



TEORÍA SOCIAL DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS E INTERNET

(6 créditos)

Ángel Gordo
Amparo Lasén
Igor Sádaba

1. Introducción

El objetivo de este módulo consiste en abordar el desarrollo de la cultura digital desde la perspectiva de las teorías sociales actuales. Propondremos para ello una mirada histórica y genealógica de cómo las ciencias sociales fueron abordando la tecnología no sin ciertos conflictos y recomposiciones con otras disciplinas para, finalmente, poder comprender las miradas presentes sobre las nuevas tecnologías digitales. Es decir, se busca presentar la historia de los enfoques sociológicos de las prácticas, usos y presencia de las tecnologías y entender, en ese desarrollo, la ubicación de las teorías sociales contemporáneas. Para ello, identificaremos igualmente algunas de las representaciones sociales y discursos dominantes y hegemónicos sobre las tecnologías y sobre las nuevas tecnologías.

Posteriormente, se intentarán ofrecer herramientas conceptuales y casos prácticos que fomenten un análisis crítico y reflexivo acerca de la creación y el uso cotidiano de la tecnología en escalas individual y colectiva. Desarrollaremos también las implicaciones de dichos usos y prácticas en los procesos de subjetivación y desubjetivación, así como en la configuración de emociones y afectos. Todo ello, estudiando y analizando conceptos como: Mediación, Remediación, Agencia Compartida, Subjetivación, Determinismo,...etc. con el fin de que los alumnos conozcan y puedan utilizar estos conceptos en el desarrollo de sus proyectos.

2. Planificación

El seminario se desarrollará durante los meses de septiembre y octubre

1ª semana Magistral I 2,5 + 2,5 horas	Exposición de naciones y debates LUNES La cultura material y la investigación social. De las técnicas de confesión a la hipersocialización	MIÉRCOLES/ JUEVES Tutorías online (2 horas) y presenciales (2 horas)*
2ª semana Magistral III y IV 2,5 horas	LUNES Historia teoría social y tecnología [TS] MARTES Agencia Compartida, Mediaciones y Remediaciones	Tutorías online (2 horas) y presenciales (2 horas)*
3ª semana Magistral V y VI 2,5 horas	LUNES Tecnología e imaginarios sociales: Las representaciones de las nuevas tecnologías digitales en la publicidad MARTES Subjetivación, desubjetivación, afectos y transformaciones de la intimidad.	Tutorías online (2 horas) y presenciales (2 horas)**
4ª semana		Tutorías online (2 horas) y presenciales (2 horas)**
5ª semana		Tutorías online (2 horas) y presenciales

		(2 horas)***
--	--	--------------

*Debate virtual en foro de dudas y ampliación de bibliografía. Reuniones presenciales para debate personalizado o por grupos afines.

**Participación en blog del Máster – con secciones específicas de cada seminario, etiquetas por autores (cada alumno) y etiquetas comunes.

*** Desarrollo en blog del Máster del proyecto propio del alumno (incluyendo la teoría y los casos prácticos) y colaboración en proyectos ajenos.

3. Desarrollo del curso

Presencialidad: Clases Magistrales: 15 horas

Tutorías presenciales: 10

Tutorías virtuales: 10

Elaboración de trabajo propio: 25

4. Evaluación

Participación presencial y virtual. (45%)

Trabajo personal según ejercicios evaluables (1 por tema máximo) (55%)

5. Temario y bibliografía recomendada

1) La cultura material y la investigación social

Aproximaciones y conceptos

Genealogía de la vida material: técnicas medievales y cambio social

Producción y consumo de lugares comunales

La materialidad de los espacios y “medios” cotidianos

Esta sesión introduce la noción de “cultura material” y su relevancia para la investigación social. Presenta brevemente sus fundamentos teórico-críticos a través de una breve genealogía de la cultura material sirviéndose para ello de diferentes estudios de caso que intenta mostrar conexiones teóricas y políticas entre lugares y espacios técnicados y

comunales del pasado y sus fuertes implicaciones las tecnologías y cambio social actual. Además de su carácter introductorio, esta sesión persigue mostrar que el análisis de los artefactos cotidianos y los "enseres" tecnológicos que nos rodean son objetos apropiados para el estudio teórico y aplicado del cambio social desde una perspectiva histórica y material.

Estudios de Caso:

- De los molinos y otros “lugares” de encuentro a la lonja digital
- Estudio de Caso II: el diseño de las casas y jardines
- El automóvil y la cultura de la automovilidad

Bibliografía:

- Ford, S. (1999) “Gardens: planning and presentation”, en I. Parker y Bolton Discourse Network, *Critical textwork: an introduction to varieties of discourse and analysis*. Buckingham: Open University Press.
- Gordo López, A.J. (2006) “De los chats al messenger: tecnologías de comunicación emocional”, en C. Romero Bachiller y F. J. García Selgas (coord.) *El doble filo de la navaja: violencia y representación*, Madrid: Trotta.
- Estevan, A. (2001) “Los accidentes de tráfico: una matanza calculada”, en *Boletín CF+S19 (En)claves insostenibles: tráfico, género, gestión y toma de decisiones*, en <http://habitat.aq.upm.es/boletin/n19/aaest2.html>.
- Heiber, R., Moral, B., Pecharromán, B. y Gordo, A. (2008) “Siniestralidad vial y subjetivación: el coche en la gestión global de la vida y la muerte” en Sádaba, I. y Gordo López, A.J. (2008) *Cibercultura y movimientos sociales*, La Catarata, Madrid.
- Le Goff, J. (1999) “La vida material (siglos X-XIII)” en *La civilización del Occidente medieval*, Paidós, Barcelona, pp. 171-230.
- Mentor, S. (2011) “La llegada del ciborg mundano”, en <http://www.teknokultura.net/index.php/tk/article/view/20>
- Pounds, N. (1992) *La vida cotidiana: Historia de la Cultura Material*. Barcelona: Crítica.
- Sarmiento Ramírez, I. (2007) “Cultura y cultura material: aproximaciones a los conceptos e inventario epistemológico”, *Anales del Museo de América*15, 217-236
- Tilley, C. (2008): “From the English Cottage Garden to the Swedish Allotment: Banal Nationalism and the Concept of the Garden”, *Home Cultures*, Volume 5, Number 2, pp. 219-249
- Urry, J. (2005) *Mobilities*. Cambridge, Polity Press.

2) De las técnicas de confesión a la hipersocialización

Genealogía del formato de preguntas y respuestas en la cotidianidad digital.

La cultura de la entrevista y la confesión digital.

Los procesos de individuación digital desde una perspectiva de gobierno digital.

La hipersocialización y la hiperrealización de lo virtual en las redes sociales

Nota: La 'hipersocialización' o realidad aumentada de la socialización -necesidad de generar acciones que conviertan lo virtual en real-, es una de las principales metas de los procesos de comunicación 2.0. Esto hace que en el tramo final del proceso, se produzca una involución del objetivo inicial, haciendo que el tránsito hacia la virtualización de lo real -tanto de marcas, como de personas-, se transforme en una 'hiperrealización' de lo virtual (tomado de Boronet, 2010)

Estudios de caso:

- Del ICQ y los chats a la lógica identitaria del Messenger.
- De los Bulletin Board System (BBS- Sistema de Tablón de Anuncios) a las redes sociales.
- El fenómeno de la hipersocialización en un estudio de marca

Bibliografía:

- Alvira, F., Baer, A., Finkel, L., Gordo, A., Parra, P. y Serrano, A. (2012) *La entrevista abierta en la investigación social: materiales para una guía práctica*. Proyecto de Innovación Educativa de la UCM (nº 312) (2006-2007) [material audiovisual]
- Foucault, M. (2002) “La verdad y las formas jurídicas”, en *Estrategias de poder. Obras esenciales v. II* (introducción, traducción y edición a cargo de J. Varela y F. Álvarez-Uría), Barcelona: Paidós.
- Gordo López, A.J., Parra Contreras, P.; Megías Quirós, I. y García Arnau, A. (2009) “Representaciones tópicas de tecnología y juventud: implementación y gobierno de la identidad digital”, en Moya et al, *Pensar el presente. Incertidumbre humana y riesgos globales*, Madrid: Biblioteca Nueva.
- Gordo López, A.J. y Megías Quirós, I. (2006) *Jóvenes y cultura messenger. Tecnologías de la información y la comunicación en la sociedad interactiva*, Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (INJUVE, en colaboración con la FAD/Caja Madrid), <http://www.injuve.es/contenidos.item.action?id=90016137>
- Boronet (2010-) [Lasblogenpunto.blogspot.com](http://lasblogenpunto.blogspot.com) - véanse las siguientes entradas:
<http://lasblogenpunto.blogspot.com/2010/08/lo-hipersocial-la-nueva-realidad-de-los.html>
<http://lasblogenpunto.blogspot.com/2010/08/comunicacion-20-un-viaje-ninguna-parte.html>
<http://lasblogenpunto.blogspot.com/2010/08/hay-mucha-vida-mas-alla-de-los-social.html>
<http://lasblogenpunto.blogspot.com/2010/10/incomunicacion-20-de-verdad-estamos.html>
<http://lasblogenpunto.blogspot.com/2010/11/evolucion-10involucion-20-bienvenidos.html>
- González de Rivera (2010) *La socialización tecnológica: la expresión de la identidad personal y nuevas formas de relación social en las redes sociales de internet*. DEA, Universidad Complutense de Madrid

3) Historia y genealogía de la tecnología en la Teoría Social contemporánea

- De la ausencia de pensamiento sociológico sobre tecnología. Primeras miradas presociales y disciplinas cercanas: Historia/historiografía, antropología y filosofía de la tecnología a lo largo del S. XX-> L. Munford, J. Ellul, L. White, M. Heidegger, W. Ogburn, etc.

- La relación entre tecnología y Economía política: autores clásicos, Schumpeter (Innovación) y teorías de la regulación. Neoevolucionismo económico, QWERTY y modelos de atrapamiento tecnológico.
- Del monopolio del humanismo abstracto a las primeras sociologías de la Ciencia: Merton (CUDEO), la Escuela de Edimburgo (Programa Fuerte) y la nueva sociología del conocimiento científico.
- Estudios sociales de la Ciencia y la Tecnología, constructivismo (SCOT), teoría de sistemas y teoría del Actor-Red (ANT).
- Criterios evolutivos y conceptuales de las distintas teorías sociales. Genealogías de la sociología de la tecnología y pares conceptuales de interpretación:
 - linealidad/evolucionismo
 - interioridad/exterioridad de la tecnología
 - determinismo tecnológico
 - progreso y neutralidad
 - cambio social y tecnología
 - expertos/legos
 - simetría epistémica
 - simetría ontológica

Estudios de caso:

- El caso de Internet: mitos y desarrollos de la red de redes. De la cronología técnica a las fases sociales.
- Historia de la idea de Innovación. Genealogía y auge un modelo de cambio socio-tecnológico.
- Noticias de medios y análisis de programas políticos (partidos políticos) y análisis de su concepción tecnológica.

Bibliografía:

- Aibar, E. (1996) "La vida social de las máquinas: orígenes, desarrollo y perspectivas actuales en la sociología de la tecnología", *REIS* 76/96, pp. 141-170.
- Bijker, W. y Law, J. (Eds.) (1992) *Shaping technology / building society: studies in sociotechnical change*, Cambridge: MIT Press.
- Callon, M. (1998) "El proceso de construcción de la sociedad. El estudio de la tecnología como herramienta para el análisis sociológico" en Domenech, M. y Tirado, F. J. *Sociología simétrica*, Gedisa, Barcelona, pp. 143-170.
- Cutcliffe, S. (2004) *Ideas, máquinas y valores: los estudios de ciencia, tecnología y sociedad*, Barcelona: Anthropos.

- Latour, B. (1998) “La tecnología es la sociedad hecha para que dure” en Domenech, M. y Tirado, F. J. *Sociología simétrica*, Gedisa, Barcelona, pp. 109-142.
- Luján, J. L. y Moreno, L. (1996) “Cambio tecnológico en las ciencias sociales: estado de la cuestión”, *REIS* 74/96. pp. 127-161.
- Noble, D. (1999) *La religión de la tecnología*, Paidós, Barcelona.
- Smith, Merrit Roe y Marx, Leo (Eds) *Historia y determinismo tecnológico*. Madrid, Alianza, 1996.
- Winner, L. (1987) *La ballena y el reactor: una búsqueda de los límites en la era de la alta tecnología*, Gedisa, Barcelona.

4) Agencia Compartida, Mediaciones y Remediaciones

- Usos y presencias de los medios digitales como formas de agencia compartida entre personas y tecnologías.
- Noción de Mediación. Mediaciones como formas de producción de vínculos y apego.
- Tres sentidos de la noción de remediación: reconfiguración de los entornos mediáticos, reanudación y resignificación de prácticas, e intentos de remediar problemas y desasosiegos.
- Cómo describir actores híbridos y mediaciones.

Estudio de caso:

- Masas híbridadas- Flash Mobs y Smart Mobs.
- Usos, prácticas y presencias del teléfono móvil.

Bibliografía:

- Bolter, J. D. & Grusin, R (2000). *Remediation. Understanding New Media*. Cambridge: MIT Press.
- Hennion, A. (1988) “De una etnografía de la enseñanza musical a una sociología de la mediación”, *Papers*, 29. <http://www.raco.cat/index.php/papers/article/view/25018>
- Hennion, A. (2010) “Gustos musicales de una sociología de la mediación a una pragmática del gusto”, *Comunicar*, vol. XVII, 34, <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/158/15812481004.pdf>
- Lasén A. y Martínez de Albéniz I.(2011) “An Original Protest at least. Mediality and Political Participation” en Greif, Hajo / Hjorth, Larissa / Lasén, Amparo / Lobet-Maris, Claire (eds.) *Cultures of Participation. Media Practices, Politics and Literacy*, Berlin, Peter Lang, pp 141-158, <http://ucm.academia.edu/AmparoLasén/Papers/431336/> AN ORIGINAL PROTEST AT LEAST . MEDIALITY AND PARTICIPATION
- Latour, B (2008) *Reensamblar lo social: una introducción a la teoría del actor-red*, Buenos Aires: Manantial

4) Tecnología e imaginarios sociales: Las representaciones de las nuevas tecnologías digitales en la publicidad.

- Representaciones e imaginarios sociales y formas de expresión o ideología contemporánea. La publicidad como fuente de representación del mundo moderno.
- La tecnología en la publicidad: modernidad, progreso, seguridad, trabajo, máquina, modernización, riesgo. El campo simbólico de la tecnología (grupalidad, distinción, hedonismo, utilidad, transgresión, etc.). De los anuncios de coches a los ordenadores.
- Las nuevas tecnologías, periplos y variaciones: del electrodoméstico familiar al trabajo masculino. Las primeras figuras sociales de la tecnología (geek/nerd, trabajador de oficina, genio, etc.). Los spots televisivos de los años 1980 y la familia tecnológica.
- Los años 1990 y la explosión tecnológica: juventud, integración, versatilidad, velocidad, etc. La primera segmentación de las audiencias. La tecnología como moda y estilo: diferencia, libertad y distinción.
- La década de los 2000 y el nuevo consumo fático: movilidad, virtualidad e hiperrealidad, nuevo individualismo, transgresión sensorial y contactos. La dimensión fática del consumo: teléfonos móviles y redes sociales. Los spots de telefonía móvil. Los spots de consolas (la transgresión y crítica social como modelo de consumo).

Estudios de caso:

- Publicidad (prensa y audiovisual) sobre i) teléfonos móviles, ii) consolas y iii) ordenadores/Internet.

Bibliografía:

- Cabrera, D. (2006) *Lo tecnológico y lo imaginario. Las nuevas tecnologías como creencias y esperanzas colectivas*, Biblos, Buenos Aires.
- Conde, F. y Alonso, L. E. (2002) "Gente conectada: la emergencia de la dimensión fática en el modelo de consumo glocal", *Política y Sociedad*, Vol 39 Núm. 1, pp. 27-51.
- Manovich, L. (2005) *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*, Paidós, Barcelona.

5) Subjetivación, desubjetivación, afectos y transformaciones de la intimidad.

- Procesos de subjetivación y desubjetivación. Subjetividad y sujeciones.
- Inscripciones digitales como formas de estabilizar, configurar y reconfigurar relaciones, afectos y cuerpos.
- Nuevos hábitos y nuevos olvidos.
- Personalización y personalización compartida.
- Educación sentimental y transformaciones de la intimidad: Mediaciones tecnológicas de la expresión, experiencia, comunicación y gestión de emociones, sentimientos, afectos.

Estudios de caso

- Autofotos digitales y medios sociales. Formas de presentación, representación y corporealización en red.

Bibliografía:

- Bell, David (2006). "Bodies, Technologies, Spaces: On 'Dogging'", *Sexualities*, Vol. 9-4, 387-407.
- Casado, E. & Lasén, A. (eds.) *Mediaciones tecnológicas: cuerpos, afectos y subjetividades*. Madrid: CIS.
- Ferraris, M. (2008) *¿Dónde estás? Ontología del teléfono móvil*, Barcelona: Marbot.
- Foucault, M. (1982) "The subject and the power. Afterword", en *Beyond Structuralism and Hermeneutics*, editado por Hubert L. Dreyfus y Paul Rabinow, Chicago: The University of Chicago Press.
(trad. Esp "El sujeto y el poder"
www.philosophia.cl/biblioteca/Foucault/El%20sujeto%20y%20el%20poder.pdf)
- Lasén, A. (2012) "Autofotos. Subjetividades y Medios Sociales" en García-Canclini, N. y Cruces F. (eds.) *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales. Prácticas emergentes en las artes, el campo editorial y la música*. Madrid: Ariel.
- Sánchez Criado, T. (ed.) (2008) *Tecnogénesis*, vol.1, Madrid: AIBR, <http://es.scribd.com/doc/53353911/Tomas-sanchez-Criado-TECNOGENESIS>