

RAE-IC, Revista de la Asociación Española de
Investigación de la Comunicación

ISSN 2341-2690

DOI: <https://doi.org/10.24137/raeic.12.24.3>



Recibido el 6 de agosto de 2025

Aceptado el 13 de octubre de 2025

Publicado el 31 de octubre de 2025

Capitalismo de plataformas y cultura administrada: discusión teórica sobre la industria cultural algorítmica

*Platform capitalism and administrative culture: theoretical discussion of
the algorithmic culture industry*

Carrasco-Campos, Ángel

Universidad de Valladolid (UVA)

angel.carrasco.campos@uva.es



Forma de citar este artículo:

Carrasco-Campos, Á. (2025). Capitalismo de plataformas y cultura administrada: discusión teórica sobre la industria cultural algorítmica. *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 12(24), raeic122403. <https://doi.org/10.24137/raeic.12.24.3>

Resumen:

La cultura digital contemporánea se articula en torno a dispositivos algorítmicos que, más allá de gestionar el acceso a los contenidos, organizan la experiencia estética según criterios de rentabilidad, eficiencia y segmentación. Bajo el capitalismo de plataformas, las promesas de innovación, diversidad o participación se integran funcionalmente en la lógica de la administración de la cultura y la razón instrumental. En este sentido, si bien la plataformización aporta innovaciones tecnológicas de alcance, también mantiene importantes continuidades con los mecanismos de estandarización y control de la sociedad de masas descritos por la Teoría Crítica en el marco de la industria cultural. A

través de una reconstrucción conceptual, en clave dialéctica y fundamentada en una teoría crítica y economía política de la comunicación y la cultura, de fenómenos actuales como la pseudo-individualización algorítmica, la estetización de la cultura digital o la personalización predictiva, el texto explora las continuidades y mutaciones de la cultura administrada bajo la industria cultural algorítmica. Con este trabajo, de naturaleza teórica, la negatividad se plantea como categoría central para pensar sus límites y condiciones de administración total, incluyendo no solo una crítica a sus mecanismos de integración y reproducción social, sino también una reivindicación de las posibilidades de resistencia transformadora que ofrece.

Palabras clave: algoritmo, cultura digital, economía política de la comunicación, justicia de datos, teoría crítica

Abstract:

Contemporary digital culture is shaped by algorithmic dispositifs that, beyond managing access to content, organize aesthetic experience according to principles of profitability, efficiency, and segmentation. Under platform capitalism, the promises of innovation, diversity, and participation are functionally integrated into the logic of cultural administration and instrumental reason. While platformization introduces far-reaching technological innovations, it also reproduces key continuities with the mechanisms of standardization and control characteristic of mass society, as described by Critical Theory in its critique of the culture industry. Through a conceptual reconstruction grounded in a dialectical perspective, and informed by a critical theory and political economy of communication and culture, the article examines contemporary phenomena such as algorithmic pseudo-individualization, digital aestheticization, and predictive personalization. The continuities and mutations of administered culture are explored considering the regime of the algorithmic culture industry. This article, as a theoretical contribution, foregrounds negativity as a central category to interrogate its limits and conditions of total administration, not only offering a critique of its mechanisms of social reproduction and integration, but also reclaiming the possibilities for transformative resistance it still holds.

Keywords: algorithm, digital culture, political economy of communication, data justice, critical theory

1. INTRODUCCIÓN. INDUSTRIA CULTURAL Y CAPITALISMO DE PLATAFORMAS: CONTINUIDADES Y MUTACIONES

La plataformización ha adquirido una posición central en el campo de la comunicación, consolidándose actualmente como objeto privilegiado de investigación. Sin embargo, esta centralidad se ha desarrollado, principalmente, bajo el paradigma dominante de la investigación social. A través de enfoques funcionalistas o tecnológicos se han naturalizado sus continuidades desde una lectura evolucionista del ecosistema audiovisual (Scolari, 2024), que interpreta las plataformas como parte del proceso de desarrollo y adaptación en la estructura e historia de los medios. Se trata de un discurso que, además de difuminar el carácter histórico, contingente y problemático de la mediación cultural, encubre las continuidades estructurales que subyacen a la lógica de producción simbólica bajo el capital. Como advierte Tarleton Gillespie (2010), la propia noción de «plataforma» opera como una construcción retórica interesada, diseñada para simular neutralidad y apertura, cuando en realidad encarna formas específicas de poder técnico, económico y normativo. Es por ello por lo que, tal y como sostiene Nick Srnicek (2016), comprender no solo los cambios sino también las persistencias a largo plazo que operan en el capitalismo de plataformas es una tarea urgente y necesaria para la creación de estrategias transformadoras.

Lo que en muchas ocasiones se presenta como una superación del modelo de la industria cultural debe ser interrogado, más bien, como su reconfiguración algorítmica y su expansión operativa: una fase avanzada de la administración simbólica, tal como ya fue anticipada por la teoría crítica de la sociedad, en particular por los representantes de la primera generación de la Escuela de Frankfurt. Frente al falso dilema entre continuidad y novedad que se plantea con cada tecnología funcionalmente disruptiva, nuestro análisis parte de una hipótesis fuerte: la plataformización de la comunicación y la cultura audiovisual constituye una expresión refinada de la racionalidad técnica e

instrumental que Max Horkheimer y Theodor W. Adorno conceptualizaron como «industria cultural» (1992), entendida no como metáfora ni como unidad empírica de análisis, sino como categoría crítica estructural que permite comprender la capacidad del sistema mediático para integrar y planificar la diferencia y la diversidad bajo criterios de rendimiento y control.

El supuesto individualismo de la sociedad de masas que denunciaban Adorno, Horkheimer y Herbert Marcuse persiste hoy como formas de personalización algorítmica y modulación predictiva del deseo. Se trata, en definitiva, de un proceso de gobierno algorítmico que administra la atención, el gusto y la conducta mediante la anticipación estadística y la gestión automatizada de los afectos. Bajo el capitalismo de plataformas, las trayectorias de consumo siguen siendo administradas en función de patrones predictivos diseñados para anticipar y producir el deseo, ahora subordinados a la lógica de la datificación como forma de rendimiento económico y simbólico. En este sentido, las plataformas audiovisuales hegemónicas ejemplifican cómo la innovación técnica se articula con lógicas de prescripción de consumo y modulación del deseo que no rompen con las dinámicas propias de la sociedad de masas, sino que las desarrollan en términos de personalización, trazabilidad e interoperabilidad, como parte de lo que podemos denominar como la industria cultural algorítmica.

Este artículo se plantea como una reflexión y discusión teórica, situada en la intersección entre teoría crítica y economía política de la comunicación y orientada a la problematización conceptual de estas continuidades. Su objetivo, según hemos anticipado, es reexaminar la vigencia del concepto de industria cultural en el contexto del capitalismo de plataformas, mostrando que, más allá de las mutaciones posibles, se mantienen presentes las lógicas de administración de las subjetividades y del deseo, como forma de estandarización de la experiencia estética y de neutralización de la negatividad emancipadora. Por negatividad entendemos la capacidad dialéctica de negar lo dado y de preservar, frente a la integración sistémica, un espacio de tensión crítica y posibilidad transformadora. La pseudo-individualización, que analizaremos más adelante, remite a la ilusión de singularidad producida por la repetición estructural; la estetización, por su parte, describe el proceso mediante el cual la experiencia se formaliza y embellece para

neutralizar el conflicto. Estos mecanismos se entrelazan bajo el régimen algorítmico contemporáneo, donde la personalización actúa como forma actualizada de administración cultural. Con ello no se pretende negar que la arquitectura tecnológica de las plataformas haya habilitado formas de producción y consumo simbólico más dinámicas, interactivas y ajustadas a la especificidad de cada sujeto, sino que se aspira a cuestionar cómo estas mismas posibilidades han sido incorporadas como dispositivos de captura de valor y administración instrumental de la vida social.

La aparente descentralización, apertura a la participación e hipersegmentación de contenidos que promueven las plataformas deben leerse como mecanismos de integración adaptativa a la lógica de dominio administrado del capitalismo. Desde esta perspectiva, la economía política de la atención (Fuchs, 2014 y 2022) y la crítica del colonialismo de datos (Couldry & Mejias, 2019) no deben interpretarse como campos analíticos paralelos, sino como prolongaciones actuales de la crítica frankfurtiana a la administración del tiempo libre. En consecuencia, se reivindica la necesidad de una teoría crítica de la comunicación y la cultura que no se conforme con denunciar los efectos periféricos del capitalismo digital, sino que señale y confronte su núcleo estructural de dominación instrumental que persiste bajo sus mutaciones tecnológicas.

2. LA INDUSTRIA CULTURAL ALGORÍTMICA COMO ADMINISTRACIÓN DE LA CULTURA

En esta sección se propone delimitar conceptualmente la noción de industria cultural algorítmica, examinando sus raíces en la crítica frankfurtiana y su reformulación en el contexto digital contemporáneo. Con su formulación original en *Dialéctica de la Ilustración*, el concepto de industria cultural se asocia a la transformación radical que supone la subsunción de la cultura bajo la lógica del capital y su integración funcional en el aparato productivo del capitalismo avanzado. Sin embargo, con este concepto, Horkheimer y Adorno no denunciaron simplemente la evolución técnica, los cambios de formato o banalización de los contenidos del arte en la sociedad de masas, sino que interpretaron estos fenómenos como síntomas de su transmutación estructural: la conversión de la cultura en un dispositivo ideológico de integración y reproducción social.

De hecho, en su reconsideración de la industria cultural de 1963, el propio Adorno (2008) quiso enfatizar que el rendimiento económico no es necesariamente el fin último de la industria cultural, sino la forma que adopta en el capitalismo para la integración social mediante el placer de lo reconocible y la satisfacción de lo idéntico. Como hemos podido plantear en trabajos previos (Carrasco-Campos, 2010, 2016, 2021), la industria cultural no es un mero proceso más de producción, distribución y acceso, sino una forma de estructurar la experiencia, que selecciona, modela y anticipa las formas de sensibilidad, percepción y afectividad para su consumo. La administración de la cultura implica, así, la neutralización de su negatividad como elemento de resistencia (esto es, la capacidad de negar el estado de cosas vigente e imaginar otros posibles). Sin embargo, esta neutralización no se realiza mediante represión directa, sino a través de mecanismos de reproducción más sutiles, que convierten la experiencia de la diferencia en una variación previsible, carente de conflictividad, e integrada en la totalidad administrada prevista por el sistema.

Con la industria cultural, la cultura deja de presentarse como praxis autónoma para convertirse en producto calculado, sometido a las exigencias de eficiencia, compatibilidad y rentabilidad de la sociedad administrada bajo la razón instrumental. En el contexto de la cultura digital, este principio no desaparece, sino que se intensifica. Lo disruptivo, en sus formas o contenidos, es absorbido como novedad e integrado como tendencia. La disolución del conflicto se mantiene como principio operativo, aunque formalmente transfigurado: lo que en la sociedad de masas operaba como programación y estandarización centralizada, bajo la industria cultural algorítmica se expresa como personalización, accesibilidad customizada y repetición programada.

Su función estructural permanece: canalizar la experiencia estética hacia formas de consumo integradas que intensifican su carácter fetichista. Así, bajo el capitalismo de plataformas, la cultura audiovisual y sus productos se convierten en concreciones reificadas de las jerarquías algorítmicas, sesgos automatizados y extractivismo de datos, legitimados por una apariencia de libertad de elección. Ejemplos de estas lógicas son las recomendaciones automatizadas en servicios de *streaming*, la optimización de contenidos en redes sociales, la creación de contenidos bajo el imperativo del

engagement o la estructura de catálogos audiovisuales según criterios de viralidad o predicción de las conductas. En todos estos casos, la administración algorítmica de la diversidad canaliza la confrontación y el antagonismo por un pluralismo funcional, adaptado a nichos de consumo.

Aunque desde diferentes perspectivas, los trabajos de Srnicek (2016), van Dijck et al. (2018), Gillespie (2010) y Fuchs (2022) han mostrado que las plataformas no son medios neutros, sino infraestructuras normativas que filtran, jerarquizan y rentabilizan la interacción simbólica. Desde la perspectiva de la actualización de la crítica frankfurtiana que proponemos, esta ontología del poder articula con el concepto de dispositivo (*dispositif*) de Michel Foucault (1977), en tanto que la plataformización conformaría una red heterogénea de discursos, normas, técnicas y saberes que organiza la experiencia y moldea subjetividades bajo los principios de la administración algorítmica. En esta línea, Nieborg y Poell (2018) sostienen que la plataformización de la producción cultural transforma los bienes simbólicos en “mercancías contingentes”, sometidas a una reconfiguración constante a partir del gobierno algorítmico y de los datos generados por la interacción de los usuarios, evidenciando así la subordinación estructural de la creación cultural a las lógicas de extracción y optimización.

En este sentido, el paso de los medios de comunicación de masas a la comunicación 2.0 y, más recientemente, a las plataformas digitales no supondría una verdadera ruptura epistémica con la industria cultural sino, más bien, una complejización de su lógica subyacente. En su fase algorítmica, la industria cultural simula la libre elección individual en un ecosistema mediático en el que visibilidad, accesibilidad y relevancia están preconfiguradas por criterios de extracción de valor. Esta racionalidad técnica produce una paradoja estructural: cuanto mayor es la apariencia de libertad, más profunda es la estructuración previa del deseo y del consumo. La administración de las subjetividades (Marcuse, 1968 y 2011), ya no se sustentaría exclusivamente en la estandarización y programación centralizada, sino que se reconfigura hoy como personalización algorítmica, más eficaz en su capacidad de integrar y desactivar la negatividad de la cultura.

3. ALGORITMOS, SEGMENTACIÓN Y PSEUDO-INDIVIDUALIZACIÓN: LA FALSA PERSONALIZACIÓN COMO FORMA DE INTEGRACIÓN

Tras haber definido la lógica estructural de la industria cultural algorítmica, este apartado aborda uno de sus mecanismos centrales: la pseudo-individualización, entendida como forma contemporánea de integración mediante la personalización y la segmentación algorítmica. De acuerdo con el análisis previo, uno de los recursos más eficaces de la industria cultural sería su capacidad para generar pseudo-individualización: una ilusión de singularidad que disfraza la estandarización sistemática de la experiencia cultural bajo su forma mercancía. Esta estrategia, que Adorno y Horkheimer vincularon a la producción industrial de bienes simbólicos, encuentra hoy una prolongación perfeccionada en la arquitectura algorítmica de las plataformas digitales.

En este entorno, la diferencia ya no se construye específicamente en géneros, formatos o contenidos, profundamente homogeneizados, sino en la segmentación del acceso y en la adaptación simulada a las preferencias del usuario. La personalización algorítmica, presentada como emblema de libertad e individualidad, opera como forma intensificada de la racionalidad administrada: los sujetos son despojados de su singularidad conflictiva para ser procesados como perfiles, reducidos a unidades de cálculo anticipado e inscritos en lógicas de visibilidad, deseo y consumo organizadas por arquitecturas de recomendación. Se trata, por tanto, de una modulación técnica del acceso que redefine la relación entre cultura, subjetividad y poder. Bajo lo que podríamos denominar como una subjetividad parametrizada, la agencia se disuelve en patrones de comportamiento previsibles y la libertad deviene una variable gestionada por la industria.

Siguiendo a Fuchs (2014), es posible sostener que las plataformas no personalizan contenidos para los usuarios, sino que personalizan a los usuarios para el mercado, de modo que lo que aparenta ser empoderamiento se revela como una forma optimizada de subordinación, integración y reproducción del orden social. Esta lógica prolonga el diagnóstico adorniano del pseudo-realismo de la cultura de masas (Adorno, 1966), mediante el cual la industria cultural refuerza estereotipos y formas reconocibles de representación como estrategia de afirmación acrítica del orden existente. La representación se convierte en confirmación, con la que la diversidad aparente oculta la

homogeneidad estructural. En esta dinámica, la industria cultural opera como dispositivo de reconciliación con las condiciones de vida dadas, facilitando su aceptación como inmutables. «La industria cultural, en suma, absolutiza la imitación. Reducida a mero estilo, traiciona el secreto de éste: la obediencia a la jerarquía social» (Horkheimer & Adorno, 1994, p. 175). En su fase algorítmica, esta lógica se intensifica mediante los principios de interoperabilidad y datificación (van Dijck et al, 2018): en el ecosistema digital plataformizado, la diversidad tampoco expresa el conflicto, sino que se presenta como catálogo administrado de nichos rentables, aunque mucho más sofisticado que en el modelo anterior.

En este sentido, la teoría de la unidimensionalidad de Marcuse (1968) también conserva plena vigencia para nuestro análisis, sobre todo al considerar que la racionalidad técnica de las plataformas traduce la pluralidad a términos mensurables, neutralizando toda negatividad transformadora. A este respecto cabe recordar el análisis certero de Zygmunt Bauman (2007), quien ya advertía que el consumidor posmoderno no se emancipa mediante la elección, sino que es moldeado por ella, a través de una libertad que no es otra cosa que la capacidad de seleccionar alternativas no conflictivas dentro de un repertorio previamente estructurado. Como en la cultura de masas, la industria cultural algorítmica tampoco necesita censurar la diferencia, sino que le resulta más eficaz integrarla funcionalmente.

La subjetividad se convierte, así, en materia prima del capitalismo de plataformas, transformando la experiencia cultural en circuito de atención capturada y rendimiento estadístico. Sin embargo, esta administración simbólica no solo opera a nivel cognitivo, sino también afectivo, instrumentalizando la sensibilidad como vector para la planificación, el dominio y la rentabilidad. En este punto, la lectura de Marcuse (1981) del *eros* como principio de negatividad no subordinado al rendimiento encuentra ecos en los trabajos contemporáneos de Susanna Paasonen (2021), quien analiza cómo las infraestructuras digitales modulan la vida afectiva en formas funcionales al *status quo*, canalizando el deseo hacia circuitos de dependencia, distracción y aburrimiento. El colonialismo de datos (Couldry & Mejias, 2019) llevaría esta lógica un paso más allá, capturando la producción afectiva para convertirla en recurso extractivo. En este

sentido, la personalización algorítmica implica no solo la administración del deseo, o su reprogramación como desviación estadística gestionable, sino la expropiación epistémica de la vida cotidiana de los sujetos, de sus pulsiones y sus elecciones.

4. PLATAFORMIZACIÓN Y RACIONALIDAD TECNOLÓGICA: ESTETIZACIÓN SIN NEGATIVIDAD

A continuación se examina la dimensión estética de esta racionalidad algorítmica, mostrando cómo la estetización digital funciona como dispositivo de neutralización de la negatividad y de captura de la atención. Siguiendo a Walter Benjamin (1973), la noción de estetización remite a un proceso mediante el cual se confiere una apariencia estética a fenómenos sociales o políticos, difuminando su conflictividad o su violencia estructural. En el capitalismo de plataformas, la estetización digital constituye una forma central de la racionalidad instrumental, orientada a modular la percepción, estabilizar los afectos y facilitar la circulación de mercancías simbólicas. Actúa como codificación estética basada en un sistema de convenciones formales, estilísticas y afectivas que configuran la presentación, circulación y percepción de los contenidos. La construcción de identidades aspiracionales y de realidades filtradas constituye solo una de las formas posibles de estetización en el capitalismo de plataformas. Junto a ellas proliferan estéticas disonantes, grotescas o surreales que, como el *shitposting*¹, el *brainrot*², la estética *lo-fi*³ y *low-budget*⁴, o la estetización del sufrimiento, simulan rupturas dentro de marcos reconocibles y altamente codificados. Estos estilos funcionan más como decorado de la transgresión que como transgresión efectiva, reforzando la lógica algorítmica de la atención y la retención. La interrupción y la incomodidad terminan integradas como

¹ *Shitposting* designa la producción deliberada de contenidos absurdos o caóticos en entornos digitales. Aunque aparenta transgresión o sátira, en el ecosistema algorítmico contemporáneo funciona principalmente como una forma de *ruido administrado*, absorbido por la lógica de circulación acelerada y el estímulo constante. Véase *Know Your Meme - Shitposting* (s. f.).

² *Brainrot* (literalmente “pudrición cerebral”) alude a la saturación cognitiva provocada por el consumo compulsivo de microcontenidos digitales. Lejos de constituir una práctica crítica, expresa la interiorización de la sobreexposición y la atención fragmentada como modo de experiencia. Véase *Know Your Meme - Brainrot* (s.f.).

³ La estética *lo-fi* (de *low fidelity*) se basa en la imperfección deliberada y en una afectividad nostálgica que produce sensación de autenticidad. En el capitalismo de plataformas, esta estética es reabsorbida como forma de *comodidad visual y sonora*, un estilo fácilmente identificable que estabiliza la atención más que interpelarla críticamente. Para una descripción de los rasgos estilísticos del arte *lo-fi* como corriente estética digital, véase *Aesthetics Wiki* (s. f.).

⁴ La estética *low-budget* (de “bajo presupuesto”) emplea recursos precarios —grabaciones caseras, iluminación deficiente, edición rudimentaria— como marca estilística. En el entorno platformizado, esta precariedad se convierte en *valor de autenticidad reconfigurable*, reconfigurada como signo de cercanía y espontaneidad. Véase Chateau (2022). *Aesthetic Investigations* Vol 5, No 2 (2022), 173-193

formato de tal modo que la estetización digital, incluso en sus variantes más caóticas o afectivamente cargadas, actúa como recurso de neutralización y captura.

La estetización de la cultura audiovisual digital, en toda su diversidad administrada, es transformada en complemento funcional de la mercancía cultural más tradicional. Con su optimización según los principios de la economía de la atención, lo estético ya no media la experiencia, sino que la preconfigura para la retención del consumo en una oferta diversificada. Se trata de una estetización automatizada, anticipada, distribuida y personalizada por la propia lógica y estructura de plataformas. Si en su tesis sobre la estetización de la política Benjamin advertía que el arte, bajo el fascismo, podía ser instrumentalizado para embellecer la dominación, en el capitalismo de plataformas este proceso no desaparece, sino que se transforma. La estetización actuaría ahora como recurso de integración totalitaria mucho más sutil, como técnica algorítmica de retención emocional y pacificación perceptiva. Así, no hay una imposición directa de formas y formatos, sino una gestión de las propuestas estéticas posibles, calculadas, previstas y sugeridas según perfiles, ritmos y contextos de consumo, con la que se predisponen patrones sensibles a través de algoritmos de optimización afectiva y la rentabilidad de la aspiración viral. De algún modo la estetización digital en la industria cultural algorítmica consume la desartificación que evidenciaba Adorno (2004) en su *Teoría Estética*, según la cual la apariencia de pluralidad estética encubre la neutralización de apertura hacia una praxis transformadora.

Nos referimos, por tanto, a una estetización administrada orientada hacia la productividad atencional: maximizar el tiempo de conexión, el volumen de interacción y la explotación emocional del sujeto conectado. La racionalidad algorítmica contemporánea amplifica estas posibilidades mediante la gestión de contenidos y su acceso, así como también mediante los formatos, ritmos y gramáticas de la experiencia de la cultura audiovisual. El diseño de interfaces, la coreografía del *scroll*, la lógica de la compartibilidad y el imperativo de *engagement* configuran un entorno para mantener la atención dentro de un flujo inagotable. La estetización sin negatividad se convierte en el núcleo ideológico de la industria cultural algorítmica.

La estetización digital participa de una economía política del afecto y del deseo, en la que la reificación de la diferencia sirve para su integración en el flujo comunicativo, empaquetada como mercancía apta para su consumo rápido. Desde esta perspectiva, esta transformación puede entenderse como una articulación entre formas simbólicas y estructuras de acumulación. No se trata solo de capital económico, sino también de capital cultural y afectivo: la producción estética en la cultura audiovisual plataformizada no se configura únicamente como forma de expresión sino, de forma encubierta, bajo la subsunción de lo cuantificable y rentable (Poell et al, 2021). La producción simbólica se reorganiza en torno a métricas de circulación y algoritmos de maximización del impacto, culminando la transmutación de su valor de uso por el valor de cambio más cuantificable y por el goce de la integración del sujeto (visualizaciones, *likes*, veces compartido y formas de participación en las tendencias virales).

5. RELECTURA CRÍTICA DE LA PROMESA EMANCIPADORA DIGITAL

En continuidad con el diagnóstico anterior, este apartado aborda críticamente la retórica emancipadora que atraviesa la cultura digital, explorando cómo las promesas de democratización y autonomía se inscriben en las mismas lógicas de dominación mediadas por la racionalidad instrumental. En esta línea, Petre, Duffy y Hund (2019) muestran cómo la profesionalización y la cultura de la visibilidad reconfiguran el trabajo creativo como forma de fetichismo digital, en la que la autonomía proclamada se convierte en un régimen de autoexplotación afectiva y reputacional.

Desde sus orígenes, la cultura digital ha estado atravesada por una retórica de emancipación: democratización del conocimiento, descentralización de los flujos comunicativos, participación activa del prosumidor y horizontalidad técnica. Estas promesas se intensificaron con la Web 2.0, sustentadas en un imaginario que situaba al usuario como figura central de una ecología mediática autogestionada, creativa y liberadora. Sin embargo, la actual apariencia de democratización y liberación del acceso, producción y consumo de la cultura audiovisual reactiva el clásico, pero siempre necesario, diálogo entre Adorno y Benjamin sobre las posibilidades emancipadoras de la técnica. Si bien, de acuerdo con Benjamin, la reproductibilidad técnica puede abrir usos subversivos de la cultura mediante su politización, aun a costa de la pérdida de su

aura, el análisis adorniano de la industria cultural y la racionalidad instrumental sostiene que su estatus de mercancía invalida toda posibilidad emancipadora, siendo necesaria la radicalización de su autonomía. De tal modo, aunque rechacemos la posición más apocalíptica de negación de toda posibilidad emancipadora de la cultura audiovisual plataformizada, una lectura desde la economía política de la industria cultural algorítmica nos obliga a pensar la ocultación ideológica de las nuevas formas de dominación. Siguiendo a Vincent Mosco (2004), es necesario considerar que el fetichismo digital opera mediante la autonomización de la técnica, sublimando la mediación y la profunda imbricación de las tecnologías en las relaciones históricas, sociales y económicas de poder.

Bajo la crítica de la industria cultural algorítmica, los modos estructuralmente dominantes de participación y consumo en las plataformas digitales, lejos de dismantelar las estructuras de poder mediático, las reorganizan hacia formas integradas de producción de valor en condiciones de asimetría estructural extractiva. La ideología del usuario individual empoderado cristaliza esta idea, pues esta imagen olvida intencionadamente el papel que el sujeto desempeña como nodo funcional de las arquitecturas algorítmicas. Bajo el paraguas de la dialéctica negativa (Adorno, 2005) podríamos afirmar que se produce una reconciliación anticipada en la que el sujeto conectado es simultáneamente audiencia, usuario y recurso productivo. El riesgo de caer en formas de lo que el propio Adorno (1992) denominó «pseudo-actividad» resulta más que evidente, en tanto que la interacción plataformizada, bajo una falsa apariencia de autonomía y libertad individual, se vuelve una forma de estar presente en la plataformas sin consecuencias, alimentada por el *Fear of Missing Out* (FOMO), que oculta y refuerza los dispositivos de integración sistémica y administrada.

El entorno plataformizado complejiza las mediaciones que ya estaban presentes en la sociedad de masas. Sin embargo, lo que está en juego en esta dislocación no es simplemente la decepción ante la promesa incumplida de emancipación, sino la función ideológica de esas promesas. El desplazamiento de la dimensión estructural del conflicto por la retórica de la innovación, la disrupción y la participación presentista se produce hacia formas de integración en la aparente diversidad estética que propone la industria

cultural algorítmica. Esta neutralización amenaza incluso las formas culturales más aparentemente autónomas, en tanto que hasta la creatividad digital, celebrada como expresión de libertad, opera muchas veces como actualización estética de estos dispositivos de integración y reproducción social. Orientada a la circulación como forma de optimización, valorización (material y simbólica) y monetización de la inversión personal realizada, la creación de contenidos renuncia a sus posibilidades de comunicación transformadora; la búsqueda de interpelación intersubjetiva se dirige más a la atracción de atenciones que al cuestionamiento de lo ya dado.

6. CONCLUSIONES: LA NEGATIVIDAD COMO RESISTENCIA EN LA ERA DE LA ADMINISTRACIÓN ALGORÍTMICA

Las conclusiones sintetizan los ejes del recorrido teórico desarrollado, enfatizando el papel de la negatividad como principio crítico frente a la integración algorítmica. Estas conclusiones pueden sintetizarse en cinco ejes de reflexión: (1) la negatividad como fundamento epistemológico de la crítica; (2) la intensificación técnica de la industria cultural bajo el capitalismo de plataformas; (3) la reapropiación de la técnica como espacio de interrupción; (4) la vigencia de las prácticas críticas y estéticas que exponen la racionalidad algorítmica; y (5) la necesidad de articular estos gestos en una proyección política y transformadora.

Como podemos advertir en este punto de nuestro análisis, la negatividad demuestra su lugar como pieza central de la teoría crítica, entendida como la capacidad dialéctica de confrontación con lo ya dado. Sin embargo, tal y como hemos sostenido en trabajos anteriores (Carrasco-Campos, 2016 y 2021), su sentido no debe confundirse con un pesimismo estéril, sino reivindicarse como condición de posibilidad de una praxis transformadora. La negatividad debe ser entendida como una forma de reapropiación de lo estético para desactivar sus consensos implícitos: las reglas del juego de la cultura audiovisual digital no son necesarias e inevitables, sino que son fruto de su mediación bajo las condiciones materiales concretas del capitalismo de plataformas. En el actual estado de cosas y con las actuales estructuras de poder mediático, económico y simbólico, otra plataformización es difícil; pero esa otra plataformización será posible

mientras el análisis crítico pueda reconocer sus mecanismos ideológicos y la imaginación utópica sea capaz de negarlos y rechazarlos.

Frente a la racionalización creciente del ecosistema digital, la estetización sin antagonismo y la ideología de la participación empoderada, este artículo ha sostenido que el capitalismo de plataformas no representa una superación de la industria cultural, sino su fase más eficiente y sofisticada a nivel técnico y epistemológico. Sin embargo, este diagnóstico no debe interpretarse como una clausura sin esperanza: una crítica basada en la negatividad no rechaza necesariamente el avance tecnológico, sino que se opone a su captura por la racionalidad instrumental y a la eliminación de la confrontación dialéctica como fundamento de una praxis emancipadora. En este marco, la negatividad se erige como principio (al interpelar los supuestos de la racionalidad algorítmica) estético (al demandar la apertura a lo no programado) y ético (al exigir el derecho a la existencia de lo que escapa a la previsión administrada).

La imaginación dialéctica debe resistir la tentación de limitarse a ofrecer soluciones funcionales, para aferrarse a preservar la posibilidad misma de una no integración. Resulta urgente reapropiarse y reconfigurar una estética de la interrupción como espacio de fractura con lo ya dado: una forma de cultura audiovisual que incorpore prácticas desestabilizadoras y de interrupción. Así, incluso bajo el capitalismo de plataformas, la negatividad subsiste en múltiples formas de resistencia algorítmica, pero es necesario asumir que solo aquellas que operan como interrupción y resistencia pueden escapar al estatuto de pseudo-actividad. Entre estas destacan prácticas artísticas como el *glitch art*⁵ o el *critical interface design*⁶, que no buscan eludir el control algorítmico sino exponerlo estéticamente como forma de desestabilización perceptiva (Raley, 2009; Goriunova, 2012). También cabe mencionar proyectos como *Data Detox Kit* (Tactical Tech Collective, s.f.) que, sin caer en el moralismo tecnológico, introducen una pedagogía crítica del entorno digital, o iniciativas de ética hacker como *Lorea* o

⁵ *Glitch art* es una forma de arte digital basada en la manipulación o corrupción intencional de datos o dispositivos para producir errores estéticos. Se exploran distorsiones visuales (pixelación, artefactos digitales, fallos de software o hardware) como recurso expresivo. Para más detalle, véase *What is Glitch Art* (s.f.).

⁶ *Critical interface design* es una práctica que problematiza la interfaz digital no como simple herramienta funcional, sino como espacio de resistencia política y simbólica. Se trata de diseñar interfaces que confronten convenciones de usabilidad e involucren al usuario en una experiencia reflexiva o disruptiva (por ejemplo, interfaces que visibilizan lógicas algorítmicas ocultas). Para más detalle, véase Sano-Franchini & Carpenter (2023).

Riseup que, en su vertiente autonomista y desmercantilizadora, configuran infraestructuras alternativas basadas en la descentralización y la opacidad frente a la lógica de la trazabilidad total (Coleman, 2013). El trabajo de Emiliano Treré y Tiziano Bonini (2024) es, también, especialmente relevante al documentar estrategias y prácticas de apropiación táctica de los sistemas algorítmicos para recuperar autonomía y generar espacios de solidaridad. Finalmente, el enfoque de la *data justice*, impulsado por el *Data Justice Lab* de Cardiff University, articula estas formas de resistencia dentro de una agenda política más amplia, centrada en la redistribución del poder informacional, el reconocimiento de comunidades vulnerabilizadas y la participación en la gobernanza de datos (Dencik et al, 2022; Data Justice Lab, s. f.).

En suma, bajo este horizonte de negaciones y posibilidades, repensar la industria cultural hoy como industria cultural algorítmica es una forma de reinscribir la crítica en un campo en el que las lógicas de administración se han intensificado. La teoría crítica debe sostener su incomodidad como posición epistémica, puesto que no hay emancipación sin conflicto, sin negatividad. Resistir, en este sentido, no consiste simplemente en oponerse, sino en abrir espacios en los que la diferencia y la disonancia no puedan ser integradas como recursos optimizables.

7. APORTACIÓN

	Firmante 1
Conceptualización	X
Tratamiento de datos	X
Análisis formal	X
Investigación	X
Metodología	X
Supervisión	X
Validación	X
Visualización	X
Redacción (borrador)	X
Redacción (revisión y edición)	X

8. CONFLICTO DE INTERESES

La persona firmante declara que no existe ningún conflicto de interés.

9. DECLARACIÓN DE USO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

La persona firmante declara no haber hecho uso de inteligencia artificial para la elaboración del artículo.

10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Adorno, T. W. (1966). *Televisión y cultura de masas*. Eudecor.

Adorno, T. W. (1992). Resignación. *Laguna. Revista de Filosofía*, (1), 95–99.

Adorno, T. W. (2004). *Teoría estética*. Akal.

Adorno, T. W. (2005). *Dialéctica negativa*. Akal.

Adorno, T. W. (2008). Resumen sobre la industria cultural. En *Sin imagen directriz*. Akal.

Aesthetics Wiki. (s. f.). *Lo-fi Art*. *Aesthetics Wiki*. Recuperado de https://aesthetics.fandom.com/wiki/Lo-fi_Art

Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. Fondo de Cultura Económica.

Benjamin, W. (1973). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. En *Discursos interrumpidos I*. Taurus.

Carrasco-Campos, Á. (2010). Industria cultural e ideología. Mercado, cultura y comunicación. En R. Zallo & Á. Badillo (Eds.), *Mercado y políticas de comunicación en el mercado global* (pp. 331–340). Universidad de Salamanca.

Carrasco-Campos, Á. (2016). Teoría crítica e investigación comunicativa: fundamentos teóricos y horizonte epistemológico. En *La pantalla insomne* (pp. 2436–2449). Sociedad Latina de Comunicación Social.

- Carrasco-Campos, Á. (2021). La Escuela de Frankfurt y la investigación crítica de la comunicación y la cultura. En F. Sierra (Ed.), *Economía política de la comunicación. Teoría y metodología* (pp. 67–94). Comunicación Social.
- Chateau, L. (2022). *The alienated aesthetics of purposefully-poor images*. *Aesthetic Investigations*, 5(2), 173–193. <https://aestheticinvestigations.eu/article/view/12085>
- Coleman, G. (2013). *Coding Freedom: The Ethics and Aesthetics of Hacking*. Princeton University Press.
- Couldry, N., & Mejias, U. A. (2019). *The costs of connection: How data is colonizing human life and appropriating it for capitalism*. Stanford University Press.
- Data Justice Lab. (s. f.). *About*. <https://datajusticelab.org>
- Dencik, L., Hintz, A., Redden, J., & Treré, E. (2022). *Data justice*. Sage.
- Foucault, M. (1977). *Vigilar y castigar*. Siglo XXI.
- Fuchs, C. (2014). *Social media: A critical introduction*. Sage.
- Fuchs, C. (2022). *Digital capitalism. Media, communication and society (Vol. 3)*. Routledge.
- Gillespie, T. (2010). The politics of ‘platforms’. *New Media & Society*, 12(3), 347–364. <https://doi.org/10.1177/1461444809342738>
- Goriunova, O. (2012). *Art platforms and cultural production on the Internet*. Routledge.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (1994). *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*. Trotta.
- Know Your Meme. (s. f.). *Brain Rot / Brainrot*. <https://knowyourmeme.com/memes/brain-rot-brainrot>
- Know Your Meme. (s. f.). *Shitposting*. <https://knowyourmeme.com/memes/shitposting>
- Marcuse, H. (1968). *El hombre unidimensional*. Seix Barral.

- Marcuse, H. (1981). *Eros y civilización*. Ariel.
- Marcuse, H. (2011). *Acerca del carácter afirmativo de la cultura*. El Cuenco de Plata.
- Mosco, V. (2004). *The Digital Sublime: Myth, Power, and Cyberspace*. MIT Press.
- Nieborg, D. B., & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society*, 20(11), 4275-4292.
<https://doi.org/10.1177/1461444818769694>
- Paasonen, S. (2021). *Dependent, distracted, bored: Affective formations in networked media*. The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/11903.001.0001>
- Petre, C., Duffy, B. E., & Hund, E. (2019). 'Gaming the system': Platform fetishism and the affective economy of visibility. *Social Media + Society*, 5(3), 1-12.
<https://doi.org/10.1177/2056305119879995>
- Poell, T., Nieborg, D. B., & Duffy, B. E. (2021). *Platforms and cultural production*. John Wiley & Sons.
- Raley, R. (2009). *Tactical media*. University of Minnesota Press.
- Sano-Franchini, J., & Carpenter, K. (2023). Critical Digital Interface Analysis and Social Justice. *Technical Communication*, 70(4), 1–7. <https://www.jstor.org/stable/27340640>
- Scolari, C. A. (2024). *Sobre la evolución de los medios: Emergencia, adaptación y supervivencia*. Ediciones Ampersand.
- Srnicek, N. (2016). *Platform capitalism*. Polity Press.
- Tactical Tech Collective. (s. f.). *Data Detox Kit*. <https://datadetoxkit.org>
- Treré, E., & Bonini, T. (2024). *Algorithms of resistance: The everyday fight against platform power*. MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/14329.001.0001>
- Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.

What is Glitch Art? (s. f.). *Glitchology*. <https://glitchology.com/glitch-art-guides/what-is-glitch-art/>