

Jornada CERADEC: La Toma de Decisiones en las organizaciones del sector creativo y cultural de Argentina. “Emergentes culturales de la sociedad contemporánea por Ana Wortman”

Recensión bibliográfica de la ponencia *Emergentes culturales de la sociedad contemporánea* de Ana Wortman (2025)

Identificación de la obra:

Wortman, A. (12 de junio d 2025). Emergentes culturales de la sociedad contemporánea [ponencia]. Jornada CERADEC “La toma de decisiones en las organizaciones del sector creativo y cultural de Argentina”, Buenos Aires, Argentina.

Autora de la recensión: Tiara Milagros Servín¹

Desarrollo de la recensión de la obra

Ana Wortman es socióloga por la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, Doctora en Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (UBA), Magister en Ciencias Sociales con orientación cultural en FLACSO, e Investigadora del Instituto Gino Germani.

En el marco de la Jornada organizada por el Centro de Estudios de Racionalidad, Acción y Decisión (CERADEC), Wortman comenzó su exposición explicándonos a qué se refiere con emergentes culturales: se trata de los rasgos, las formas, las ideas que moldean y transforman nuestra vida cotidiana, los cuales nos sirven para entender cómo es el contexto de la cultura actual.

La expositora nos presenta un recorrido por la historia de la cultura contemporánea y cómo esta fue mutando desde su nacimiento a mediados del siglo XX con la aparición del cine, hasta nuestros días con el protagonismo de las redes sociales y la creación de contenido. La cultura contemporánea no solo se refiere a lo que está ocurriendo en lo inmediato, es una construcción que se produce lo largo de décadas. La expositora comenzó su descripción desde la emergencia de la industria cultural, que la sitúa luego de la Segunda Guerra Mundial.

Alrededor de los años 50, la cultura se pensaba como una esfera autónoma con sus propias ideas, sus propios mundos, su creatividad y algo que estaba

¹ Becaria CERADEC. Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires, <https://orcid.org/0009-0002-9414-1527>.

Correo: servintiaramilagros@gmail.com

incontaminado. Luego de los cambios en la forma de producción y consumo, se pierde esa autonomía del arte, y la interrelación entre cultura y economía se vuelve evidente con la aparición de la industria cultural: la utilización del término industria da cuenta de las transformaciones significativas en el sector cultural y su relación estrecha con una forma de producción, en serie, de productos que captan y sensibilicen a las masas que migran desde los campos agrícolas hacia las grandes urbes. La economía se culturiza y la cultura se economiza. La primera industria cultural que abrió paso a la existencia de este concepto fue el cine.

Durante los años 80, la producción para las masas de las potencias mundiales entra en crisis, por lo tanto, la interpretación del concepto industria cultural muta para hacer frente a la nueva situación económica. Comienza un proceso de desindustrialización y aumento del desempleo que empuja a repensar las formas de producción y, por lo tanto, la formación de cultura debe reinventarse. Se pone el foco en la creatividad como medio para generar recursos económicos, pero también para producir nuevos sentimientos y experiencias en las personas a través de las industrias creativas. El universo de lo cultural se diversifica notablemente. En la actualidad, la cultura se reconoce como un recurso tanto para el desarrollo social como un recurso económico.

La expositora nos invita a leer *La esteti-*

zación del mundo de Gilles Lipovetsky; este libro nos exhorta a reconocer cuál es el lugar del arte y a tener una visión amplia sobre este, donde la visualidad de la vida cotidiana cobra protagonismo. Dentro de la economía, surge el campo de la Economía de lo Inmaterial, como un medio de movilización emocional distinto que influye en las personas (capta su atención, produce emociones, genera adhesión, etc.) para atender los momentos de crisis económicas o de grandes cambios sociales. Con el surgimiento de internet aparecen plataformas que promueven productos relacionados con esta inmaterialidad, como las playlists de Spotify o los perfiles de Instagram. La dinámica de la economía inmaterial la proveen los productores culturales.

Las producciones artísticas se apoyan en los productores culturales o, como los conocemos comúnmente, los influencers. En las plataformas digitales se producen curadores digitales que muestran comida, lugares para visitar, experiencias que vivir y que opinan sobre su satisfacción al experimentarlas para que otras personas los tomen como guía y sepan en qué gastar su tiempo o dinero. Ana Wortman trae la figura de La Chica del Brunch para demostrar la complejidad del fenómeno, ya que esta no solo prueba la comida, sino que hace una teatralización y puesta en escena del momento de degustación, como también una estetización de la comida. Así, se produce contenido donde lo visual es lo más importante para lograr atrapar la atención del usuario, por eso

se habla también de una economía de la atención.

Resulta especialmente relevante la noción de economía de la atención, ya que invita a pensar cómo nuestras prácticas culturales actuales impactan en el bienestar individual y en las nuevas formas de las relaciones interpersonales. Parece apropiado traer a colación el fenómeno FOMO (Fear of missing out o, traducido, miedo a perderse algo) asociado con el consumo adictivo de redes sociales y experiencias en general (restaurantes, atracciones turísticas, eventos, conciertos, etc.) que afectan nuestra salud mental y, por lo tanto, nuestras actividades diarias.

El miedo a perderse experiencias y a ser excluido (FOMO) parece ser el principal factor de motivación que impulsa a las personas a encontrar un uso constante y excesivo de los sitios de redes sociales: el deseo de mantenerse siempre conectado con otros por miedo a perder experiencias gratificantes podría llevar a las personas a verificar compulsivamente sus sitios de redes sociales, incluso durante actividades que requieren un cierto grado de concentración, con el riesgo de encontrarse con problemas en el desempeño individual (Andreassen, Torsheim y Pallesen, 2014), en la pérdida de empleos (Karaiskos, Tzavellas, Balta y Paparrigopoulos 2010), califica-

ciones más bajas en la escuela y peor desempeño en el lugar de trabajo (Çam y Isbulan, 2012; Koc y Gulyagci, 2013). (Varchetta et al., 2020, p. 10)

Este fenómeno se intensifica al observar el manejo de la publicidad que se lleva a cabo en los distintos sectores culturales para plasmar en el público la idea de que cada experiencia es única para que todos quieran participar, porque si no pueden presenciarla serán excluidos por sus pares. Esta búsqueda de captación de espectadores es ejemplificada claramente por Ana Wortman: en el sector de la música, los festivales como el Lollapalooza se vuelven mezclas de distintas disciplinas: el baile, la moda, el teatro y, además de, por supuesto, la música; y, en los deportes, las inauguraciones en competencias deportivas o el entretiempo del Superbowl se convierten en atracciones que nadie se quiere perder y por ello muchos artistas desean participar. Se trata de acontecimientos culturales que captan la atención de un público casi mundial. Estas nuevas formas de consumo cultural afectan la forma en la que interactuamos entre nosotros, comunicamos noticias y transmitimos ideas, atravesada por las redes sociales con su rapidez, los memes y la importancia de producir lo que se hará viral. Todos estos nuevos emergentes culturales afectan en las subjetividades ya que exigen rendimiento, creación permanente y continua de buenas ideas y, por lo tanto, la productividad constante,

lo cual genera en el individuo estrés, ansiedad y agotamiento.

Hoy en día, las plataformas de streaming y redes sociales han modificado nuestra forma de interactuar con los otros, con la ciudad, con nuestro trabajo, etc. Nuestra presencia en la sociedad está atravesada por nuestra presencia en internet, por lo tanto, también nuestra forma de razonar y decidir se basa en la búsqueda de información en las aplicaciones (o a través de los curadores digitales) que nos facilitan la realización de actividades de nuestra cotidianeidad, pero no a ningún costo, sino que ponen en evidencia nuestra dependencia de los emergentes culturales. Aunque estos cambios culturales se perciben desde hace algunas décadas (podría señalarse el surgimiento de internet como el principio), sin lugar a duda fueron acelerados por la pandemia del COVID-19, donde la cuarentena nos obligó a cambiar nuestros hábitos de interacción social y solo conectar por medios virtuales. La expositora ha escrito en múltiples revistas científicas sobre el tema y resulta sustancial agregar el impacto de la pandemia en la crisis cultural.

Una pandemia y una cuarentena larguísima modificaron nuestras prácticas sociales a lo largo de casi dos años. Esta tragedia constituye un antes y después en múltiples aspectos y también en el plano cultural. De esta manera, se instaló lo que ya estaba señalando la última encuesta nacional de consumos

culturales (2017) del Sistema de Información Cultural de Argentina (SInCA): un proceso de creciente digitalización de los consumos y de las prácticas culturales. En la transformación de la cotidianeidad, las que ganaron fueron las plataformas virtuales, especialmente las de streaming (reproducción en línea) de contenidos audiovisuales. Este proceso tuvo consecuencias sobre las formas de habitar el espacio doméstico y el urbano. (Wortman, 2024, p. 88)

El reconocimiento de las dinámicas actuales de interacción resulta fundamental para diseñar prácticas que promuevan un uso responsable de las plataformas digitales, tanto en jóvenes como en personas mayores. Estas herramientas son indispensables de la vida cotidiana actual, pero deben complementarse con las relaciones cara a cara, que continúan siendo insustituibles para cultivar la empatía y la cohesión social.

Referencias bibliográficas

Varchetta, M., Frascchetti, A., Mari, E y Giannini, A. M. (2020). Adicción a redes sociales, miedo a perderse experiencias (FOMO) y vulnerabilidad en línea en estudiantes universitarios. *Revista Digital*

de Investigación en Docencia
Universitaria, 14(1). 1-13.
[https://doi.org/10.19083/
ridu.2020.1187](https://doi.org/10.19083/ridu.2020.1187)

Wortman, A. (12 de junio de 2025).
Emergentes culturales de
la sociedad contemporánea
[ponencia]. Jornada CERADEC
“La toma de decisiones
en las organizaciones del
sector creativo y cultural de
Argentina”, Buenos Aires,
Argentina.

Wortman, A. (2024). 40 años de
democracia: El impacto de las
calles en la escena cultural.
Nuevos significados a partir
de la digitalización cultural.
En M. Dillon et al. (Comps.),
Ciudad de Buenos Aires:
Cuarenta años de cultura
en democracia (pp. 81–92).
Fundación Medifé Edita.

