mainstream* hechas de lo clásico como Disney, Hollywood y la pop music y de lo que paradójicamente se llama contra-cultural de lo viral que imponen Youtube, Facebook, Google, Netflix, Instagram, Tik Tok y demás especies digitales.

Y para intervenir y hackear cultural y políticamente el ecosistema digital y la coolture debemos narrar, expresar y significar desde y con los territorios culturales y las otredades llamadas mujeres, etnias, sexualidades, corporeidades. *El call to action* es diversificar, expandir, experimentar narrativas, formatos y consumos para salir de la trampa de la hegemonía cultural *made in* USA.

La propuesta final es plantear el diálogo INTERCULTURAL de saberes entre JURASIC PARK (nosotros los modernos culturosos) y THE WALKING DEAD (los nativos digitales *zombis* habitantes de las pantallas).

**Referencias:**

* BARICCO, Alessandro, 2008, Los Bárbaros, Barcelona, Anagrama.
* BARICCO, Alessandro, 2019, The Game, Barcelona, Anagrama.
* CARRIÓN, Jorge, 2020, Lo viral, Barcelona, Galaxia Gutemberg
* MARTEL, Fredérick, 2011, Cultura Mainstream, Barcelona, Taurus
* RINCÓN, Omar, 2018, La coolture, Revista Anfibia.

\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*

**Nombre del autor del artículo:** Omar Rincón

**Biografía breve:** (Colombia) Profesor titular de la Universidad de los Andes (Colombia). Doctor en Ciencias Humanas y Sociales de la Universidad Nacional de Colombia. Crítico de tv de El Tiempo. Ensayista y consultor de la revista digital 070. Proyecto artístico actual: Narcolombia.com. Proyecto periodístico actual: #el mejor periodismo está por venir.

**Nombre de usuario de** **Twitter** del autor del artículo, si procede (opcional): *@fescomunica*

**Sugerencias para su divulgación en las redes sociales** (opcional):