



HUMANIDADES DIGITALES. ILUSTRACIÓN, DIFUSIÓN Y PUBLICIDAD

Francisco Barrón
fbarron@filos.unam.mx

Marat Efrén Ocampo Gutiérrez de Velasco
eljabberwocky@gmail.com

Sandra Leticia Reyes Alvarez
sandroide.filos@gmail.com

Elena León
wandering.star.mx@gmail.com

Marco Antonio Godínez Bustos
markotom@gmail.com

Ana María Guzmán Olmos
sositap@gmail.com

Luis Agustín Sánchez Arreola
carnalazo@gmail.com

Ethel Rueda Hernández
alzilei@gmail.com

Mauricio Sosa Santibañez
punkjazz85@gmail.com

Daniela Pérez Michel
danielapmichel@gmail.com

Francisco Giovanni Salinas Romero
mismeando@gmail.com

Santiago Q. Rosales Escalera
quetzs@gmail.com

Nota: Todos los autores forman parte del SeminarioTF

RESUMEN

¿Por qué los humanistas digitales se preocupan por acercar su trabajo a cierto público? En este artículo nos interrogamos por la relación entre las prácticas de las Humanidades Digitales (HD) y las tecnologías que las difunden. Sometemos, de cierta manera, el sentido de la difusión de las prácticas y los proyectos de las HD al ideal ilustrado del uso público de la razón. Ideal que presupone la construcción de un espacio público donde se ejerza la crítica y se construya la democracia. Las HD parecen asumir este discurso al pretender que sus proyectos lleguen a grandes audiencias. Esto plantea una cuestión: ¿qué ha cambiado y qué se ha mantenido de los valores y discursos que sostenían la práctica de la Ilustración en las HD?

Palabras clave: Humanidades Digitales, tecnología, público, difusión, Ilustración

ABSTRACT

Why are digital humanists concern with making their work known to a certain public? Here we interrogate the relation between Digital Humanities (DH) and the technologies that are involved in their dissemination. We find that the DH take on the role of fulfilling the Enlightenment's ideal of humanity, in which the autonomous use of reason grants access to critique and free speech, which are considered essential for the construction of the public sphere and democracy. DH embrace this discourse and thus they aim to reach bigger audiences. This poses the question: What has changed in the values and discourses that support the practice of enlightenment humanism to our present DH?

Keywords: digital humanities, technologie, enlightenment, public, dissemination

INTRODUCCIÓN

Gráficas, métricas, índices y porcentajes son algunos de los métodos que sirven hoy para producir y representar el cálculo de las visitas que tiene un sitio web, para conocer y determinar su alcance. Considerando que el público de internet no puede ser contado en relación con la compra de un objeto, como un libro o periódico cuyo tiraje puede numerarse, o por medio de la reserva de un lugar en el espacio de un cine o teatro, la medición del público internauta corresponde a la lógica propia de su consumo. Valoración tecnologizada del consumo. El público de internet aparece en forma de estadísticas, a través de interacciones, por medio del tiempo de visita e incluso de la reincidencia de ésta. Pero hoy no se busca solamente el cálculo del público en internet, sino medir sus efectos mediante las acciones de los consumidores. Estos dos elementos, es decir, el número de visitas y la incidencia en un grupo de individuos, no son indiferentes a los proyectos de Humanidades Digitales (HD).

En este sentido, creemos que es necesario pensar la relación de las HD con los discursos que tratan de trabajar su alcance y difusión. Nos interesa analizar la tendencia de algunos proyectos de HD a resaltar el rol de la tecnología digital como un medio propicio para alcanzar su supuesto público, nos preguntamos cuál es el sentido en que se entiende la difusión, cuál es su relación con las HD y qué es eso que configura hoy el público y lo público en el contexto de las HD.

Algunas de estas prácticas han asumido, por ejemplo, el uso de herramientas digitales —blogs, páginas web, *microblogging*, bibliotecas digitales, repositorios, etcétera— como medios de difusión y ampliación del campo de visibilidad de sus investigaciones, tanto en el ámbito académico como en el social. Pero, dadas estas prácticas: ¿Qué se entiende hoy en las humanidades por visibilidad y difusión? ¿Desde dónde se enuncian estos términos? ¿Qué se asume al afirmar la necesidad de un mayor campo de visibilidad de lo humanístico? ¿A qué público se pretende hacer llegar lo difundido? ¿Cuál es la idea de la tecnología que se asume al afirmarla como medio ideal para la difusión del saber humanístico? ¿Cuáles son los discursos que sustentan actualmente las prácticas de difusión en el campo de las humanidades? Nos preguntamos cómo este entramado permite significar todo un ámbito donde las humanidades se reposicionan. Quisiéramos reflexionar sobre el sentido en que se afirma la necesidad de una ampliación de la difusión del saber humanístico, específicamente en relación con los medios tecnológicos de los que dispone y con los que se produce. Queremos investigar y cuestionar los discursos sobre los que se sustenta el ideal de democratización del conocimiento mediante la tecnología, así como las pretensiones de ampliar la visibilidad de las humanidades dentro y fuera del ámbito académico. En este texto buscamos comenzar una cierta genealogía de las relaciones de las humanidades y el concepto de lo público mediante un análisis de los medios tecnológicos con los que se lleva a cabo la publicidad del pensamiento.

Es sabido que el proyecto de Ilustración proponía que un cierto uso de la razón era un medio para el mejoramiento de la sociedad, desde un punto de vista cosmopolita; si se piensa la sociedad no como una nación determinada, sino como el ideal de una sociedad mundial. Para los ilustrados, y con ello para los modernos y para la idea de una universidad humanística-ilustrada, esto sólo sería posible si el saber se difundía entre la mayor cantidad de humanidad posible. Y, no sólo como difusión, sino a partir de una humanidad activa que discutiera lo divulgado, críticos que construyeran lo público mediante la ampliación de la razón pública.

Asumiendo, quizás postulando, que los humanistas son herederos ilustrados, tenemos que el proyecto de la Ilustración explicaría algunos de los puntos sobre los que trabajan aún hoy en día las humanidades. La pregunta es: ¿En qué sentido se ve intervenido dicho discurso

cuando las prácticas de los humanistas están vinculadas a otros objetos, a otros medios de difusión, a otra técnicas de publicación? En fin, nos preguntamos cuál es el sentido de lo público en las HD.

LAS HUMANIDADES Y EL PROYECTO DE LA ILUSTRACIÓN

En 1784 el filósofo alemán Immanuel Kant responde a una pregunta publicada en el *Berlinische Monatsschrift*, un periódico que, como su nombre indica, era entonces de circulación mensual en la ciudad de Berlín¹. A la pregunta, ¿qué es la Ilustración? (*Was ist Aufklärung?*) Kant expone algunos de los elementos propios del espíritu de su época, componentes de lo que se conoce como el proyecto de la Ilustración (Kant, 2004b). Dentro de los elementos analizados en el texto kantiano encontramos conceptos e ideas que nos parecen relevantes para comprender las prácticas y los discursos de divulgación de las humanidades, entre ellos la idea de lo público, la capacidad crítica y la autonomía de la razón. En este sentido, el texto kantiano nos da un primer marco para ubicar el discurso humanístico sobre la incidencia del intelectual en el espacio público, así como de la reformulación del sintagma espacio público. Es precisamente en este ensayo donde Kant afirma que el uso público de la razón posibilita alcanzar un grado de autonomía para cada individuo y esto es una muestra del estado de madurez de una determinada sociedad. Ello supone que habría una relación entre un cierto uso de las tecnologías de transmisión del saber y el desarrollo de los individuos.

En el texto citado, Kant lleva a cabo una distinción entre dos modos en que se hace uso de la razón: se trata de uno privado y otro público. El uso público se vincula a un mundo de lectores, pues el periódico, en particular la sección editorial, era el espacio que según Kant se abría como ideal para la construcción de lo público. El uso privado, por su parte, se adjudica y restringe a las personas que prestan algún servicio laboral, esto es a todo aquel que haya decidido rentarse para obtener una ganancia, pues estaría usando su razón como medio para un beneficio propio. A diferencia del uso público que no está al servicio de un pago, sino que permite manifestar críticas que construyen el espacio público —cabe resaltar que la noción de espacio da muchas posibilidades de pensar tal ubicuidad, más allá de lo meramente físico—.

¹ Este acto que hoy pudiera parecer una simple respuesta de un lector que al ver una nota en su periódico se ha sentido interpelado, ha dado lugar a un conjunto de interpretaciones en torno, tanto al contenido de la respuesta, como al propio acto de responder. Michel Foucault, por ejemplo, como se puede leer en *¿Qué es la Crítica?* ve en el acto de la respuesta kantiana un momento importante para comprender la relación de los intelectuales con los medios en los que se hace público el pensamiento. Para Foucault, la respuesta expone la relación del intelectual con el ámbito público tanto en su contenido, es decir, en la definición del uso público de la razón, como en el propio acto de ser una respuesta a un medio de publicación y circulación popular. Habría allí una relación entre tecnología, saber y poder.

Sin embargo, si se hace caso a la distinción entre razón pública y privada, veremos que la idea de progreso humano se da en el campo de la razón pública y no en el de la privada, pues la segunda es útil para el individuo en términos de supervivencia, pero la pública tiene la capacidad de sumar en la construcción de lo cultural. El problema aquí es cómo se debe pensar ese espacio donde se da lo público, es decir, cómo se producen las condiciones de posibilidad de la construcción de lo público. En ese sentido es que hay que entender el lugar de Kant y establecer relaciones con la época actual. Kant veía la posibilidad del espacio para la publicidad en la tecnología de la prensa escrita, ese era el lugar donde se podía dar la difusión y la visibilidad de aquello que era importante para los lectores del periódico y sobre lo que había que opinar, y es debido al intercambio constante de opiniones que se construía lo público.

Hay que resaltar que Kant valoraba la difusión, la capacidad de acceso a todo aquel que quisiera informarse, pero también apreciaba la capacidad de intervención que permitía la prensa, pues se podían intercambiar opiniones con el escritor de algún artículo y éstas eran a su vez publicadas, por lo cual las opiniones eran visibles y se brindaba la oportunidad de sumarse a la construcción de la opinión pública. Sin embargo, ya en Kant hay problemas en relación con el contenido de lo que se puede y debe hablar, pues el reinado de Federico II ejercía un límite para la construcción de lo público que estaba delineado por la normatividad de lo discursivo, por el contexto producido por sus instituciones, pero también por los medios técnicos de los que se servía para obtener su lugar en el marco de lo posible. Por eso, la prensa que Kant pensaba como lugar de lo público, la de la libertad sin límites, no existía, era una tarea porvenir. Así escribía el pensador alemán: “Para esta Ilustración no se requiere más que una cosa, libertad; y la más inocente entre todas las que llevan ese nombre, a saber: libertad de hacer uso público de su razón íntegramente” (Kant, 2004b, p. 19).

En este sentido parece relevante enmarcar el contexto en el que se usa la palabra *público* y las determinaciones de este ámbito por los medios de publicación disponibles en la época. En primer lugar, es curioso que el uso público de la razón lo refiera a los lectores, lo que otorga un potencial importante a la escritura —crítica— que expondrá ese uso de la razón ante un *público*. Lo que es importante resaltar aquí es que el potencial de la escritura podía ser tal que al alcanzar al público, que podría compartir o no tal opinión, éste podía sentirse impulsado a actuar del mismo modo. Para Kant era de fundamental importancia lo anterior, pues él abogaba por la construcción de una república (Kant, 2004b) y era consciente de que las leyes y los gobernantes no siempre coinciden con la voluntad del pueblo y, por tanto, no siempre existe la garantía de justicia. Por tal razón, la única forma de construir un garante del recto funcionamiento de las leyes, es la creación de un contrapunto crítico que genera la reformulación constante de las leyes y el proceder del soberano hacia una forma justa. Esa sería la garantía de una verdadera república de todos, un gobierno donde los

ciudadanos tuvieran la oportunidad de regular el poder del soberano mediante el ejercicio de la crítica. Por eso la construcción de la publicidad, espacio donde las razones particulares se pudieran pulir hasta lograr acuerdos que tuvieran una aceptación general, haría posible la interpelación al discurso político y de esa manera generar un gobierno de todos.

Del mismo modo, el clérigo está obligado a enseñar la doctrina y a predicar con arreglo al credo de la Iglesia a que sirve, pues fue aceptado con esa condición. Pero como doctor tiene la plena libertad y hasta el deber de comunicar al público sus ideas bien intencionadas acerca de las deficiencias que encuentra en aquel credo, así como de dar a conocer sus propuestas de reforma de la religión y de la Iglesia (Kant, 2004b, pp. 20-21).

Los sujetos responsables de elaborar la crítica, así como la acotación del medio con el que deberían hacerse públicas sus reflexiones, nos parecen asuntos a los que hay que prestar atención para entender las condiciones del rango de lo posible cuando se habla de hacer un uso público de la razón. Tanto la oralidad, como el mayor alcance que adquirieron los periódicos marcan la época que rodea el escrito kantiano.

Centros de comunicación oral incluidos tabernas, baños públicos y cafés, una innovación en este período. Estambul era famoso por sus cafés, tenía cerca de 600. [...] Discusiones de temas científicos podían escucharse en el Child's coffee-house, o en el Garraway o en el Grecian coffee-house, donde se podía ver y escuchar a Sir Isaac Newton (1642-1727). A mediados del siglo XVIII, el Slaughter's coffee-house fue el escenario para un club de artistas que incluía a William Hogarth (1697-1764). En el París del siglo XVIII, los principales cafés incluyen el Café de Maugis, un centro de los ataques a la religión y Le Procope, fundado en 1689 (y aún abierto), que fue frecuentado por importantes intelectuales de la Ilustración (Briggs y Burke, 2009, p. 26. Las traducciones del inglés son propias).

Los cafés como escenario de las discusiones intelectuales nos permiten observar en qué sentido se esperaba en el proyecto ilustrado que las ideas se hicieran públicas. La discusión oral formaba parte de las prácticas propias de aquel dedicado a la producción del saber. Sin embargo, esta forma de discusión pronto se encontró con la aparición de los panfletos y la posterior popularización del periódico como medio de información. Es en este sentido que encontramos la relación de la definición kantiana de la Ilustración como una respuesta a la emergencia de un nuevo campo en que se produce lo *público*. La aparición de los periódicos, como medio de difusión, significó un cambio en el rol de los lectores, pues estos no eran ya sólo seres privilegiados con medios económicos y de instrucción necesarios para la lectura, sino que ahora pertenecían al ámbito de la esfera pública.

Los efectos del ascenso de las revistas y los periódicos ha sido discutido desde entonces hasta el día de hoy. Desde el principio tuvieron sus críticos, algunos quejándose de que mostraron lo que debió mantenerse en secreto, otros acusándolos de trivialidad. Aunque también tenía sus admiradores. Así el diario milanés *Il Caffè* afirmó que expandieron la experiencia y más exactamente que convirtieron a romanos y florentinos en europeos. El surgimiento de nuevos tipos de libro de referencia como el “Diccionario de periódico” (*Zeitungsexikon*) o el “gazetteer” (originalmente un diccionario de los nombres de lugares mencionados en gazettees) sugiere que tales textos les ampliaron los horizontes a sus lectores, y a la gente que no sabía la hacían consciente (Briggs y Burke, 2009, p. 59).

La difusión de discursos a través de los periódicos permitió ampliar las perspectivas sobre un evento. Considerando que el origen de los diarios está en los panfletos, es de esperarse que desde el principio fueran usados como herramienta para producir debate mediante la exposición de los acontecimientos más recientes. Esta característica hizo que poco a poco ganaran un sitio dentro de la vida cotidiana, al grado de que en 1792 se vendieron aproximadamente 15 millones de ejemplares (Briggs y Burke, 2009).

La oralidad del intelectual desarrollada en los cafés y la introducción de múltiples perspectivas sobre un evento político conforman dos direcciones en las que es importante enmarcar el concepto de lo público. Pues, por un lado se trataba de la palabra del intelectual que podía ser escuchada en un espacio determinado y que, en este sentido, colocaba al saber en el espacio social; pero, por otro lado, con la popularización de los periódicos se generaba

una forma de conocer discursos que no estaban determinados por la manera tradicional de entender el espacio de lo público, obligando a una reconceptualización. Para leer una noticia en el periódico no era necesario que dos individuos se hallaran en el mismo lugar, bastaba con la distribución de un conjunto de papeles.

En relación con esta forma de distribuir discursos aparece una manera de entender lo público ya no sólo como la esfera social que se encuentra fuera de los individuos. En la actualidad, cuando hablamos de público pensamos también en el conjunto de personas que asisten al cine o al teatro. En este sentido podríamos hablar del público como receptor, es decir, de un conjunto de personas que pertenecen al ámbito social y que se disponen en un espacio determinado para presenciar un evento. Esto da cuenta de una de las características de lo que Kant llama espacio público (Kant, 2004b). Pareciera que la aparición de los periódicos genera un espacio de lo político, en cierto sentido, similar al del espectador.

¿En qué sentido se puede hablar del lector de un periódico como espectador? Pensemos en la forma de lo público que tenían las charlas en cafés, en el modo de intercambio del saber. No se trata aquí de una idealización o la afirmación de que de hecho se producía o no el debate, sino de la condición espacial que implicaba esta forma de lo público. Una condición delimitada no sólo por compartir una contigüidad espacial, sino por el significado de ese espacio, el del debate del intelectual.

Pensemos ahora en la condición en que se encontraba el lector del periódico. En principio se trata de una relación marcada por la distancia. Una vez más, la distinción no es solamente por la falta de contigüidad de dos individuos que no aparecen en el mismo espacio, sino en las implicaciones que tiene esta forma de relación para la producción de las condiciones en las que la exposición del saber del intelectual se hace posible. Y es que con la popularización de los periódicos se da una relación con un público que no puede ser limitado solamente por el círculo de académicos reconocidos como tales, sino por todo aquel que puede ser alcanzado con este medio, que en muchos casos podía pertenecer a un círculo académico reconocido, pero que abría las condiciones de posibilidad de lo público a otro campo, uno en el que no eran fácilmente documentables los individuos como receptores de la opinión en el periódico.

En este contexto vemos la relevancia del pensamiento kantiano sobre el concepto de lo público y su relación con la facultad crítica. Cuando Kant habla de hacer públicas las reflexiones se refiere a la difusión que se podía hacer en el medio periodístico, es decir, con una estructura dada por las determinaciones de este medio. En el momento en que Kant hace esta distinción hay entonces un giro importante en torno a las prácticas del intelectual, de las charlas en el café al uso de la escritura como medio de lo *público* (Kant, I. 2004b).

Kant utiliza dos palabras en relación con lo *público*. Por un lado, se refiere al *Publikum* (público) como los receptores de las reflexiones propias del hombre ilustrado. En este sentido se pregunta si es posible que el público pueda ilustrarse, en lugar de dejarse conducir por los preceptos determinados por otros².

Por otro lado, Kant utiliza el concepto de *Öffentlichkeit* para hablar del uso público de la razón (*öffentliche Gebrauch*). En este sentido es importante reflexionar sobre la construcción de la palabra publicar, tanto en el idioma del filósofo (*veröffentlichen*) como en el propio español. Publicar describe el acto de llevar a la esfera pública un conjunto de ideas.

Nos encontramos aquí con una operación que no es trivial, ya que el ámbito del público no sólo aparece como un receptor, no se trata solamente de la función propia del público que ve pasivamente un espectáculo. Es precisamente el giro hacia un público activo lo que se produce con la identificación del público y la capacidad crítica. En este sentido, la exposición pública de las ideas debía coincidir con la actividad de los receptores. La opinión pública del intelectual se convierte en un medio para invitar a la acción.

¿Cómo cambia esto el marco en que se da lo público? Las condiciones de existencia de lo público no están dadas solamente por la contigüidad espacial de un conjunto de intelectuales que coinciden en un espacio. Lo que se altera es el espectro de sujetos a quienes les es relevante el trabajo intelectual, pues, precisamente ya no se trata de un espectro cerrado de intelectuales a intelectuales, sino que adquiere la necesidad y el deber de ser expuesto ante un público amplio.

Pero habría que puntualizar que no todos tendrían el uso público de la razón disponible, puesto que como Kant mismo señala es en calidad de maestro que es posible hacer uso público de la razón ante un mundo de lectores: “Entiendo por uso público aquel que, en calidad, de maestro, se puede hacer de la propia razón ante el gran público del mundo de lectores” (Kant, 2004b, p. 20). La pregunta sería: ¿Quiénes son los maestros o qué los caracteriza para que puedan expresar su crítica a un público? ¿Se trata de un grado de conocimiento o una suerte de astucia para intervenir lo público?

¿Qué tan generalizado es este acceso a lo público? Parece ser que todo aquel que tuviera acceso a expresarse ante un público de lectores hubiese incrementado un peldaño más hacia el progreso. Sin embargo, la puntualización que hace Kant parece ser la clave. Se trata de un uso particular de la razón: crítico (Kant, 2004b). Hay entonces una caracterización del

² “Das aber ein *Publikum* sich selbst aufkläre, ist eher möglich; ja es ist, wenn man ihm nur Freiheit lässt beinahe unausbleiblich. Denn da werden sich immer einige Selbstdenkende [...] finden” (A 438, 484) / “Pero ya es más fácil que el público se ilustre por sí mismo y hasta, si se le deja en libertad, casi inevitable. Porque siempre se encontrarán algunos que piensen por propia cuenta”.

mensajero y una determinación del mensaje. En otras palabras, no cualquiera hace un uso público de su razón, ni de cualquier modo. Pero, ¿esta limitación continúa actualmente o se ha ido desvaneciendo en nuestros días?

Aún hay que agregar una vuelta de tuerca más al asunto. La idea de lo público se ha desplazado. Pues si bien es cierto que en la época de Kant, público sólo quería decir lo que es del interés de todos aquellos que en calidad de entendidos tenían la voluntad de participar, en eso radicaba el tono político que se introduce en la noción de público. Sumando la relación con la tecnología, ya que brindaba otras posibilidades, pues técnicas como la imprenta y las vías de comunicación, permitieron que se pensara en la intervención de más ciudadanos en lo político, esto impacta en términos de difusión.

Quizá en el contexto del filósofo ese espacio era reservado a los intelectuales. Pero surge otra cuestión: ¿quiénes son los intelectuales ahora? Esto porque si con la intersección de determinadas tecnologías todos o una considerable mayoría puede expresar su uso de la razón a un público, entonces, ¿esto significa un progreso mayor en términos de Ilustración? Tras estas preguntas creemos que subyace una problemática que continúa hoy día. Parece confirmar la continuación del proyecto ilustrado en términos de difusión y visibilización. ¿Pero sólo en esos términos?

AQUÍ Y AHORA

Hemos señalado la posibilidad de que los proyectos de HD conserven la pretensión emancipadora que el proyecto de la Ilustración ideó en su momento, sólo que, en muchos casos, se afirma que el modo para llevarlo a cabo se ha modificado y supone que la tecnología misma abre mayores posibilidades de lograrlo exitosamente. Como si hubiera una emancipación que viniera aparejada con la tecnología. Sin embargo, hay que decir que dentro de los mismos humanistas digitales hay cuestionamientos en torno a la inserción de sus proyectos dentro y fuera de la academia. Pues, “las herramientas de indagación humanística se han convertido más que en objetos de investigación y experimentación en modos de producción y difusión de conocimiento” (Schnapp, 2013, p. 5). Pero no sólo se cuestiona que dichas herramientas influyan en la producción y difusión del conocimiento, también piensan que “si las plataformas establecen los términos de la producción cultural, ¿entonces las visiones del mundo y las ideologías se encarnan y estructuran en la creación de conocimiento?” (Schnapp, 2013, p. 5).

Esta última interrogante nos hace pensar en que incluso los mismos humanistas digitales aceptarían —y esa es la discusión— una relación de continuidad entre sus prácticas y las pretensiones del proyecto ilustrado (Suárez, 2010). Lo que sigue es indicar cuáles son esas prácticas y analizarlas para afirmar si hay correspondencias entre ellas y el proyecto de la Ilustración, así como mostrar que dichas prácticas definen, aún cuando no de manera explícita, los procesos de producción y difusión del conocimiento. Preguntemos pues: ¿cómo se difunden las HD? Digamos que a través de seminarios de investigación —académicos, por lo regular, aunque también se han generado grupos de investigación más abiertos— conferencias, blogs, aplicaciones, artículos, encuentros, coloquios, videos, cursos en línea, plataformas digitales, etcétera.

De las modalidades antes mencionadas, algunas pueden formar parte de los procesos tradicionales de producción y difusión del conocimiento, incluso aquellas que emplean tecnología digital, puesto que su desarrollo aún está estructurado y enfocado hacia un perfil determinado de humanista. Aceptando esto, la cuestión sobre la visibilidad de las humanidades se desplaza sutilmente —aunque ese desplazamiento no carece de importancia— de una colectividad hacia el individuo. La pregunta ahora sería al difundir sus proyectos: ¿qué buscan los humanistas digitales? Y las posibles respuestas no se hacen esperar. Se quiere abrir camino a públicos mayores sin importar la formación académica o se quiere ampliar el perfil del humanista clásico. Si esto es así, entonces se da por sentada una relación proporcional entre esos modos de difusión y el alcance que van adquiriendo.

Pero surge otra cuestión: si de hecho hay una relación proporcional, qué características tiene, se trata de un público cada vez más amplio o más bien ese público se reduce en número si se toma en cuenta la especificidad de un perfil de humanista digital, pero se incrementa en cuanto a la formación del mismo. En otras palabras, la difusión de las HD pretende hacerse llegar y penetrar en públicos de cualquier tipo o pretende generar en su difusión un perfil mucho más amplio en quienes ya son humanistas digitales y más aún actualizar al sector de humanistas tradicionales, exhortándolos a ampliar sus metodologías, así como sus conocimientos y la forma de compartirlos con otros intelectuales.

Lo que sí admitimos es que el desarrollo de la tecnología produce una masificación de la cultura. Cambio anotado por Walter Benjamin (2003) al distinguir entre cultura y cultura de masas, donde se hace referencia al impacto que esta última tiene en la mayoría de las personas, lo anterior modifica la difusión de la cultura, al ponerla al alcance de todos, también descubre su potencial capitalizable, pues ya la difusión va ligada al consumo a tal grado que lo público se desplaza a aquello a lo que todo mundo puede tener acceso. Es interesante que los primeros en notar tal fenómeno en la nueva forma de hacer cultura fueron algunos miembros de la escuela de Frankfurt, quienes también identifican cómo

la noción de cultura de masas pierde poder político, pues es apropiada por el Estado al *estetizar* la política, por tal razón es modificado el concepto por el de industria cultural, sobre todo con Adorno y Horkheimer (1994). Habría que indicar que Benjamin difería de la postura de aquellos, aunque no por ello simpatiza con la apropiación de la cultura de masas por parte de los procesos de producción del capitalismo.

La pretensión de cierto discurso de los proyectos de HD radica en un afán de aproximar a través de la tecnología a los individuos con y sin formación hacia las humanidades. Éste es uno de los discursos que nos parecen deben ser evaluados en relación con el ilustrado. En esta dirección encontramos el proyecto *1914-1918-online. International Encyclopedia of the First World War* que se define a sí mismo como un esfuerzo por dar acceso público a información y documentación sobre la primera guerra mundial. En este caso vemos el supuesto de un contenido de interés público que debe ser puesto en circulación por un grupo de expertos. Hay pues la definición tanto de un objeto del saber, la delimitación de unas prácticas involucradas en su producción y, por supuesto, la definición de un público al que debería llegar el contenido producido por un grupo de académicos.

La estrategia de dichos proyectos podría ser que por medio de herramientas tecnológicas vuelven más atractivo el saber humanístico, además de facilitar su comprensión y acceso. Decimos atractivo no porque consideremos los métodos de difusión tradicionales como libros, conferencias, cátedras y otros obsoletos respecto a los utilizados por las HD, sino porque considerando lo que Benjamin (2003) dice en su texto sobre la obra de arte, “el revolucionamiento de la supraestructura avanza mucho más lentamente que el de la infraestructura, ha requerido más de medio siglo para hacer vigente en todos los ámbitos culturales la transformación de las condiciones de producción” (p. 37), las nuevas formas de visibilidad y difusión que permiten las HD condicionan la posibilidad de lo que se pueda publicar, de los que se pueda hacer patente.

En ese sentido, pensando en estos proyectos es imposible no cuestionarse por una formación no sólo humanística, sino una formación tecnológica. Esto porque al desarrollar un proyecto de HD parece necesario tener conocimientos básicos de determinadas herramientas digitales o al menos de las que conformen el proyecto en que se participe. En ese sentido, estos proyectos podrían continuar con las limitaciones que en el uso de la razón planteó Kant, si bien no en los mismos términos creemos que la división entre un público de lectores y un grupo de ejecutores de la crítica continúa, aunque en este caso no se limita a ejercer la crítica, sino a saber introducir en los medios y soportes las opiniones. Las etiquetas para nombrar estas diferencias se multiplican, aunque ya no se les llame lectores ni maestros, sino expertos e inexpertos.

Lo anterior plantea una brecha que parece obstaculizar la construcción del espacio público del conocimiento, pero como mencionamos antes aún no es claro qué se quiere al hablar de ella o si de hecho esa es una de sus pretensiones. Por un lado, se pretende que todo individuo que integre la humanidad tenga acceso al conocimiento independientemente del tipo de vida que lleve o más bien se quiere que sólo aquellos individuos con una determinada formación sean capaces por sí mismos de aproximarse al conocimiento, partiendo siempre de que el estilo de vida que llevan les condiciona para poder alcanzarlo. Walter Benjamin en su momento señaló esta situación en relación con la prensa soviética: “En efecto, en la medida en que la literatura gana en amplitud lo que pierde en profundidad, la distinción entre autor y público, que la prensa burguesa mantiene de manera convencional, comienza a desaparecer en la prensa soviética” (Benjamin, 2004, p. 30). Sin embargo, el debate sobre el alcance que la difusión del conocimiento tiene, continúa siendo una discusión hasta nuestros días, pues parece ser que el problema de la producción del saber humanístico digital no puede detenerse sólo en la difusión, sino que se espera que su construcción provoque algún tipo de efecto, debe buscar el espacio de la crítica para poder constituirse como espacio de construcción de lo público.

Hemos puesto énfasis en que la continuidad o no del proyecto ilustrado dentro de las HD se sitúa en la construcción de un espacio público, considerando que en el fondo de los proyectos de éstas se encuentra una concepción positiva del conocimiento, sea cual sea el tipo, pues en él reside la posibilidad de incrementar las capacidades del hombre. Potencializa sus conocimientos permitiéndole entrar en terrenos que antes parecía imposible aproximarse, por lo que si se quiere pensar la continuidad de un proyecto ilustrado cabe preguntar: ¿En dónde radica el potencial crítico de lo digital de las humanidades, si solo en el discurso o también la conformación de los medios técnicos para hacer llegar las humanidades?

Todo lo anterior no hace más que abrir el campo para pensar en qué radica el potencial crítico de las HD, pues podría decidirse —por seguir un modelo tradicional y solamente utilizar los medios— que permiten la difusión, poniendo énfasis en perfeccionar el discurso, en términos de eficacia. Otra opción sería pensar en que el potencial está en los medios digitales y entonces el quehacer humanístico se pondría en cuestión, pues pasaría a ser una suerte de producción de las humanidades, pues el énfasis se pondría en crear nuevas formas de hacer posible la experiencia de las humanidades, exigir al apartado técnico nuevas formas de producción.

VISIBILIDAD Y DIFUSIÓN

Una interrogante que ha surgido en algunos humanistas digitales es saber qué tanto alcance tienen sus proyectos, en ese sentido el uso de estadísticas, marcadores y otros, les proporciona información al respecto, sin embargo para algunos no parece suficiente pues parece que el objetivo de los proyectos no es tanto difundir las humanidades sino las actividades que cada proyecto desarrolle. Para algunos lo que estaría en juego cuando el énfasis se pone en el incremento únicamente de los datos, sería la calidad que los proyectos tengan respecto a las humanidades.

Pareciera que el humanista digital adquiere el rol de aquel hombre ilustrado cuyo uso autónomo de la razón le permitía tener un acceso a la crítica de su entorno social. En este sentido es que se siente invitado a hacer públicos los resultados de sus investigaciones. Se asume entonces que la producción de su saber tiene algún valor en el contexto de lo social y, por ello, que es necesario ampliar la resonancia que dicho saber alcanza en la sociedad. Esa búsqueda de ampliar el espectro de lo público en el trabajo del humanista digital nos hace preguntarnos qué es lo que ha cambiado entre aquel proyecto de la Ilustración que nos ofrecía Kant y la manera y el contexto en el que hoy las HD producen sus proyectos y los difunden. Nos preguntamos entonces si hay un cambio en la serie de valores y discursos que sustentan las prácticas de las humanidades, del humanismo ilustrado kantiano a las HD.

Por un lado, tenemos la defensa de una comunidad que se reúne en torno a una temática particular: la aparición de la tecnología digital como medio para las humanidades. Pero, por otro lado, tenemos la correspondencia de dicha comunidad con una tradición que le antecede y, que pareciera, no renuncia al hacer uso de la palabra humanidades para nombrar sus prácticas. Entre estos dos discursos encontramos la utilización del concepto de difusión de las HD: “El formato blog es idóneo para la divulgación del conocimiento científico o académico en abierto. En general, las herramientas de la web 2.0 utilizadas para difundir el conocimiento académico contribuyen a visibilizar el trabajo científico y romper el círculo académico” (Baraibar, 2014).

¿Qué significa asumir el círculo académico? ¿Por qué es una misión tanto de la ciencia como de las humanidades abrirlo? Lo que resalta aquí es la atribución de la cualidad de “idóneo” para hablar de las tecnologías digitales y sus poderes de difusión. La pregunta por el modo en que se usa el concepto de difusión nos trae entonces a pensar en los objetos que están entorno al saber humanístico, los cuales se determinan a partir de sus discursos. La tecnología digital es dotada así de un poder de ampliación de la difusión y, en algunos casos, se encuentra en ellos una mejor adecuación a los fines propios de aquellos que producen el conocimiento.

En ese sentido sería importante cuestionar si las cualidades que se atribuyen a la tecnología digital no responden tanto a un análisis de dicha tecnología como a la necesidad de justificación de un discurso. La pregunta es si dicho discurso puede seguir siendo operante para el modo en que hoy se realiza la práctica humanística o, si en todo caso, esta es idéntica a aquella en la que se encontraba Kant —considerando los matices al menos en relación los objetos con los que se difunde el saber—.

Parece que es importante distinguir entre el servicio de la tecnología digital para cumplir con un proyecto determinado — que otorga ciertas cualidades a los objetos— y las funciones que dicha tecnología puede tener más allá de que cumpla o no con el ideal de acercar el saber o ampliar la posibilidad de la crítica.

LO PÚBLICO Y LO VISIBLE: PROYECTOS

Si la finalidad ahora es expandirse, parece importante cuestionar cuáles son los criterios con que se evalúan los proyectos de HD y en qué medida estos permiten hablar o no de buenos o malos resultados. Debe considerarse también que estos son principalmente sustentados por las universidades e institutos, por lo que podría pensarse que se trata en primer lugar de expandir dichos proyectos dentro de la misma vida académica y en cierto punto presentarlos más allá de ésta. Así pues, tales proyectos están enfocados principalmente en quienes están insertos en la academia y en esa medida se valora su permanencia, pertinencia y éxito.

En este sentido, no es casual que la herramienta de evaluación para proyectos digitales desarrollada por la Red de Humanidades Digitales —producida con la finalidad de “revisar si el recurso cuenta con los requisitos mínimos de calidad en su elaboración” (Evaluación de proyectos en HD, RedHD, 2013) — cuente con una sección de siete preguntas relacionadas con la visibilidad y difusión de estos. Entre algunos de los criterios que se incluyen en la herramienta se encuentra la flexibilidad del proyecto para ser consultado en distintas plataformas, así como el uso de metadatos útiles en los buscadores.

El criterio de difusión y visibilidad como uno de los componentes de los proyectos de HD nos permite ver en qué medida el rango de alcance —esto es, el público que produce el proyecto— es una cuestión que conforma y delimita la definición de lo que es un proyecto de HD. Hablar de visibilidad y difusión en las HD podría ser una pretensión de definir hoy el espacio de lo público, del público, que según el proyecto ilustrado, debe ser invitado a hacer uso de su razón. Pero esta definición de lo público no se construye más con un espacio identificable donde se ubican los individuos. Al hablar del espacio de lo público no se habla de una contigüidad espacial. Pero pareciera que nunca ha sido así. El espacio del público de un teatro, aparecía como un espacio de reunión, de contigüidad de unos individuos que

se sientan junto a otros para observar a otro conjunto que actúa frente a ellos. Sin embargo, ese espacio estaba también constituido por las condiciones de su aparición, por el marco que delimita quiénes son actores y quiénes son receptores, por la distancia estándar de las butacas, por la forma del escenario y del telón.

El espacio público del que hablaba Kant, en relación con los periódicos, no era ya el de la contigüidad, de un espacio donde se podía identificar el rol de unos espectadores frente a un espacio reservado para la presentación de unos actores. Ya en el hecho de responder a las preguntas hechas por el periódico se hablaba de una invitación a la acción. El intelectual invitado a actuar, a exponer el uso de su razón. El espacio de lo público había cambiado. Esta transformación había sido acompañada por el discurso ilustrado.

El espacio público de las HD no está ya compuesto por la relación de un lector de una publicación mensual que se siente invitado a responder a alguna cuestión planteada en alguna de las páginas. El público de las HD aparece mediado por el uso de la tecnología digital. En este sentido, la producción humanística se encuentra ante otro campo de lo visible, otras condiciones que dan forma y estructura al saber. Las condiciones de esa visibilidad determinan, en buena medida, su producción. Sin embargo, las instituciones, métricas, evaluaciones y todas aquellas estructuras producidas en relación con la Ilustración están lejos de pertenecer a ese otro campo de visibilidad. En este sentido aún cuando se cuenta con otros medios de producción de saber pareciera que hay una correspondencia con el idea de visibilidad propia de la Ilustración. El público de las HD pareciera ser constituido con la misma estructura que aquel de la Ilustración y, sin embargo, ante otras condiciones técnicas.

Parece necesario entonces hacer una reflexión sobre las cualidades que se atribuyen a la técnica en su constitución del público de las humanidades. La pregunta es si hay un potencial crítico que pueda ser pensado como cualidad de la tecnología digital. En este sentido nos parece relevante pensar la propuesta de Gilbert Simondon (2007), esto es, pensar la técnica en cuanto técnica.

Simondon afirma:

La cultura conlleva de este modo dos actitudes contradictorias con respecto a los objetos técnicos: por una parte, los trata como puros ensamblajes de materia, desprovistos de verdadera significación, y que presentan solamente una utilidad. Por otra parte, supone que esos objetos son también robots y que están animados por intenciones hostiles para con el hombre, o que representan para él un peligro permanente de agresión de insurrección (p. 32).

De tal manera que podríamos afirmar que las HD no pertenecen a la segunda actitud, pues no se afirma que la tecnología sea un obstáculo para el pensamiento. Sin embargo, encontramos a las HD en la actitud que hace de la tecnología una utilidad, como un recurso que bien puede ser adaptado para cumplir con las expectativas, tanto de la academia como institución, como de la tradición implícita dentro de esa estructura académica.

Por un lado, se encuentran los proyectos centrados en producir enciclopedias, bibliotecas digitales, repositorios, blogs, cuyo propósito parece estar centrado en hacer disponibles los recursos propios de las humanidades: libros, documentos, archivos, artículos. Este tipo de proyectos corresponden con una idea de utilidad de lo técnico porque la significación de las prácticas, esto es, de la propia producción de los proyectos, queda subordinada al discurso y tradición humanísticos que indican cuáles son los objetos que deben ser divulgados, cuáles son los estándares y —como se ha venido discutiendo a lo largo del texto— cuál es su finalidad.

Por otro lado, se encuentran los proyectos que parecieran estar mucho más centrados en lo técnico, involucrados con lenguajes de marcado, programación y herramientas de visualización. Sin embargo, ya que en muchos casos se trata de hacer interpretación de los datos producidos por medio de los recursos técnicos, parecería que finalmente lo técnico viene a ser hermenéutico. La interpretación y el análisis de datos no está tan lejos de la primera forma en que las HD hacen uso de lo técnico, ya que también en esta lectura hay una significación que no corresponde tanto a las herramientas como al experto dispuesto a hacer uso de ellas dentro de un campo de investigación conocido³.

Hay una exigencia en las HD: que las tecnologías usadas para el desarrollo de los proyectos no sean sólo herramientas, sino que impliquen ya una metodología en sí mismas, una modificación de las formas de hacer humanidades. Por otra parte, la caracterización que hace Simondon de lo que llama campo de utilidad nos parece útil para comprender cómo se da una separación del campo discursivo del de las prácticas, es decir, cómo es posible que aún cuando las HD producen otras metodologías para el pensamiento, éstas están significadas por un discurso producido en el proyecto ilustrado.

³ En este sentido nos parece significativa la crítica que hace Matthew Lincoln en su texto titulado *Confabulation in the humanities*: "Creo que el punto de este post es expresar mi preocupación creciente de que somos muy buenos en dar con explicaciones históricas post-facto para contextualizar cualquier observación, que somos particularmente susceptibles de confabular estas racionalizaciones post-facto con la idea de que de alguna manera ya sabíamos que los resultados de este trabajo cuantitativo (y, por ello, que no tenemos que perder el tiempo haciéndolo.)".

REFERENCIAS

- 1914-1918-online. *International Encyclopedia of the First World War* 2014. Recuperado de: <http://www.1914-1918-online.net/index.html>
- Adorno, T. y Horkheimer, M. (1994). *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*. Madrid: Trotta.
- Baraibar, A. (2013, 21 de mayo). GRISONET: un ejemplo de comunicación digital al servicio de la visibilidad y la difusión de los resultados de investigación. *Día de las Humanidades Digitales 2013. Mi día en HD: Blog*. Recuperado de <http://dhd2013.filos.unam.mx/porvistadeojos/2013/05/21/grisonet-un-ejemplo-de-comunicacion-digital-al-servicio-de-la-visibilidad-y-la-difusion-de-los-resultados-de-investigacion/>
- Baraibar, A. (2014). *Visibilidad y divulgación de la investigación desde las Humanidades Digitales*. Experiencias y proyectos. Recuperado de <http://www.unav.edu/publicacion/biblioteca-aurea-digital/BIADIG-22>
- Baraibar, A. y Cohen, S. (2012). Nuevas tecnologías y redes sociales en la investigación en humanidades. *La Perinola. Revista de Investigación Quevediana*, 16: 155-164.
- Benjamin, W. (2004), *El autor como productor*. México: Ítaca.
- Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. México: Ítaca.
- Briggs A. y Burke P. (2009). *A social history of the media. From Gutenberg to the internet*. Cambridge: Polity Press.
- Burdick, A., Drucker, J., Lunenfeld, P., Presner, T. y Schnapp, J. (2012). *Digital Humanities*. Massachusetts: The MIT Press, Recuperado de https://mitpress.mit.edu/sites/default/files/titles/content/9780262018470_Open_Access_Edition.pdf
- Cereda, A. (2014). Visibilidad y cultura visual. ¿Condiciones para una práctica de divulgación? *Janus. Estudios sobre el Siglo de Oro*. Anexo 2. Recuperado de: <http://www.janusdigital.es/anexos/contribucion.htm?id=46>
- Kant, I. (2004a). Idea de una historia en sentido cosmopolita. *Filosofía de la historia México*: FCE, pp. 39-65.

- Kant, I. (2004b). ¿Qué es la ilustración? *Filosofía de la historia*. México: FCE, pp. 25-33.
- Kant, I. (2004c). Si el género humano se halla en progreso constante hacia mejor”, en *Filosofía de la historia*. México: FCE, pp. 95-122.
- Lincoln, M. D. (2015). Confabulation in the humanities. *Matthew Lincoln: Blog*. Recuperado de: <http://matthewlincoln.net/2015/03/21/confabulation-in-the-humanities.html>
- Padilla, M. (2012). *El kit de la lucha en internet*. Traficantes de sueños, Madrid. Recuperado de <http://www.traficantes.net/sites/default/files/pdfs/EI%20kit%20de%20la%20lucha%20en%20Internet-TdS.pdf>
- Red de Humanidades Digitales. (2013). *Formulario de evaluación para proyectos de Humanidades Digitales*. Recuperado de: <http://humanidadesdigitales.net/evaluacion/>
- Rodear Bermúdez, A. M. (2014). Tesis 2.0: Herramientas para su diseño, desarrollo, lectura y difusión en Ciencia Sociales y Humanidades Digitales. En E. Romero Frías y M. Sánchez (Eds.). *Ciencias Sociales y Humanidades Digitales. Técnicas, herramientas y experiencias de e-Research e investigación en colaboración, CAC, Cuadernos Artesanos de Comunicación*. Recuperado de: <http://www.cuadernosartesanos.org/2014/cac61.pdf>
- Schnapp, J. (2013). *Knowledge Design*, Herrenhausen Lectures. Volkswagen Foundation, Hanover. Recuperado de: http://www.volkswagenstiftung.de/uploads/media/HH_lectures_Schnapp.pdf
- Simondon, G. (2007). *El modo de existencia de los objetos técnicos*. Buenos Aires: Prometeo.
- Suárez, J. L. (2010). ¿Humanidades Digitales en español? *Ínsula*, (762): 33-36. Recuperado de http://www.cultureplex.ca/media/publications/11.Humanidades_Digitales_En_Espanol.pdf

