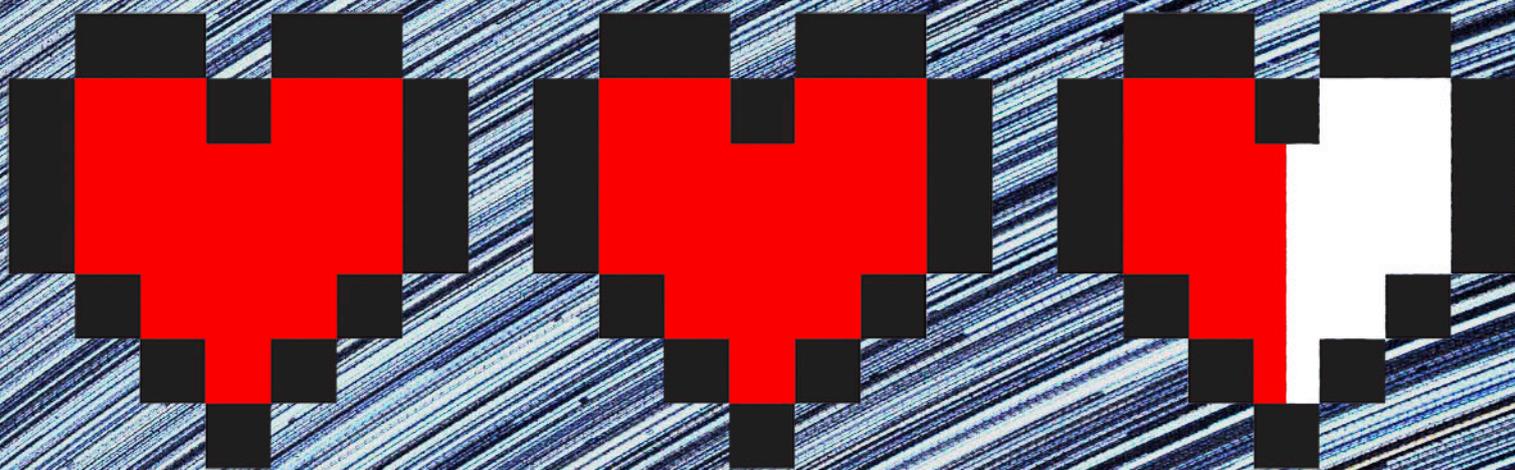


CARAC TERES

Estudios culturales y críticos de la esfera digital

En este número participan ■ Gloria Andrada de Gregorio, María Jesús Bernal Martín, Daniel Castillo Torres, Daniel Córdoba González de Chávez, Ruth García Martín, Fernando González García, Jorge González Sánchez, Yolanda López del Hoyo, Santiago López Díaz, Carmen Morán Rodríguez, Aníbal Monasterio Astobiza, Alberto Murcia, Daniel Muriel, Víctor Murillo Ligorred, Antonio José Planells de la Maza, Rubén Ramos Antón, Pau Damià Riera Muñoz, Mercedes Rivero Obra, Rosabel San Segundo Cachero, Elia Saneleuterio

DOSSIER: PULSA A PARA CONTINUAR. ESTUDIOS DE LA IDENTIDAD EN LOS VIDEOJUEGOS



Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital

Caracteres es una revista académica interdisciplinar y plurilingüe orientada al análisis crítico de la cultura, el pensamiento y la sociedad de la esfera digital. Esta publicación prestará especial atención a las colaboraciones que aporten nuevas perspectivas sobre los ámbitos de estudio que cubre, dentro del espacio de las Humanidades Digitales. Puede consultar las normas de publicación en la web (<http://revistacaracteres.net/normativa/>).

Dirección

Daniel Escandell Montiel

Editores

David Andrés Castillo | Juan Carlos Cruz Suárez | Daniel Escandell Montiel

Consejo editorial

Robert Blake, University of California - Davis (EE. UU.) | Maria Manuel de Borges, Universidade da Coimbra (Portugal) | Fernando Broncano Rodríguez, Universidad Carlos III (España) | José Antonio Córdón García, Universidad de Salamanca (España) | José María Izquierdo, Universitetet i Oslo (Noruega) | Hans Lauge Hansen, Aarhus Universitet (Dinamarca) | José Manuel Lucía Megías, Universidad Complutense de Madrid (España) | Enric Mallorquí Ruscalleda, California State University, Fullerton (EE. UU.) | Francisca Noguero Jiménez, Universidad de Salamanca (España) | Elide Pittarello, Università Ca' Foscari Venezia (Italia) | Fernando Rodríguez de la Flor Adánez, Universidad de Salamanca (España) | Pedro G. Serra, Universidade da Coimbra (Portugal) | Paul Spence, King's College London (Reino Unido) | Rui Torres, Universidade Fernando Pessoa (Portugal) | Susana Tosca, IT-Universitetet København (Dinamarca) | Adriaan van der Weel, Universiteit Leiden (Países Bajos) | Remedios Zafra, Universidad de Sevilla (España)

Consejo asesor

Miriam Borham Puyal, Universidad de Salamanca (España) | Jiří Chalupa, Univerzita Palackého v Olomouc (Rep. Checa) | Wladimir Alfredo Chávez, Høgskolen i Østfold (Noruega) | Sebastián Doubinsky, Aarhus Universitet (Dinamarca) | Daniel Esparza Ruiz, Univerzita Palackého v Olomouc (Rep. Checa) | Charles Ess, Aarhus Universitet (Dinamarca) | Fabio de la Flor, Editorial Delirio (España) | Katja Gorbahn, Aarhus Universitet (Dinamarca) | Pablo Grandío Portabales, Vandal.net (España) | Claudia Jünke, Universität Bonn (Alemania) | Małgorzata Kolankowska, Wyższa Szkoła Filologiczna we Wrocławiu (Polonia) | Beatriz Leal Riesco, Investigadora independiente (EE. UU.) | Juri Meda, Università degli Studi di Macerata (Italia) | Macarena Mey Rodríguez, ESNE/Universidad Camilo José Cela (España) | Pepa Novell, Queen's University (Canadá) | Sae Oshima, Aarhus Universitet (Dinamarca) | Gema Pérez-Sánchez, University of Miami (EE. UU.) | Olivia Petrescu, Universitatea Babeş-Bolyai (Rumanía) | Pau Damián Riera Muñoz, Músico independiente (España) | Jesús Rodríguez Velasco, Columbia University (EE. UU.) | Esperanza Román Mendoza, George Mason University (EE. UU.) | José Manuel Ruiz Martínez, Universidad de Granada (España) | Fredrik Sörstad, Universidad de Medellín (Colombia) | Bohdan Ulašín, Univerzita Komenského v Bratislave (Eslovaquia)

ISSN: 2254-4496



Editorial Delirio (www.delirio.es)

Los contenidos se publican bajo licencia Creative Commons Reconocimiento-No Comercial 3.0 Unported.

Diseño del logo: Ramón Varela, Ilustración de portada: Daniel Escandell

Las opiniones expresadas en cada artículo son responsabilidad exclusiva de sus autores. La revista no comparte necesariamente las afirmaciones incluidas en los trabajos. La revista es una publicación académica abierta, gratuita y sin ánimo de lucro y recurre, bajo responsabilidad de los autores, a la cita (textual o multimedia) con fines docentes o de investigación con el objetivo de realizar un análisis, comentario o juicio crítico.

Editorial, PÁG. 6

Artículos de investigación

- Autorrelatos de perfil: las máscaras de José Luis García Martín en Facebook. DE CARMEN MORÁN RODRÍGUEZ, PÁG. 13
- De la Transición a Twitter: la sátira como vehículo de identidades políticas y culturales. DE DANIEL CÓRDOBA GONZÁLEZ DE CHÁVEZ, PÁG. 65
- Perversión en la atribución de roles literarios: un enfoque didáctico integrador. DE ELIA SANELEUTERIO, PÁG. 100
- Repensando la estructura conceptual del contínuum filosofía-psicología: uso de Big Data y minería de datos para analizar la transformación conceptual de la filosofía y la psicología. DE ANÍBAL MONASTERIO ASTOBIZA, PÁG. 126
- Teléfonos inteligentes y humanos extendidos. Una mirada crítica. DE RUBÉN RAMOS ANTÓN, GLORIA ANDRADA DE GREGORIO Y YOLANDA LÓPEZ DEL HOYO, PÁG. 156
- Corpus Notarial y Sintáctico del Asturiano Medieval (CoNSAM-XIII). DE ROSABEL SAN SEGUNDO-CACHERO, PÁG. 178
- La tergiversación del concepto de *index* en la fotografía digital: agencias y alteraciones en la imagen contemporánea. DE VÍCTOR MURILLO LIGORRED, PÁG. 207

Reseñas

- *Literatura con paradiña: hacia una crítica de la razón crítica*, de Javier García Rodríguez. POR SANTIAGO LÓPEZ DÍAZ, PÁG. 227
- *Pasolini after Dante. The “Divine Mimesis” and the Politics of Representation*, de Emanuela Patti. POR FERNANDO GONZÁLEZ GARCÍA, PÁG. 233
- *Mi avatar no me comprende. Cartografías de la suplantación y el simulacro*, de Daniel Escandell Montiel. POR MARÍA JESÚS BERNAL MARTÍN, PÁG. 238

Dossier: Pulsa A para continuar. Estudios de la identidad en los videojuegos

- El dilema del jugador. DE ALBERTO MURCIA, PÁG. 281
- Videojuegos y subalternidad, una introducción. DE RUTH GARCÍA MARTÍN, PÁG. 304
- El videojuego como experiencia. DE DANIEL MURIEL, PÁG. 335
- Videojuegos *queer* e identidad *gaymer*: un fenómeno disruptivo en el mundo videolúdico. DE JORGE GONZÁLEZ SÁNCHEZ, PÁG. 360
- La dramatización de un agente en entornos virtuales. DE MERCEDES RIVERO OBRA, PÁG. 389
- Una aproximación antropológica a la cultura digital latinoamericana de *World of Warcraft*. DE DANIEL CASTILLO TORRES, PÁG. 407
- El sonido de Atari: identidad sonora en los primeros chips de sonido programables. DE PAU DAMIÀ RIERA MUÑOZ, PÁG. 428
- La semilla digital en los videojuegos: los argumentos universales como marcos ludoficcionales. DE ANTONIO JOSÉ PLANELLS DE LA MAZA, PÁG. 450

Petición de contribuciones, PÁG. 473



ARTÍCULOS DE INVESTIGACIÓN

Investigaciones en torno a las disciplinas que componen las Humanidades Digitales. Los artículos son sometidos a arbitraje doble con sistema de doble ciego.

Research regarding the disciplines that comprise the Digital Humanities. Articles are double peer reviewed with a double-blind system.

DE LA TRANSICIÓN A TWITTER: LA SÁTIRA COMO VEHÍCULO DE IDENTIDADES POLÍTICAS Y CULTURALES

FROM THE SPANISH TRANSITION TO TWITTER: SATIRE AS A VEHICLE FOR POLITICAL AND CULTURAL IDENTITIES

DANIEL CÓRDOBA GONZÁLEZ DE CHÁVEZ
UNIVERSIDADE DO PORTO

ARTÍCULO RECIBIDO: 01-10-2017 | ARTÍCULO ACEPTADO: 14-04-2018

RESUMEN:

A lo largo la historia española la sátira ha estado presente de una forma constante, configurándose en una suerte de correa de transmisión, de vehículo informativo y comunicacional. Además de proporcionar herramientas para la comprensión de la realidad, ha tenido en ocasiones la capacidad de generar narrativas propias y modelar imaginarios sociales. Ha sido en los momentos de crisis, ya sea esta económica, política o institucional, en los que oleadas de creatividad se han puesto al servicio de la interpretación de procesos sociales, de la generación de subjetividad y también frecuentemente de un activismo que se ha situado en primera línea. La intención de este artículo es abordar el impacto de la sátira en España desde que la crisis económica se inicia en 2008. Lo llevaremos a cabo desde una perspectiva comparada, acercando nuestra mirada al último gran periodo de crisis en España, el del tardofranquismo y los primeros años de la transición.

ABSTRACT:

Throughout Spanish history, satire has been often present. Working as a driving force of both an informational and a communicational vehicle. It has not only provided tools for understanding reality, but it has also generated, at times, its own narratives. It has been at times of crisis where waves of creativity have been put in use for the interpretation of social processes, the generation

of subjectivity and also, quite frequently, an activism that far from organizational frameworks and rigid structures, has been at the front line, making social cracks visible. The purpose of this paper is to address the impact of satire in a country beaten by the crisis since 2008. This is done through a comparative perspective, which brings our attention to the previous great period of crisis in Spain: the late Francoism and the early years of the transition.

PALABRAS CLAVE:

Transición, 15M, sátira, internet, meme, transmedia

KEYWORDS:

Spanish Transition, Satire, indignants, internet, meme, transmedia

Daniel Córdoba González de Cház. Graduado en Geografía e Historia y estudiante de un Máster de Historia, Relaciones Internacionales y Cooperación en la Universidade do Porto. Durante años ha sido profesor del Instituto Cervantes de Praga, donde ha impartido cursos de lengua y cultura española. Su campo de interés es la historia política y cultural, a las que se aproxima desde la investigación participativa inserta en entornos activistas.

“El humor puede ser un bálsamo que suaviza o un ácido que corroe”

Lolo Rico

“Jokes are a continuation of politics by other memes”

Metahaven

1. No es tiempo para bromas. El humor y la sátira en tiempos de crisis

En diferentes épocas el humor político ha funcionado como una suerte de correa de transmisión proporcionando a sus receptores herramientas para la comprensión de la realidad. La sátira y la parodia política han tenido en ocasiones la capacidad de generar discursos y narrativas propias, de modelar imaginarios sociales y, en momentos excepcionales, han conseguido generar espacios para la intervención política. Del mismo modo, el humor puede cumplir el papel de reforzar los lazos sociales y el sentido de pertenencia a una comunidad. Esta potencia socializadora, la hemos podido observar recientemente en fenómenos como el Movimiento 15M¹ y otras manifestaciones de protesta que han seguido su estela, como aquellas relacionadas con las luchas anti-desahucios de la PAH (Plataforma de Afectados por la Hipoteca) o las diferentes Mareas en defensa de los servicios públicos. En todos estos casos, o bien el humor y la sátira han formado parte de sus prácticas comunicativas y de intervención social, o bien se encontraban flotando en el ambiente como parte de un relato y unas

¹ También conocido como el movimiento de los *indignados*, en relación con el libro de Stéphane Hessel *¡Indignaos!* De este modo, en el mundo anglosajón el movimiento se denominó con el término inglés *the indignants*.

producciones culturales que han potenciado la participación política de amplios sectores sociales.

Del otro lado, desde los poderes políticos y económicos se ha señalado constantemente que las dificultades de nuestro tiempo requieren la toma de duras decisiones. Como nos recuerda el colectivo holandés de diseñadores gráficos *Metahaven* (2012: e-book), el consenso hegemónico impuesto por las élites tecnofinancieras y políticas ha dejado bien claro que se impone la seriedad: no es momento para bromas. Alrededor de esta *seriedad* se ha construido una *gramática política* basada en el relato de la austeridad, cuyos cimientos se han ido solidificando durante las últimas cuatro décadas.

En el caso español podemos rastrear sus orígenes hasta el proceso de modernización que se inició durante el franquismo, bajo la batuta de los tecnócratas del Opus Dei, en los años 60. Sobre esta base, la consolidación de la democracia que vino de la mano de la victoria del PSOE en 1982 terminó de dar forma a un relato en el que el individualismo como forma de construcción de identidad, el consumo como medida única de cualquier relación social y una nueva clase media urbana y propietaria como sujeto clave y piedra angular del orden social, constituían su columna vertebral. Este relato definido por el periodista Guillem Martínez como Cultura de la Transición (CT) configura los límites sobre los que se ha edificado la legitimidad de la democracia española.

En este contexto, se puede entender que iniciativas como el relanzamiento de la Marca España en 2011 suponen una extensión y una vuelta de tuerca a la construcción del imaginario modernizador, neoliberal e individualista que se empezó a forjar en los lejanos años 60. Pero no solo eso, es también un salvavidas a un barco que empieza a agrietarse, el de la Cultura de la Transición, y

un mecanismo para contrarrestar la aparición de nuevos (y viejos) relatos que ponen en cuestión todo ese entramado hegemónico en el que el imaginario neoliberal se confunde con el relato oficial de la Transición y en el que la legitimidad de nuestro orden institucional descansa en consensos que hasta hace poco parecían inamovibles.

2. De la crisis del tardofranquismo a la eclosión del 15M. Vacíos y continuidades

El franquismo inicia a finales de la década de los cincuenta un proceso modernizador que, más allá de centrarse en el ámbito económico, se adentra en la esfera de las relaciones sociales, la cultura y la reproducción social en sentido amplio. El cuidadoso dibujo que los tecnócratas del Opus Dei realizan sobre un papel que ha perdido su consistencia tras años de violencia, represión y olvido forzoso, supone el primer ladrillo en la construcción del edificio neoliberal que acabaría de erigirse décadas más tarde.

Todo este proceso de cambio implica una profunda modificación de las estructuras socio-económicas, pero también implica cambios, no menos importantes en la esfera cultural (Moreno-Callabud, 2015: 41). En este contexto de cambios en la estructura económica y en las pautas culturales, la ausencia de un correlato político y las contradicciones que esto implica, junto al inicio de una profunda crisis económica a escala mundo que, a partir del año 73, coincide con el pinchazo de la primera burbuja patrimonial en España, abren el camino a la Transición. Un proceso de cambio político en el que el plano institucional y el plano cultural expresaron relatos muy diferentes y, a menudo, contradictorios. De un lado, un proceso modélico en el que la reconciliación, la

concordia y el consenso son los elementos clave con los que las élites políticas consiguen vencer las tensiones involucionistas y cuya conclusión es la llegada de una democracia que es aceptada por una masa social heterogénea pero agradecida por el logro. De otro, un complicado *collage* de sujetos políticos y actores sociales más o menos subalternos que tejen en su práctica cotidiana una densa red de relaciones, establecidas a través de diferentes luchas y espacios de socialización y que construyen una subjetividad antagonista que tiene como punto en común el rechazo al alcance de los cambios en marcha y al concepto de democracia que las élites políticas e intelectuales empiezan promover.

Ambos relatos se cierran con la victoria del PSOE en 1982, si bien el primero lo hace para convertirse en historia oficial, configurando un entramado cultural que sirve de sustento legitimador del nuevo orden institucional. Guillem Martínez (2012: e-book) lo llamó Cultura de la Transición: “una cultura vertical, emitida de arriba hacia abajo y que modula toda la cultura española que quiera serlo”. El segundo, sin embargo, fue marginado, empujado a un triste olvido o fagocitado por la maquinaria cultural desarrollada al calor del nuevo Estado democrático, ya que no respondía al perfil de la clase media creada durante el franquismo y proyectada como soporte cultural de la democracia por el PSOE. En palabras de Germán Labrador (2014: 39) este relato sería el de la “*cultura transicional*, es decir, aquella producida antes de la institucionalización de la CT, con sus propios archivos” como el cine, pero también “el documental, las revistas contraculturales, la sátira política, el arte urbano, los graffiti, el teatro alternativo...”

Una de las expresiones de estas culturas transicionales, plasmada a través del humor gráfico y los cómics, tuvo a la sátira como elemento principal de crítica social. Así, nacieron una serie de revistas satíricas que acabaron por desbancar a *La Codorniz*

(Lopata, 2014: web) y que centrarían su crítica en la dictadura, la falta de libertades y el discurso oficial sobre los cambios socio-políticos en marcha. *Hermano Lobo*, *Por Favor* o *El Pápus* desarrollaron una mirada crítica sobre la actualidad que se hacía eco de una sensibilidad que habitaba en la calle, alrededor de diferentes sectores sociales. Quizá fuera *El Pápus* la más significativa tanto por su éxito y difusión como por sus contenidos ácidos y su estética transgresora. Iranzo Cabrera (2014: 565) sostiene que *El Pápus* cumplió un rol de contrapoder comunicativo ya que “en todo su periplo histórico no cesó de cuestionar la veracidad y consistencia del tránsito políticosocial a la democracia”. Según Marine Lopata (2014: web), su lucha

contra el autoritarismo no se detuvo con la muerte del dictador [...], sino que, al contrario, se prolongó durante los años de la Transición democrática. Durante este periodo transitorio, *El Pápus* propuso a sus lectores un discurso alternativo al oficial y una visión marginal del clima socio-político [...], puso en tela de juicio las tres cualidades que suelen caracterizar la Transición democrática española; a saber, el carácter negociado, consensual y gradual.



Imagen 1. Portada de *El Papius* de marzo de 1979.
<https://www.tebeosfera.com/pics/ART-F600-108-92-521.jpg>

La trayectoria de *El Papius* hasta su desaparición definitiva estuvo marcada por la censura y los intentos de acallar su crítica “despiadada”, llegando a cosechar su última sanción administrativa en 1983, en pleno gobierno del PSOE². Irazo Cabrera (2014: 392-393) apunta como una de las causas principales para su desaparición, la proliferación de publicaciones informativas en un contexto de desencanto y pérdida de interés por el seguimiento de la actualidad. Sin restar validez a esta afirmación, se pueden rastrear causas más profundas para este desencanto y la caída en la difusión

² Puede obtenerse más información sobre este hecho en el mencionado artículo de Marine Lopana. En cualquier caso, baste su mención para mostrar hasta que punto el relato desmitificador de *El Papius* sobre las virtudes de la Transición molestaba a las nuevas élites políticas y culturales.

de la revista en la progresiva integración, cuando no silenciamiento, de los relatos que impugnaban la versión oficial articulada en torno a la Transición.

Así, las últimas tres décadas han transcurrido en una suerte de vacío espacio-temporal en el que las narraciones críticas, las construcciones socio-políticas alternativas y, en general, toda producción cultural que cayera fuera de los márgenes fijados por el imaginario hegemónico han sido silenciados o, en el mejor de los casos, obviados. De este modo, la Transición marca una interrupción histórica que plantea que dictadura y democracia son momentos estancos.



Imagen 2. Manel Fontdevila. *El misterioso agujero negro español*. El diario.es. 6/12/2012
http://www.eldiario.es/vinetas/Viaje-pasado_10_76742326.html

Solo recientemente, bajo el impacto de otra gran crisis económica, devenida en crisis política e institucional, se han empezado a escuchar voces que cuestionan —aunque sea en parte— ese orden político-institucional consolidado en el 82 y al entramado cultural de producción de sentido que lo sustenta.

Estas voces, nucleadas en torno al espíritu de lo que conocemos como 15M, aún sin ser necesariamente conscientes de

ello, se ven reflejadas y son herederas de ese amplio entramado social, político y cultural que, durante la crisis del tardofranquismo y la Transición, conformó esas otras *Culturas en transición* con las que comparten dos elementos fundamentales: la demanda y el deseo de otra democracia por venir y la articulación de este anhelo a través de procesos colectivos de crítica estética de la política, en los que el humor y la sátira, como entonces, juegan un papel fundamental. Una sutil diferencia: la aparición y desarrollo de las nuevas tecnologías que proporcionan acceso a herramientas de producción y edición de contenidos y un enorme potencial de difusión y comunicación en las redes sociales.

Igual que en 1976, el fenómeno 15M consigue abrir grietas en las narrativas institucionales “mediante un lenguaje rupturista que, como los *graffiti* de la transición, hace emerger, en soportes efímeros, una polifonía de voces nuevas” (Labrador, 2014: 22). Y del mismo modo que entonces, el humor como elemento de comunicación política ha continuado jugando un papel importante. Incluso en el seno del Movimiento 15M el uso del humor se ha configurado como un lenguaje *performativo* señalando la enorme distancia que los activistas ven entre las narrativas oficiales y la realidad. Como ya se ha señalado (Labrador, 2014: 27 y Romanos 2016: online), un buen ejemplo de esta capacidad lo encontramos en diferentes intervenciones como el entierro de la democracia³ —realizado entre mayo y junio de 2011 en numerosas ciudades— en el que activistas vestidos de luto lloran a una democracia que descansa contenida en ataúdes. Los gestos de dolor y desconsuelo

³ Algunas imágenes de la performance realizada en Santa Cruz de Tenerife pueden verse en : <https://arribalosqueluchan.wordpress.com/2011/05/20/performance-“entierro-de-la-democracia”-15m-acampada-tenerife---20052011/> Consultado el 20/08/2016

de los activistas sirven para cuestionar la legitimidad de la democracia actual impugnando, de este modo, uno de los pilares básicos de la Cultura de la Transición.



Imagen 3. Entierro de la democracia. SantaCruz de Tenerife. 20/05/2011
<https://arribalosqueluchan.wordpress.com/2011/05/20/performance-entierro-de-la-democracia-15m-acampada-tenerife--20052011/>

De forma sintomática, uno de los efectos de la crisis que se vive en España desde 2008 ha sido el de cuestionar y volver a examinar el pasado reciente. Así debemos entender la relación que se establece en la crítica estética de las protestas entre la represión y la censura actuales con el franquismo o la falta de legitimidad de las instituciones democráticas vinculada a una transición que ya no se acepta como modélica o ejemplar. Esta es la lectura de lemas como: “Españoles, Franco ha vuelto” o “Españoles, la Política ha muerto”, que transforman y subvierten el icónico mensaje de Arias Navarro en 1975. Interpretación similar podemos hacer de protestas como la de febrero de 2012, que bajo el eslogan de “No al golpe de Estado de los mercados” relacionaban en clave humorística la

experiencia golpista de 1981 con los recortes impuestos desde instituciones supranacionales carentes de representatividad democrática; incluso numerosas parodias en diferentes medios y soportes sobre la figura de Franco⁴ establecen una relación directa entre presente y pasado reciente.

⁴ Desde parodias televisivas en espacios de infosátira como el Intermedio hasta actuaciones de Leo Basi, pasando por montajes visuales en revistas de corte satírico como Mongolia.

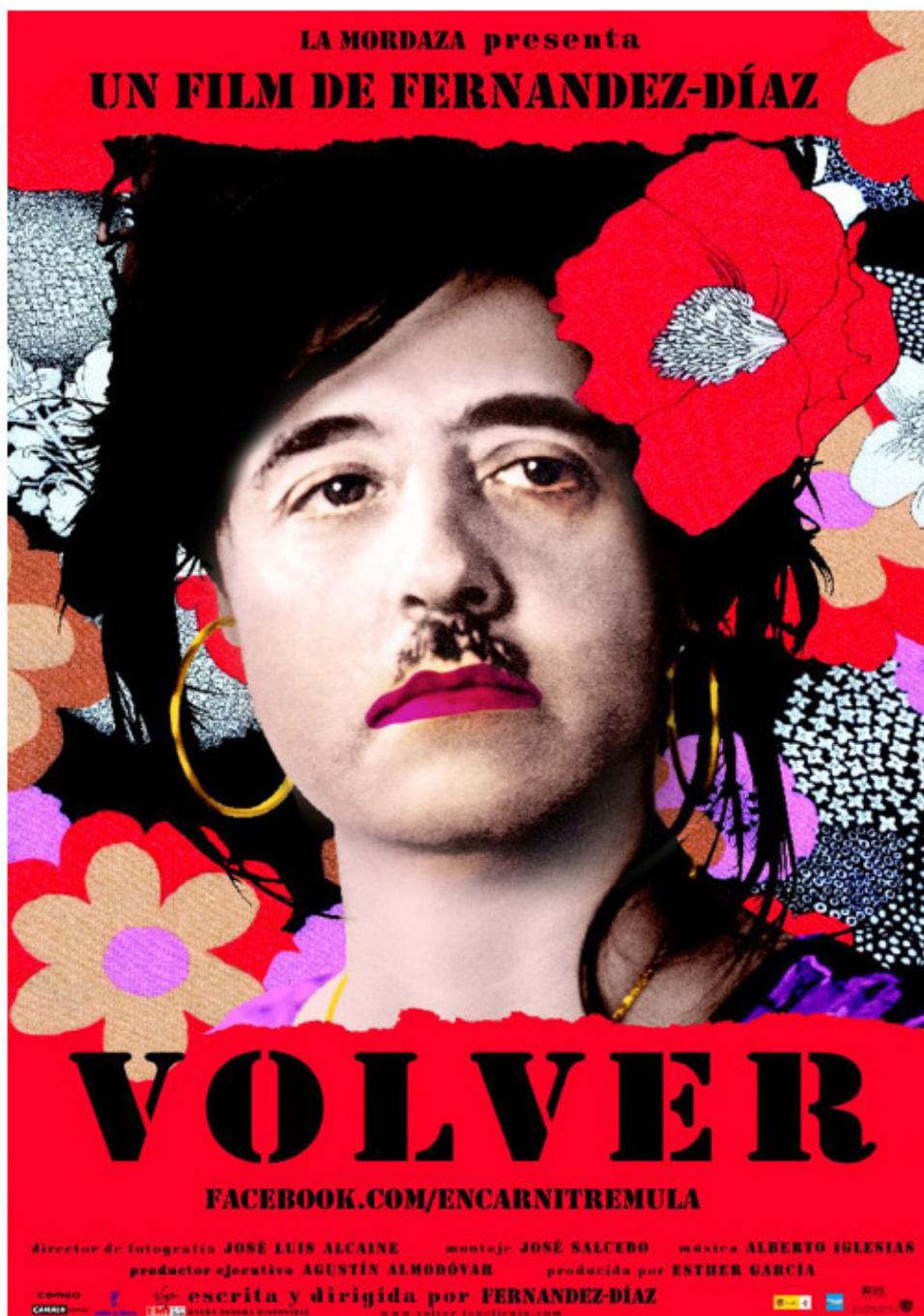


Imagen 4 Encarni Trémula.. V6/ver. 31/03/2015
<http://www.espanistannews.com/volver-parodia-franco-ley-mordaza/>

Del lado opuesto, el discurso institucional ha reaccionado con un enroque hacia el relato oficial, reafirmando los pilares que desde la Transición han sostenido la legitimidad de la democracia. En este sentido, la prioridad ha sido mantener y potenciar la imagen de ejemplaridad tanto del proceso de transformación de España en una democracia moderna, equiparable a las de su entorno europeo, como de las instituciones que le dan forma. Labrador lo explica forma clara:

A modo de ejemplo, puede mencionarse la inclusión de “la transición española” dentro de los atributos de la campaña de marketing llamada la Marca España (al mismo nivel que la paella, el fútbol o la lengua), como parte de los valores sólidos de la nación que deben contrarrestar el daño que la crisis está produciendo a su imagen. (2014: 29)

Lo que vemos es una apuesta institucional por la construcción de un país-marca que gestione tanto la imagen exterior de España, como la autopercepción y la representación que de sí mismos hacen sus habitantes en clave de mercadotecnia y consumo. En clara oposición queda la invitación hecha desde amplios sectores sociales de visitar el pasado reciente como mecanismo para evaluar el presente y dibujar otros horizontes democráticos. Unos horizontes que están en consonancia con aquellos que anhelaban la pluralidad de *culturas transicionales* a la que antes hacíamos referencia. Esa pluralidad estuvo compuesta por diferentes géneros discursivos y formatos, entre los que la sátira y el humor gráfico jugaron un papel importante en la creación de un imaginario democrático diferente del que después se consolidó y que hoy resurge de nuevo a través de las redes sociales y las nuevas tecnologías para crear un nuevo tiempo democrático frente a la crisis.

3. Crisis y sátira en el mundo transmedia: memes, Twitter y protesta en (la) red

La expansión de la web 2.0 ha configurado un espacio propicio para la producción y difusión de la sátira, la parodia y el humor político. En opinión de Metahaven la llegada de Internet junto con las redes sociales y los dispositivos móviles hace que el humor y el chiste —su forma más básica— no dependan más de la transmisión oral, la televisión o la prensa escrita, como sus únicos canales de difusión. El desborde de estos géneros desde sus vehículos tradicionales (televisión, prensa escrita, etc.) hacia el ámbito digital es paralelo a una reconceptualización de la realidad llevada a cabo, de forma cada vez más frecuente, por comunidades de no-expertos (Gangi, et al., 2013: 67-68).

La conformación de estas comunidades, como sujetos capaces de agencia y transformación (Rowan, 2015: e-book), con un repertorio de identidades excepcionalmente heterogéneo y diverso supone un desafío a las formas tradicionales de producción de saber y sentido representadas por las élites políticas e intelectuales. Asimismo, convierte a la sátira digital en un invitado indeseado, ya que tiene la capacidad de producir cortes e interferencias en la construcción y representación de la realidad. Las redes sociales ofrecen la oportunidad difundir contenidos satíricos autoproducidos (o mutaciones y modificaciones de otros contenidos) que, a su vez, contribuyen a una (re)negociación colectiva de los marcos de referencia en los que se produce el debate público. El chiste y la idiotez son los dos elementos clave que facilitan esos procesos. El chiste, como nos recuerdan Rowan y Metahaven, puede ser una herramienta de comunicación política ya que es accesible a toda la población. Por otro lado, siguiendo a

Olga Goriunova (2012: online), las nuevas expresiones de creatividad colectiva y participativa establecen un marco en el que la capacidad de actuar políticamente en el espacio público se relaciona, en muchos casos, con la dimensión *divertida o idiota* de la actuación⁵.

Dentro del universo transmedia, los chistes, el humor y la *idiotez* viajan en diferentes vehículos. En España durante los últimos años han aparecido o han adquirido relevancia social diferentes medios y soportes. Algunos, herederos de la tradición del humor y la sátira analógica, como la revista *Mongolia*, el proyecto de infosátira televisiva *Siberia*, el diario satírico digital *El Mundo Today* o el colectivo *Homo Velamine*⁶, se mueven entre lo analógico y lo digital, entre la información y el humor, a medio camino entre el activismo político y el absurdo. Otros, son hijos del mundo *hipermedia* como los memes que recorren Facebook y Twitter a velocidad de vértigo o los numerosos blogs y páginas web⁷ que, desde el humor y la crítica social, parodian una actualidad estrechamente vinculada a las crisis en marcha al tiempo que deconstruyen imaginarios como el de la Marca España.

⁵ En este sentido podemos señalar algunos de los eslóganes absurdos o humorísticos que aparecieron el 15M o la gran cantidad de memes humorísticos que animan muchos de los debates políticos en las redes sociales.

⁶ *Mongolia* es una revista en papel con una presencia destacada en las redes sociales que también acerca su propuesta al espacio más convencional de las representaciones teatrales. *Siberia* recoge el formato televisivo de los *late night shows*, con un tratamiento de la actualidad en clave de humor, pero con una sensibilidad íntimamente ligada al 15M. *El Mundo Today* crea contenidos ficticios como espejo deformado de la realidad. Mientras que *Homo Velamine* es un proyecto a caballo entre la sátira, el surrealismo y la intervención social difícil de catalogar.

⁷ Dos buenos ejemplos pueden ser <<http://www.asivaespana.com/>> o <<http://www.espanistannews.com/>>.

De entre los primeros, la revista *Mongolia* es heredera de la sátira comprometida que han representado publicaciones como *El Jueves* o *El Pápus*. Es interesante señalar aquí, la apropiación por parte de la revista de referentes que muy bien pueden ser relacionados con la Cultura de la Transición para la realización de sus portadas, como son la imagen de el diario *El País* o las revistas *Interviú* y *¡Hola!*⁸. Podemos incluir este hecho, como decíamos antes, en la tendencia a vincular el presente con el pasado reciente y a revisar los *mitos fundacionales* de nuestra democracia, del mismo modo que las portadas y montajes que hacen referencias al franquismo que encontramos en la misma revista.

⁸ Un interesante recorrido por la sátira gráfica de nuestro país en el que encontramos una comparativa entre *El Jueves* y *Mongolia* podemos leerlo en Barrero (2014).



Imagen 5. *El Mongolia*. Portada revista Mongolia de Octubre de 2015.

El mismo tipo de recorrido realiza el programa satírico emitido en Internet *Siberia* en su cabecera, en la que, de forma muy sintética, se hace un repaso de la política y la cultura española de los últimos 40 años <<http://siberiatv.net>>. Al igual que en el caso de *Mongolia*, *Siberia* cuenta con antecedentes en el mundo analógico: la sátira televisiva, que en España aparece desde finales de los 90 con *Las noticias del Guiñol* de C+ y que más tarde se desarrolla con programas como *Caiga quien caiga*, *El informal* o *El Intermedio*.



Vídeo 1. Cabecera Siberia <<https://youtu.be/jYboTRwcGEw>>.

En su libro *Sátira televisiva y democracia en España* (2011: 75-87), José Luís Valhondo explica que la infosátira apela a una doble identificación del espectador a través de la crítica y la inteligencia, llegando a hablarse de un espectador activo. Sin embargo, una de sus características ha sido que, al contrario que otros géneros precedentes en la tradición del humor y la sátira, no ha centrado su objetivo en el elemento popular (la ciudadanía), sino en las élites políticas o los grandes personajes de la cultura y el

deporte. No ha tenido, por tanto, la ciudadanía suficiente cobertura en este tipo de programas.

No obstante, si de lo que se trata es de facilitar que diferentes sectores y colectivos sociales participen en debates en la esfera pública, además de visibilidad se necesita lo que Valhondo (2011) denomina *acceso*. En sus propias palabras:

el acceso no sólo se traduce en visibilidad mediática sino también en protagonismo, contexto adecuado y competencia retórica (...) hay temas y actores de la agenda ciudadana que consiguen introducirse en la esfera pública. Y aunque su presencia es condición necesaria, no resulta suficiente. Para debatir en pie de igualdad estos actores requieren no sólo aparecer sino poseer un dominio retórico y un contexto específico para poder expresarse con garantías de éxito.

De forma opuesta a este fenómeno la infosátira de nuevo cuño, representada por proyectos como *Siberia*, pretende devolver lo social al primer plano. Para ello, recurre a la elaboración de materiales propios (entrevistas, videoencuestas, cobertura de eventos sociales, políticos o culturales, reportajes, etc.), pero de forma más significativa busca cumplir con las bases que Valhondo señala como necesarias para la participación en un debate público de calidad. Léase, proporcionar marcos de referencia que incluyan de forma implícita información sobre la identidad y la memoria colectiva, junto con los relatos que dan sentido a las experiencias individuales y colectivas. Es aquí donde “el sentido del humor representa el ejemplo que aúna el conocimiento implícito con la narración. Por tanto, el humor, los afectos, la narración o el juego constituyen vías [...] relevantes en la construcción del debate” (2011).

Más arriba decíamos que para debatir en pie de igualdad los agentes sociales necesitan dominio retórico y un contexto. Pues

bien, esa otra vertiente de la sátira contemporánea que se relaciona con el mundo hipermedia parece habérselos proporcionado. De un lado, los memes⁹ que, con el desarrollo de las herramientas de edición digital, pueden ser producidos por cualquier persona con un ordenador personal y conocimientos muy básicos; y de otro, las redes sociales que proporcionan un escaparate inmejorable para su difusión constituyen un ecosistema fértil para la circulación de ideas.

Olga Goriunova (2013: 54) explica que los cambios en los patrones estéticos ocurridos en la esfera digital han acabado por trascender el intercambio de bromas entre adolescentes para convertirse en vehículo de expresión política a través del “lenguaje de los memes o la producción cultural viral”. Emergen desde la base de las culturas digitales, llegando a adquirir la capacidad de volverse virales y diversificándose por diferentes canales por medio de innumerables mutaciones y modificaciones. Pero no solo eso, además los memes tienen una importante capacidad para disipar fronteras entre lo digital y lo analógico.

Jaron Rowan (2015: e-book) proporciona un ejemplo perfecto cuando nos recuerda cómo una pareja británica transformó un póster propagandístico de la época de la II Guerra Mundial en una serie de imágenes que mantenían la leyenda original, *Keep Calm and Carry On*. Años más tarde, en el contexto de la crisis económica iniciada en 2007, comenzaron a circular por la red

⁹ Los memes de Internet son unidades mínimas de significado que trasladan mensajes sencillos susceptibles de alcanzar multitudes. Se entiende por meme la difusión de una fotografía con un texto superpuesto, pero en sentido amplio puede incluir Vines o GIF –vídeos en bucle–, vídeos subtítulos o trucados mediante la introducción de caras distintas a las de sus protagonistas o audios modificados mediante técnicas de doblaje o corta pega.

multitud de imágenes que modificaban el texto para acomodarlo a diferentes situaciones derivadas de la crisis. Pronto, estas imágenes saltaron al mundo analógico, impresas en carteles, camisetas o tazas de café. Es este reciclaje de soportes lo que confiere una cualidad única al mundo hipermedia para la transmisión de mensajes políticos. El colectivo Metahaven (2012) lo explica de forma muy clara:

Every era, every generation, has to construct and reconstruct its political beliefs, and subsequent visuals, out of the stuff that surrounds it at any given moment. Protest signs will be made out of the cardboard, paper and textile available at that given time and place at a local hardware store; there is no hardware store selling “political” cardboard, so even at that material level, a transformation always has to be made. The same goes for the visual stuff of the internet; every generation will construct new, “political” beliefs out of it; out of all kinds of stuff which seemed initially non-political [...] In the absence of a “properly political” visual expression at hand, the stuff that is readily available, the internet’s equivalent of cardboard, gets politicised [...].

En el contexto hispano, podemos encontrar un claro ejemplo en los populares —y virales— memes del cantante Julio Iglesias, en los que una leyenda que siempre termina con la frase “y tú lo sabes” daba forma a un chiste que normalmente tenía que ver con la vida sexual del propio cantante. Sin embargo, los procesos de mutación y reciclaje a los que aludíamos, han transformado, en muchas ocasiones, estos chistes en agudas críticas políticas.



Imagen 6. Meme Julio Iglesias 15M. Anónimo

Es interesante rescatar aquí la “teoría del gatito lindo del activismo digital”. Acuñada por Ethan Zuckerman (2013: web), plantea que las herramientas de Internet diseñadas para que usuarios digitales puedan publicar contenidos no políticos —tales como fotos de gatitos— se revelan de gran utilidad para difundir contenidos activistas. De este modo, camuflados entre fotos de inocentes e inoctrinos gatitos, encontramos en las redes sociales ácidos mensajes y memes de contenido político en los que, generalmente, la sátira y el humor idiota juegan un papel fundamental.

Los memes se valen de lo idiota, de la broma y del absurdo para transmitir sus mensajes y replicarse. Es una estrategia política que les permite difusión y alcance, pero, además, les dota de una capacidad estupenda de modificar los marcos de referencia establecidos por las narrativas hegemónicas. Es una forma de alterar el orden simbólico que rige nuestras sociedades para plantear los debates políticos en términos más adecuados para los intereses de sus autores. En una entrevista al colectivo londinense Deterritorial Support Group (citado en Metahaven, 2012), uno de sus integrantes afirmaba que ante la hipotética pregunta de si condenaba o justificaba la violencia del Black Bloc¹⁰, la única respuesta posible es “this cat is pushing a watermelon out of a lake. Your premise is invalid”. Según Metahaven:

Responding to a sensical question with a meaningless answer is an effective tool to negate the politics of the frame in which the question was posed. And politics has become so dispiriting that it inspires a dadaist troll mentality. The question, “do you condone or condemn,” is

¹⁰ Grupo identificado por su indumentaria de color negro, asociado por los medios de comunicación a los disturbios ocurridos en diferentes protestas del movimiento antiglobalización.

a trap, a gotcha, intended to force all opposition to accord to a neoliberal frame—in other words, it is an exercise in sense-making. The absurd response refuses to participate in this exercise. It removes itself from the frame.

Si trasladamos esta premisa a España, donde durante años la violencia de ETA ha marcado la agenda política, condicionando los discursos de diferentes agentes sociales debido a su uso interesado por parte de determinados grupos políticos o incluso gobiernos, encontramos ejemplos ilustrativos. Después de la ola de movilizaciones iniciada con el 15M, desde el partido en el gobierno, diferentes instancias institucionales y medios de comunicación afines se insinuó (o incluso afirmó) en diversas ocasiones que diferentes movimientos sociales podían tener vínculos ideológicos o justificar de alguna manera el terrorismo de ETA¹¹. En este callejón sin salida, algunas respuestas recurrieron al humor absurdo e idiota en forma de memes con fotos de cachorritos o de la protagonista de la famosa película infantil *Sonrisas y lágrimas* en los que proclamaban que “ellos también eran ETA”. De esta forma, conseguían romper el marco impuesto y recuperar espacios para el debate político en los términos propuestos por los propios movimientos sociales.

¹¹ Un ejemplo puede verse en esta noticia de *El País* <http://politica.elpais.com/politica/2013/03/25/actualidad/1364203963_208246.html>.

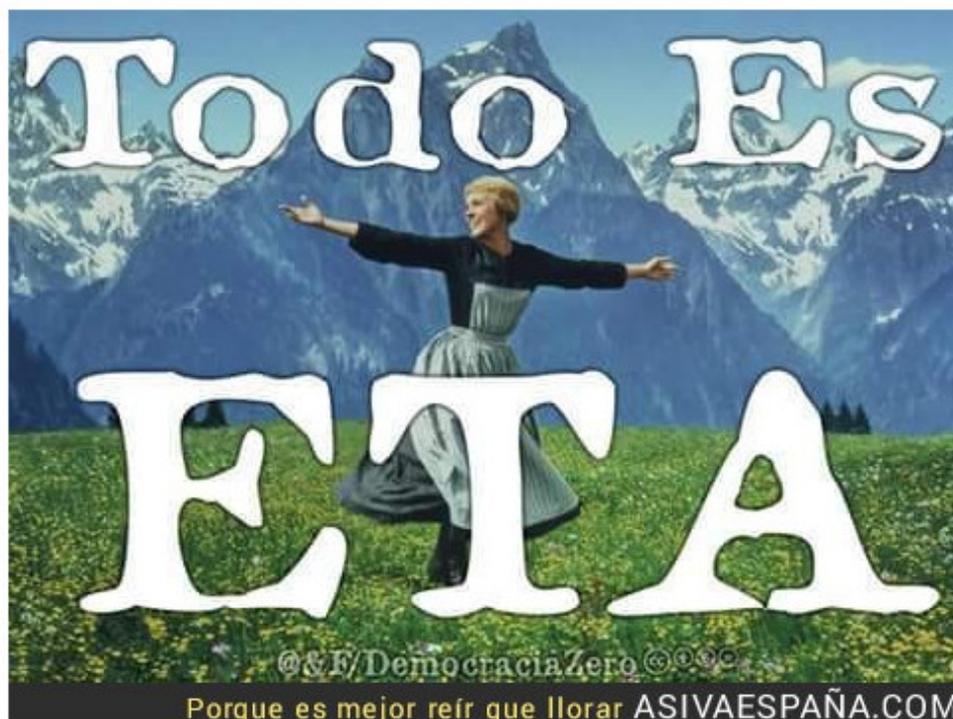


Imagen 7a. Meme Sonrisas y lágrimas. DemocraciaZero.
<https://www.asivaespana.com/politica/en-espana-es-una-realidad>



Imagen 7b. Meme cachorro-Eta. Anónimo.
<http://kallaiko.blogspot.pt/2014/07/como-resumir-la-realidad-con-dos-fotos.html>

Memes y chistes pueden propagarse por la red de forma veloz alcanzando a miles de personas rápidamente. De esta manera, el humor facilita la discusión política a grupos que tradicionalmente no participaban del debate público y lo hace, frecuentemente, dentro de unos marcos que son propios de los movimientos sociales. Se entiende, entonces, que estos hayan prestado tanta atención al uso de herramientas digitales y redes sociales. El universo hipermedia se constituye como un ecosistema desde el que se pueden difundir y amplificar sus mensajes. Asimismo, el aumento del uso del humor y del ingenio satírico por parte del activismo y los movimientos sociales parece encajar y retroalimentarse con el desarrollo de las nuevas tecnologías y la expansión de Internet. En su artículo sobre el 15M y el uso del

humor, Eduardo Romanos (2016: online) afirma que “internet y las redes sociales representan hoy en día una plataforma con enormes posibilidades para el desarrollo de formas humorísticas de comunicación potencialmente subversivas”.

Uno de los mecanismos más utilizados por las culturas activistas en su uso del humor ha sido el de la apropiación y modificación de diferentes tipos de textos para subvertir los mensajes originales o la suplantación de identidades antagónicas, también con el objeto de parodiar o ridiculizar el personaje o institución objeto de crítica. Estas técnicas no son exclusivas ni originarias del ámbito de Internet. Es fácil encontrar numerosas intervenciones sobre el espacio físico que transforman imágenes corporativas e institucionales, como vallas publicitarias sedes de empresas, bancos o instituciones, etc.



Imagen 8. Fotografía *Satander*. Anónimo.
<http://i46.tinypic.com/21ad6hj.jpg>



Imagen 8b. Fotomontaje. Fake ING. Anónimo.
http://sp4.fotolog.com/photo/4/10/38/ces_gti/1225577652587_f.jpg

Sin embargo, es en Internet donde han encontrado un espacio idóneo para su creación y desarrollo, con el uso frecuente de páginas web ficticias, cuentas falsas de Twitter, *hashtags* y memes como fórmula para desafiar tanto los marcos de referencia definidos por el *statu quo* como la lógica represiva inherente al tratamiento que las autoridades suelen dar a las movilizaciones.

4. Consideraciones finales

Todas estas producciones culturales tienen el potencial de generar mayor participación entre sectores sociales, en gran medida juveniles, en los que el nivel de desafección política y la pérdida de confianza en las instituciones habían inducido a un cierto cinismo democrático. La eclosión del 15M, la generalización del uso de

nuevas tecnologías y herramientas digitales y la expansión de culturas colaborativas basadas en una ética de los comunes y de inteligencias distribuidas están contribuyendo al surgimiento de nuevas subjetividades ajenas a la lógica neoliberal que fomenta el individualismo y la competencia, en favor de procesos de colaboración y cooperación. En estas culturas el componente emocional que apela a los afectos facilita, no solo el acercamiento a la política de una forma no necesariamente mediada por partidos o instituciones, sino que también funciona como una suerte de pegamento social. La producción cultural y muy especialmente aquella articulada a través de la sátira y el humor es capaz de construir discursos que impugnan las construcciones sociales mercantilistas enfocadas al consumo, tan asociadas a la noción de marca con la que se quiere identificar el país.

Asimismo, el amplio crisol de sujetos políticos y subjetividades socioculturales que impugnan la Cultura de la Transición y por extensión el binomio país-marca (con toda la maquinaria de producción cultural y de sentido a su disposición) que supone la Marca España se sitúan en un plano en el que la aparición de las nuevas tecnologías y la extensión en el uso de Internet y las redes sociales facilitan la implantación de nuevas culturas colaborativas. Estas culturas, articuladas en torno a las inteligencias distribuidas y la participación horizontal han (re)descubierto el uso del humor, la sátira, la idiotez y el absurdo como herramientas de intervención política tanto para la crítica social, como para la producción de sentido y realidad o incluso como forma de intervención directa en el espacio físico, configurando, así, un imaginario Anti-Marca España en constante choque dialéctico con su espejo.

Es esta relativa polarización que supone el enfrentamiento entre las narrativas más oficiales y los imaginarios que se empiezan

a generar desde estas culturas colaborativas asociadas al 15M, lo que les permite a estas últimas plantear buena parte de su discurso, su estética y sus artefactos visuales como una suerte de antimarca. El espejo de esa Marca España, que si bien ha sido impulsada fundamentalmente desde 2011, es heredera de los empeños modernizadores que se iniciaron en el tardofranquismo y se desarrollaron durante las primeras etapas de la democracia y cuyo sustento ideológico descansa en la Cultura de la Transición. La misma que engulló esas voces críticas que hoy resurgen en las plazas y en las redes.

5. Referencias

- Barrero, Manuel (2014). “El Jueves: Revista de la Transición, revista en transición”. *Tebeosfera* 12. <https://www.tebeosfera.com/documentos/el_jueves_revista_de_la_transicion_revista_en_transicion.html>.
- Goriunova, Olga (2012). “New Media Idiocy”. *Convergence, the international journal of research into new media technologies* 19 (2). <<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1354856512457765>>
- Goriunova, Olga (2016). “The Force of Digital Aesthetics. On Memes, Hacking, and Individuation”. *The Nordic Journal of Aesthetics* 24 (47) <<https://tidsskrift.dk/nja/article/view/23055>>.
- Iranzo Cabrera, Maria (2014). *La revista satírica El Papus (1973-1987). Contrapoder comunicativo en la Transición Política Española. El tratamiento informativo crítico y popular de la Transición Española*. Tesis doctoral. Universitat de València.

- Labrador, Germán (2014). “¿LO LLAMABAN DEMOCRACIA? La crítica estética de la política en la transición española y el imaginario de la historia en el 15-M”. *Kamchatka. Revista de análisis cultural* 4 <<http://ojs.uv.es/index.php/kamchatka>>.
- Lopata, Marine (2014). “El papel de la prensa satírica durante la Transición democrática: El caso de la revista El Papus (1973-1987)”. *Tebeosfera*, 12. <https://www.tebeosfera.com/documentos/el_papel_de_la_prensa_satirica_durante_la_transicion_democratica_el_caso_de_la_revista_el_papus_1973-1987.html>.
- Martínez, Guillem (ed.) (2012). *CT o la Cultura de la Transición. Crítica a 35 años de cultura española*. Barcelona: Random House Mondadori.
- Metahaven (2013). *Can Jokes Bring Down Governments? Memes, Design, Politics*. Moscú: Strelka Press.
- Moreno-Caballud, Luis (2015). “Cultures of Anyone: Studies on Cultural Democratization in the Spanish Neoliberal Crisis – FULL TITLE”. *Modern Languages Open*. <<http://doi.org/10.3828/mlo.v0i0.108>>.
- Nesbitt, Huw (2011). “Deterritorial Support Group”. *Dazed*. <<http://www.dazeddigital.com/artsandculture/article/10260/1/deterritorial-support-group>>.
- Pérez-Lanzac, Carmen (2013). “Cifuentes afirma que la PAH ha manifestado su apoyo al entorno de ETA”. *El País* <https://politica.elpais.com/politica/2013/03/25/actualidad/1364203963_208246.html>.
- Romanos, Eduardo (2016). “‘No es una crisis, es que ya no te quiero’. Humor y protesta en el movimiento 15M”. *Revista*

Internacional de Sociología 74 (3).
<<http://dx.doi.org/10.3989/ris.2016.74.3.039>>.

Rowan, Jaron (2015). *Memes. Inteligencia Idiota, política rara y folclore digital*. Madrid: Capitan swing.

Ruggiero, C. (2013). “Participatory culture and collective satire: the Spinoza.it case”. *Cultura e comunicazione* 3: pp. 65-78.

Valhondo Crego, José Luis (2011). *Sátira televisiva y democracia en España: la popularización de la información política a través de la sátira*. Barcelona: Editorial UOC.

Zuckerman, Ethan (2008, March). “The cute cat theory of digital activism”. En: *E-Tech Conference, San Diego, CA, USA*.
<<http://www.ethanzuckerman.com/blog/2008/03/08/the-cute-cat-theory-talk-at-etech/>>.

Este mismo texto en la web
http://revistacaracteres.net/revista/vol7n1mayo2018/transiciontwitter

{CARAC TERES}

Estudios culturales y críticos de la esfera digital

PETICIÓN DE CONTRIBUCIONES – CALL FOR CONTRIBUTIONS

Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital es una publicación académica independiente **en torno a las Humanidades Digitales** con un reconocido consejo editorial, especialistas internacionales en múltiples disciplinas como consejo científico y un sistema de selección de artículos de doble ciego basado en informes de revisores externos de contrastada trayectoria académica y profesional. **El próximo número (vol. 7 n. 2, noviembre 2018) está abierto a la recepción de colaboraciones.**

Los temas generales de la revista comprenden las disciplinas de Humanidades y Ciencias Sociales en su mediación con la tecnología y con las Humanidades Digitales. **La revista está abierta a recibir contribuciones misceláneas dentro de todos los temas de interés para la publicación.**

La revista está abierta a la recepción de artículos todo el año, pero hace especial hincapié en los tiempos máximos para garantizar la publicación en el número más próximo. Puede consultar las normas de publicación y la hoja de estilo a través de la sección específica de la web <<http://revistacaracteres.net/normativa/>>. Para saber más sobre nuestros objetivos, puede leer nuestra declaración de intenciones. **La recepción de artículos para el siguiente número se cerrará el 30 de septiembre de 2018** (las colaboraciones recibidas con posterioridad a esa fecha podrían pasar a un número posterior). Los artículos deberán cumplir con las normas de publicación y la hoja de estilo. Se enviarán por correo electrónico a articulos@revistacaracteres.net.

Caracteres se edita en España bajo el ISSN 2254-4496 y está recogida en bases de datos, catálogos e índices nacionales e internacionales como **ESCI, ERIH Plus, Latindex, MLA**, Fuente Académica Premier o DOAJ. Puede consultar esta información en la sección correspondiente de la web <<http://revistacaracteres.net/bases-de-datos/>>.

Le agradecemos la posible difusión que pueda aportar a la revista informando sobre su disponibilidad y periodo de recepción de colaboraciones a quienes crea que les puede interesar.

PETICIÓN DE CONTRIBUCIONES – CALL FOR CONTRIBUTIONS

Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital is an independent **journal on Digital Humanities** with a renowned editorial board, international specialists in a range of disciplines as scientific committee, and a double blind system of article selection based on reports by external reviewers of a reliable academic and professional career. **The next issue (vol. 7 n. 2, November 2018) is now open to the submission of contributions.**

The general topics of the journal include the disciplines of Humanities and Social Sciences in its mediation with the technology and the Digital Humanities. **The journal is now open to the submission of miscellaneous contributions** within all the relevant topics for this publication.

While the journal welcomes submissions throughout the year, it places special emphasis on the advertised deadlines in order to guarantee publication in the latest issue. Both the publication guidelines and the style sheet can be found in a specific section of our webpage <<http://revistacaracteres.net/normativa/>> . To know more about our objectives, the declaration of principles of the journal can be consulted. **The deadline for the reception of papers is September 30th, 2018** (contributions submitted at a later date may be published in the next issue). Articles should adhere to the publication guidelines and the style sheet, and should be sent by email to articulos@revistacaracteres.net.

Caracteres is published in Spain (ISSN: 2254-4496) and it appears in national and international catalogues, indexing organizations and databases, such as **ESCI, ERIH Plus, Latindex, MLA**, Fuente Académica Premier or DOAJ. More information is available in the website <<http://revistacaracteres.net/bases-de-datos/>>.

We appreciate the publicity you may give to the journal reporting the availability and the call for papers to those who may be interested.



Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital



<http://revistacaracteres.net>

Mayo de 2018. Volumen 7 número 1

<http://revistacaracteres.net/revista/vol7n1mayo2018>

Contenidos adicionales

Campo conceptual de la revista Caracteres

<http://revistacaracteres.net/campoconceptual/>

Blogs

<http://revistacaracteres.net/blogs/>

Síguenos en

Twitter

http://twitter.com/caracteres_net

Facebook

<http://www.facebook.com/RevistaCaracteres>