

El campo mediático-digital y la diferenciación social

Juan Pecourt Gracia¹

Recibido: 2-05-2020 / Aceptado: 01-10-2020

Resumen. La digitalización de la sociedad ha abierto nuevos horizontes de investigación a la disciplina sociológica. Sin embargo, los análisis realizados en los últimos años tienden a dejar en un lugar secundario las referencias clásicas de la sociología. Este trabajo pretende mostrar la viabilidad del análisis de la cultura digital desde la perspectiva de los campos sociales de Pierre Bourdieu. Las herramientas teóricas y metodológicas que proporciona el autor francés pueden ser muy útiles para evitar tanto el utopismo digital como los análisis críticos influidos por perspectivas neomarxistas, centrados mayoritariamente en las formas de explotación económica. La teoría de los campos sociales puede desvelar las nuevas formas de distinción social generadas en el mundo tecnológico, las distintas lógicas internas de funcionamiento que, por un lado, se oponen a los medios de comunicación de masas tradicionales, y por el otro, chocan y compiten entre sí para definir la legitimidad en el mundo digital.

Palabras clave: Cultura digital; campos sociales; capital digital; distinción social; cultura hacker.

[en] The digital media field and social differentiation

Abstract. Digitalization has revealed new research horizons in sociological analysis. However, digital analysis tend to avoid classical sociological theory in favour of other theoretical sources. The aim of this article is to show the viability of a Bourdieuan analysis of digital culture. The French sociologist's theoretical and methodological tools may be useful to avoid both the digital utopianism of many contemporary analyses and neo-Marxist critical approaches, centered mostly on economic exploitation. Field theory may reveal new strategies of social distinction based on the technological world. It may identify different social logics opposed to the traditional mass media, and competing among them to define legitimacy in the digital world.

Keywords: Digital culture; social fields; digital capital; social distinction; hacker culture.

Sumario. 1. El campo mediático-digital como objeto de investigación. 2. La estructura dualista del campo mediático-digital. 3. El campo mediático-digital especializado (CMDE). 4. El campo mediático-digital masificado (CMDM). 5. Hacia una sociología del campo mediático-digital. 6. Bibliografía.

Como citar: Pecourt Gracia, J. (2021). El campo mediático-digital y la diferenciación social. *Polít. Soc. (Madr.)* 58(1), e60788. <https://dx.doi.org/10.5209/poso.60788>

1. El campo mediático-digital como objeto de investigación

El estudio de la cultura digital se ha convertido en un área emergente de las ciencias sociales. Supone la identificación de nuevos objetos sociales asequibles al análisis sociológico (por ejemplo, la enciclopedia Wikipedia o el colectivo de hackers Anonymous) y también la adopción de nuevos conceptos teóricos y estrategias metodológicas para estudiar esta realidad emergente (Brügger, 2009). Se considera que la cultura digital tiene unas características propias que la diferencian o alejan de formaciones culturales anteriores (generalmente de carácter analógico), como la descentralización, la interactividad o la hipertextualidad (Trend, 2001; Manovich, 2002; Gere, 2008; Miller, 2011; Lupton, 2015). Dado su carácter novedoso, los sociólogos han tomado elementos procedentes de la cibernética y las ciencias de la información para dar sentido a los nuevos formatos culturales. Mientras tanto, se ha tendido a arrinconar la teoría sociológica clásica, al considerar que nos enfrentamos a una realidad inédita que exige conceptualizaciones nuevas, para así evitar los conceptos zombis de los que nos previno Ulrich Beck (2002).

Aunque sin duda nos enfrentamos a un fenómeno reciente y singular, en este trabajo consideramos que la teoría sociológica predigital puede proporcionarnos herramientas muy potentes para entender algunos procesos que conforman la cultura digital. Más concretamente queremos valorar la aportación del sociólogo francés Pierre Bourdieu en los debates de la digitalización. Posiblemente Bourdieu es un ejemplo paradigmático de

¹ Universitat de València (España)
E-mail: juan.pecourt@uv.es

teórico predigital: un sociólogo que ha tenido un gran reconocimiento en las últimas décadas, que ha aportado conceptos y estrategias metodológicas muy influyentes en el ámbito de las ciencias sociales, pero que no prestó atención, por su situación histórica y trayectoria biográfica, a la lógica emergente de la cultura digital. Trabajó insistentemente sobre la influencia de los medios de comunicación de masas, pero no identificó la digitalización emergente que estaba tomando forma en los años 80 y 90, algo que autores de generaciones posteriores (entre otros Castells (2005; 2009); Rainie y Wellman (2012); Van Dijk (2005); Couldry (2003), Baym (2015)) sí han sabido ver. Pero, de todas formas, su concepción del análisis sociológico, basada en el análisis de las interdependencias dentro de estructuras específicas que él denomina “campos de interacción”, es complementario con el análisis de redes sociales hoy preponderante, al menos en el ámbito de la sociología digital (Savage, 2013). Aunque también existen diferencias importantes: mientras el análisis de redes se centra en los lazos sociales (amigos, familiares, competidores) como base de la estructura relacional, Bourdieu asegura que es el resultado de relaciones jerárquicas entre posiciones sociales definidas por la distribución diferencial de capitales (económico, cultural, social) (Bourdieu y Wacquant, 1992; De Nooy, 2003; Singh, 2016). De este modo, acentúa de forma más evidente las estructuras profundas que condicionan las relaciones sociales.

Ciertamente algunos estudios sobre la cultura digital han tomado en consideración las ideas de Bourdieu. Así el concepto de capital cultural se ha utilizado con cierta frecuencia para tratar cuestiones vinculadas a la brecha digital, una de las formas específicas de estratificación generadas en el mundo digital (Robinson, 2009; Zillien y Hargittai, 2009; Schradie, 2011), o la difusión del capital social (Julien, 2014; Paino y Renzulli, 2012). Sin embargo, escasean los estudios que evalúen la teoría de Bourdieu en un contexto más amplio, y especialmente que tomen en consideración su conceptualización de los campos sociales, aunque empiezan a surgir trabajos que apuntan en esta dirección (Stevenson, 2016; Ignitow y Robinson, 2017; Park, 2017). En este trabajo, por tanto, partiremos de la conocida conceptualización del sociólogo francés sobre los campos sociales (Bourdieu, 1993, 1993, 2008) y trataremos de comprender, desde esta perspectiva, algunos elementos de la cultura digital que no suelen tomarse en consideración. Observaremos cómo los campos técnicos, en los que la membresía depende de tener habilidades informáticas avanzadas, generan formas de diferenciación y distinción que condicionan las interacciones y producciones que emergen del ámbito tecnológico.

Bourdieu ha sido muy influyente en los estudios sobre el campo periodístico o mediático (Thompson, 2000; Benson y Neveu, 2005; Pecourt, 2008; Jacobs y Townsley, 2011), entendido como un conjunto de posiciones (medios, organizaciones, individuos) estructurado y jerarquizado que compite por un capital específico. Del mismo modo, en este trabajo definiremos el campo mediático-digital (CMD) como un espacio estructurado compuesto por actores individuales y colectivos (plataformas, corporaciones, fundaciones, asociaciones informales, tecnólogos, *amateurs*, etc.) y definido por un conjunto de normas y reglas que gobiernan el comportamiento de sus integrantes. Este espacio, al igual que otros campos sociales (económico, político, cultural), tiene una dimensión consensual y otra conflictiva. La dimensión consensual la proporcionan las normas y reglas específicas del campo, definidas históricamente y abiertas a transformaciones constantes. Esta normativa interna, que actúa muchas veces de forma implícita, es comúnmente aceptada por los participantes y gobierna sus acciones individuales. Se sustenta en una doxa tecnológica que define el universo de decisiones y trayectorias posibles, así como las concepciones legítimas del poder y la libertad (Gehl, 2015). Pero el campo mediático-digital también tiene una dimensión conflictiva, basada en la competencia entre los actores por la monopolización del recurso específico en juego. En su teoría social de los campos, Bourdieu asegura que existen diversos capitales sociales (económico, político, cultural, etc.) que condicionan las dinámicas de estos espacios (Bourdieu, 1993). En términos generales, los actores del CMD compiten por configurar una variante del capital cultural, que en este estudio denominaremos “capital digital” (Park, 2017; Ragnedda, 2018; Calderón, 2019), y por el reconocimiento simbólico que conlleva. Este ámbito de disputas genera un espacio jerarquizado, compuesto por actores reconocidos, situados en ámbitos de poder e influencia, mientras otros son desplazados hacia la periferia. Desde una perspectiva relacional, la tensión entre el campo mediático y el campo mediático-digital condiciona los principios específicos del submundo tecnológico; en muchas ocasiones este se define en oposición al campo mediático, asociado con las características de la cultura de masas tradicional (Stevenson, 2016).

2. La estructura dualista del campo mediático-digital (CMD)

En los años 80, Bourdieu estableció la conocida distinción entre dos campos de producción cultural: el campo masificado y campo especializado (Bourdieu, 2008, 2011), que podría ayudarnos a comprender mejor las dinámicas y tensiones del campo digital. El primero se caracteriza por ser un campo heterónomo, es decir, un espacio social de producción cultural que no funciona de acuerdo a la lógica específicamente cultural, sino que actúa al servicio de intereses políticos y económicos. El reclutamiento de los agentes depende de criterios externos, y también el reconocimiento y valoración de los agentes implicados. Por el contrario, el segundo se caracteriza por un cierto grado de autonomía (variable dependiendo de las luchas históricas) y se define por una lógica específicamente cultural que se separa claramente de las lógicas po-

líticas y económicas. En estos espacios, los criterios de reclutamiento responden a cuestiones culturales, así como las formas de consagración y reconocimiento interno. Siguiendo el razonamiento de Bourdieu, podemos interpretar la distinción entre las dos culturas digitales como una separación entre campos de interacción diferenciados, uno de carácter mayoritario y generalista, y otro de carácter minoritario y experto. La ventaja de acudir a la teoría de los campos de Bourdieu es que nos permite analizar con mayor detalle y profundidad las dinámicas específicas que se producen en ambos espacios digitales, además de escapar tanto de las visiones ciberutópicas que tienden a exagerar los beneficios de la cultura digital (Jenkins, 2008; Jenkins, Ford y Green, 2015; Benkler, 2006; Shirky, 2006), como las críticas realizadas desde la economía política, que suelen centrarse, de forma casi exclusiva, en las formas de explotación económica (Fuchs, 2001; Terranova, 2004; Rendueles, 2013).

Por tanto, desde esta perspectiva, en el ámbito de la cultura mediática contemporánea podemos distinguir dos submundos diferenciados con sus respectivas economías políticas y órdenes normativos (entre otros Raymond 2001; Benkler 2006; Lessig, 2005; Ariño, 2009; Fuster 2012). Por una parte, el espacio de la producción social y autónoma, sustentada en el intercambio libre y la economía del regalo; y por otra parte, el espacio de la cultura monopolística, asociada a los grandes poderes políticos, económicos y legislativos, así como a la cultura de masas tradicional. Los teóricos de la cultura digital tienden a considerar el espacio autónomo como la expresión más auténtica de esta nueva formación cultural y, en muchos casos, perciben en el horizonte un desmantelamiento progresivo de la cultura monopolística (orientada promoción comercial y la propaganda política), de origen predigital, y el desarrollo progresivo de la cultura libre y cooperativa, inscrita en una lógica plenamente digital (Fuster *et al.*, 2015). El paso progresivo desde una cultura centrada en los medios de comunicación de masas a los medios digitales, y dentro de esta, de los medios monopolísticos a los descentralizados, se plantea como una transición no problemática que insinúa un cierto determinismo tecnológico, al considerar que las transformaciones tecnológicas orientan necesariamente el cambio social en un sentido determinado. En cierta forma, los teóricos digitales suelen tener una visión muy homogénea del funcionamiento de los nuevos espacios digitales (distribuida, creativa, abierta) en oposición a la cultura de masas tradicional (monopolística, estandarizada, cerrada) que forma parte del viejo mundo predigital (Stevenson, 2016), y no atienden a los contextos mediáticos y formas de distinción que condicionan lo que algunos denominan la “brecha participativa” (DiMaggio *et al.*, 2004; Robles *et al.*, 2016).

Campo mediático-digital

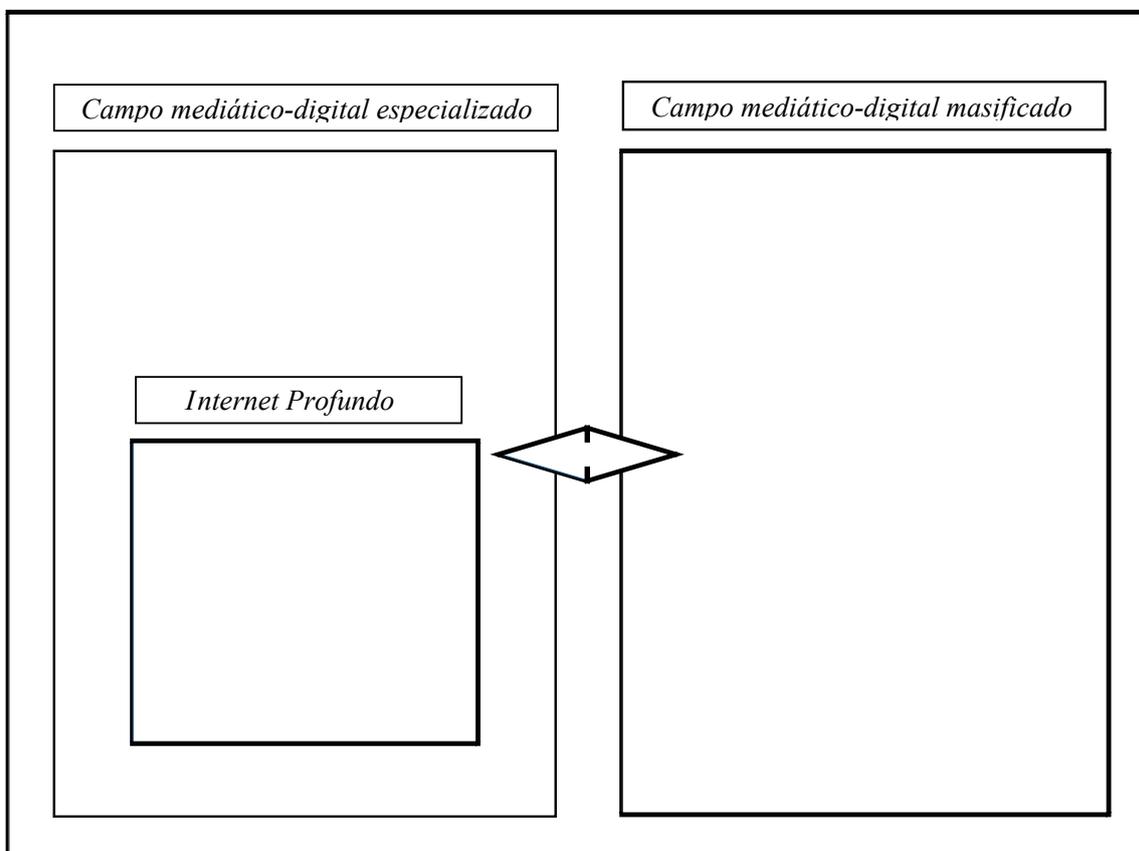


Figura 1. La estructura básica del CMD

En las próximas páginas, esbozaremos las características básicas del CMD, distinguiendo entre los subcampos especializado y masificado. Para ello, rastreadremos la génesis histórica de estos espacios (que esbozaremos brevemente y relacionaremos con revoluciones simbólicas impulsadas por individuos carismáticos, plenamente conocedores de la historia del campo y el sentido de sus luchas), su lógica de funcionamiento (autónoma o heterónoma), las formas de conocimiento existentes (generalistas o especializadas) y las formas de reconocimiento y valoración predominantes (internas o externas).

3. El campo mediático-digital especializado (CMDE)

Todo campo social autónomo tiene un origen histórico y momento inaugural, generalmente dirigido por figuras heroicas (Fabiani, 2016) que le proporciona sentido y le asegura legitimación. En *Las reglas del arte*, Bourdieu (2011) analiza la aparición de los campos culturales autónomos en el París de finales del siglo xix, y analiza el papel que tuvieron algunos revolucionarios simbólicos en la construcción de estos espacios. Concretamente analiza el papel de Baudelaire y Flaubert en la constitución del campo literario, así como de Manet en la articulación del campo pictórico. La acción audaz de estos agentes, en el contexto de un proceso de reconfiguración de las relaciones entre diferentes agentes culturales, dará lugar a nuevos espacios caracterizados por la innovación y la investigación pura, más allá de la tradición y del sentido común mayoritario. La producción cultural de las academias, en las que predominan las convenciones del gusto burgués, dará paso a la experimentación de las diferentes corrientes vanguardistas que empiezan a desarrollarse en el *fin de siècle*, lanzadas a una ruptura incansable con el pasado. Sus acciones cambiaron las formas de autoridad y, con ello, los criterios de clasificación y reconocimiento de las creaciones artísticas, sustentadas en el principio de “el arte por el arte”.

De forma similar, el CMDE se compone de espacios restringidos y elitistas, están poblados por individuos poseedores de habilidades excepcionales, pero a diferencia de lo expuesto por el sociólogo francés, no se sitúan en el ámbito de la alta cultura, sino que emergen como subproductos específicos de la cultura tecnológica y de ciertas expresiones subculturales (Kelty 2008; Pecourt, 2016; Nisselbaum y Shifman, 2017). Bourdieu utilizó el concepto del campo cultural autónomo para redefinir la idea de alta cultura en el entorno de la cultura de masas del siglo xx, pero también puede ser útil para entender determinados procesos que conforman las subculturas especializadas del mundo digital, muchas veces alejadas de los cánones de alta cultura, pero aun así comprometidas con tareas altamente especializadas. Ambos universos tienen un carácter claramente restringido y se dedican a la producción de objetos culturales esotéricos que solo pueden comprender aquellos que tienen un profundo conocimiento de las reglas de juego. El principio de autoridad en estos espacios se sustenta en la monopolización del capital digital y, por tanto, es el resultado de luchas específicas por lograr la legitimidad específica que emana de este. Aunque su estructura aspira a la apertura y la participación igualitaria, se generan distinciones simbólicas entre los participantes con los conocimientos adecuados y quienes carecen de ellos. Así, por ejemplo, en foros digitales especializados son habituales expresiones como *Read the fucking manual* (RTFM) o *Find in the fucking Google* (FTFG) para rechazar las intervenciones de participantes que demuestran un conocimiento insuficiente de la cultura de Internet. Se trata de formas de elitismo tecnológico, o variaciones del esnobismo cultural identificado por Peterson (1997), que se sustentan en el principio “el código es la ley” (Lessig, 2009) y en la reivindicación de la autonomía de Internet.

El origen histórico del CMDE se encuentra en los hackers del MIT, Stanford, Berkeley y otros centros académicos de los años sesenta. Sapiro (2016) indica que la transformación de los campos culturales necesita algún tipo de subversión simbólica, el cuestionamiento de la ortodoxia existente, que cuestione el orden establecido y facilite el acceso de cohortes nuevas con ideas rupturistas. Los hackers del MIT redefinieron completamente la cultura informática de la posguerra centrando el prestigio y reconocimiento individual en el *hack*. En su concepción original, el *hack* es un acto vanguardista en el ámbito de la informática; un uso original, creativo e inesperado de las posibilidades técnicas que ofrece el mundo de las computadoras (Jordan, 1998; Jordan y Taylor, 2004; Coleman, 2013). Podemos establecer una comparación entre el *hack* y las acciones vanguardistas creadas en las primeras décadas del siglo xx por los dadaístas, surrealistas y otros colectivos vanguardistas. Si Duchamp entendía el *readymade* como una subversión del sistema del arte y las formas establecidas del gusto (Cabanne, 1972), los hackers del MIT realizarán acciones transgresoras que subvierten y transforman los usos socialmente legítimos de las computadoras, como la creación del primer videojuego lúdico con tecnologías pensadas para la investigación científica y militar (Levy, 2010). El prestigio del hacker no procede de la corrección de su trabajo profesional, sino de las transgresiones realizadas para subvertir los usos previstos y legítimos de las computadoras. La innovación digital a través del *hack*, la capacidad de crearlos o simplemente de reconocerlos y apreciarlos, se convertirá en un indicador esencial del capital digital acumulado por el individuo.

Steven Levy (2010) proporciona una vívida descripción de los hackers del MIT y su evolución posterior hasta los años 80. Su descripción muestra cómo los hackers definieron unas reglas de juego, unas pautas de comportamiento y unas formas de reconocimiento individual, que se han mantenido hasta la actualidad, y que conforman los principios asociados a la cultura digital: descentralización, cuestionamiento de la autoridad,

circulación libre de contenidos, experimentación constante, fusión de trabajo y ocio, etc. En este sentido, podemos decir que la audacia en las acciones de los hackers del MIT posibilita la aparición de un campo cultural autónomo en el sentido propuesto por Bourdieu. Sus miembros se separan de la sociedad oficial asumiendo una legalidad autónoma, sus criterios de selección y acceso son claramente restrictivos y dependen de principios internos, mientras que el reconocimiento y el prestigio lo proporciona el grupo de iguales. No hace falta ningún título oficial para convertirse en hacker: un hacker es una persona reconocida como tal por el colectivo de los hackers (Jordan, 1998; Kelty, 2008). La consolidación de la “ética hacker” refleja una cosmovisión original, una ética y estética “puras” basadas en la ley del código informático (Lessig, 2009), resultado del proceso de autonomización de la comunidad de los hackers respecto al resto de la sociedad (incluida la comunidad tecnológica de IBM y otras grandes empresas). Se trata de un espacio definido por un sistema jerárquico, que asume sus propias formas de selección y consagración, y que tiene la capacidad de refractar las influencias externas (ya sean de carácter político o económico) de acuerdo a su propia dinámica interna.

El espacio social de los hackers asociado a las nuevas posibilidades tecnológicas de las computadoras se expandirá a lo largo de los años 80 y 90, aunque siempre mantendrá un carácter minoritario respecto al resto de la sociedad (Sterling, 1992). Un referente simbólico del colectivo hacker será el antiguo investigador del MIT Richard Stallman (Coleman, 2013) En los años 80, Stallman es un experto informático que ha asimilado completamente los principios y valores de este ámbito especializado; cree en la descentralización, el código abierto y la circulación libre (que no gratis) de los contenidos. Considera que la intensificación de los procesos de comercialización está poniendo en peligro el submundo especializado que surgió del MIT (Stallman, 2004). Podríamos decir que, con Stallman, el submundo hacker adquiere conciencia sociopolítica y asume una posición proactiva ante las intromisiones de los poderes políticos y económicos. Con todas las precauciones necesarias, podría establecerse una relación homológica entre Richard Stallman y el escritor francés Émile Zola: ambos se expresan políticamente en la esfera pública utilizando el prestigio logrado en un campo cultural autónomo. Zola (1998 [1898]) publicó el conocido “Yo acuso” contra el presidente de la República francesa mientras que, casi un siglo después, Stallman lanzará su *Manifiesto GNU* (1985) en defensa de la autonomía del espacio social de los hackers, que se objetiva en la construcción de un sistema operativo en código abierto que no depende de los derechos de autor de las industrias culturales.²

Por tanto, un elemento central de estos espacios sociales, que los entronca con los campos literarios y artísticos de la modernidad, es su autonomía relativa frente a los grandes poderes sociales. La conquista de la autonomía implica que la estructura del campo y sus principios jerárquicos son definidos por los participantes, y no impuestos por agencias externas. Estos conflictos dependen de las luchas simbólicas establecidas entre diferentes actores (unos consagrados y otros aspirantes) para definir y controlar el recurso central de este espacio, el capital digital. El conflicto entre los defensores del software libre y los propulsores del software abierto es un ejemplo de los conflictos centrados en la legitimación y la definición del capital digital (Weber, 2004; Coleman, 2013). Se trata de una disputa que moviliza a agrupaciones de tecnólogos y moldea los principios rectores del submundo digital, y por tanto condiciona la forma de entender su relación con la sociedad mayoritaria (incluyendo también el Internet comercial de Facebook, Google y Twitter). De todas formas, aunque el CMDE mantiene una cierta autonomía, no funciona como una entidad hermética; las influencias exteriores son refractadas por la lógica autóctona e integrada en las dinámicas internas. Son precisamente los efectos de campo generados en estos espacios, sus formas específicas de moldear las acciones individuales, las que nos indican su grado específico de autonomía (Hilgers y Mangez, 2015). Los defensores del software abierto son tecnólogos plenamente inscritos en la lógica de la cultura digital, cuentan con las habilidades y disposiciones precisas para formar parte de este grupo; sin embargo, asumen la influencia del campo económico (por ejemplo, la primacía del “libre mercado”) y la reintegran de forma refractada dentro de la lógica específica del mundo digital (O’Reilly, 2005). Los defensores del software libre, por el contrario, están en contra de cualquier forma de comercialización del código informático, porque la consideran una restricción a su uso abierto y libre, principio básico de la comunidad hacker.

Estos espacios aspiran a la producción y difusión de un conocimiento “puro” basado en la especialización y la sofisticación técnica, enmarcado en el principio “el código es la ley”. Siguiendo la estela subversiva de los primeros hackers, se exige un conocimiento exhaustivo de los preceptos y la historicidad del campo que no tiene por qué ser explícito; puede actuar como predisposiciones incorporadas, inscritas en el cuerpo y mente del individuo (Sterne, 2003). Además, se demanda utilizarlos creativamente, recrearlos y modificarlos de acuerdo a la lógica específica del campo. Esta exigencia de expresión personal creativa

² Stallman es un elemento clave de la politización del CMDE, que comienza con el manifiesto GNU, pero que continúa con la Fundación de la Free Software Foundation (FSF), el desarrollo de un sistema operativo libre (GNU UNIX), que no está sometido a los derechos de autor, y después la licencia GPL, que pretende asegurar el acceso libre al código informático de GNU UNIX (Moody, 2001). De hecho, Stallman utiliza los principios hacker para intervenir en la esfera pública. Si los derechos de autor otorgan al propietario el derecho de restringir las copias, con la licencia GPL el propietario del copyright otorga a los usuarios el derecho de modificar y compartir los programas informáticos. La creación de FSF y el resto de sus iniciativas forman parte de una estrategia de resistencia política para frenar la privatización de la información. Pero Stallman no sugiere una política radical contra el capitalismo, ni plantea sus reivindicaciones en términos de justicia social. Pretende asegurar las condiciones de existencia del CMDE, así como de los valores específicos que lo caracterizaron desde sus orígenes (Coleman, 2013). Sus acciones pretenden mantener las fronteras entre el CMDE y el resto de esferas sociales.

aparece sobre todo en la reescritura y redefinición de códigos informáticos (códigos, protocolos, interfaces, logaritmos, etc.), que conlleva un conocimiento profundo de los procesos internos y suele oponerse a los *amateurs*, que parten de nociones superficiales (los *script kiddies* denostados por la comunidad hacker) (Kelty, 2008). En muchas ocasiones, estas acciones suponen transgresiones serias del sentido común; sus representantes realizan una disrupción de los valores dominantes (Lindgren, 2013), siendo su comprensión y asimilación un requisito imprescindible de entrada. De este modo, como recurso social básico, el capital digital es un mecanismo de selección social, que sirve para separar claramente a los *insiders* de los *outsiders* (Nisselbaum y Shifman, 2017). Esta ejercicio de inclusión y exclusión tiene dos dimensiones fundamentales: en primer lugar, adquiere una *dimensión técnica*, porque el acceso a este mundo y el reconocimiento colectivo exige unos conocimientos tecnológicos muy avanzados y la naturalización del principio “el código es la ley” (véase el proyecto del sistema operativo Debian); y en segundo lugar, este capital digital también suele tener una *dimensión subcultural*, que exige conocer códigos, discursos y valores procedentes de determinadas formaciones subculturales (véase las subculturas anime japonesas en 4chan) que funcionan como requisitos de entrada a estos espacios.

En el CMDE el reconocimiento y la valoración surgen del grupo de iguales. Los primeros hackers se reunían en laboratorios de investigación y compartían sus creaciones (el diseño de código se convirtió en un *modus vivendi* que fusionó las esferas del trabajo y el ocio). Su origen académico influyó en las formas de reconocimiento existente, muy cercanas al sistema de evaluación por pares, donde un grupo de consagrados seleccionan las aportaciones de candidatos aspirantes. En este sentido, el CMDE es un espacio muy meritocrático; los aspirantes son evaluados por sus logros específicos en el diseño de código informático y por su capacidad para encontrar soluciones originales a problemas técnicos que sean elegantes, sencillas y entretenidas (Weber, 2004). Por tanto, la horizontalidad participativa que los define se combina con formas verticales de distribuir el reconocimiento y la aprobación. Las interacciones dentro del grupo de iguales, con sus mecanismos implícitos de valoración, producen interacciones comunitarias muy intensas en contextos presenciales subestimadas por algunos teóricos de la cultura digital, centrados en las relaciones del ciberespacio (Rheingold, 1994). Desde sus orígenes, los hackers han interactuado intensamente en espacios físicos y han compartido un estilo de vida diferenciado, que se convierte en un escenario fundamental de la lucha por el reconocimiento (Levy, 2010; Coleman, 2013). Por tanto, la valoración de las aportaciones individuales tiene una *dimensión presencial*, expresada en las reuniones y conferencias especializadas donde los tecnólogos se reúnen y obtienen formas específicas de reconocimiento y refuerzo emocional (Homesbrew Computer Club, Chaos Computer Club, DefCon); y una *dimensión virtual* que genera también formas específicas de reconocimiento basadas en los comentarios y aceptación de proyectos presentados en plataformas digitales (Linux, Debian, Apache), así como las formas de canonización establecidas en publicaciones especializadas (Wired, Linux Weekly News, Slashdot).

Para concluir este apartado reseñar que, dentro del CMDE, podemos identificar dos subsectores diferenciados según su concepción del principio “el código es la ley”. Por un lado, el espacio subversivo que reclama los principios específicos de la cultura digital desde las plataformas del Internet comercial. En este caso, el requisito de acceso no supone un capital digital muy elevado; generalmente basta con inscribirse en las plataformas. Sin embargo, al tratarse de submundos definidos por valores subculturales específicos, muy relacionados con el conocimiento profundo de Internet (y con formas autóctonas de expresarse y comunicarse), el reconocimiento posterior es muy complicado sin el dominio de los códigos específicos. Plataformas como 4chan o Something Awful son ejemplos de este tipo de subespacios especializados accesibles desde los buscadores convencionales. Algunos de ellos fomentan una subcultura trol difícilmente aceptable desde los estándares morales convencionales (Coleman, 2016). Por otro lado, encontramos los submundos que se encuentran escondidos en el Internet Profundo, que tratan de distinguirse del Internet Superficial (Gehl, 2014). Se trata de espacios digitales inaccesibles desde los buscadores convencionales de Internet, puesto que requieren un conocimiento muy profundo del código informático para acceder a ellos, como los buscadores Tor (The Onion Router). Su capacidad de ocultamiento, y la dificultad de su rastreo, permite interacciones al margen de la sociedad mayoritaria y sus poderes establecidos (Gehl, 2014), como sucede con las plataformas ID3NT o Galaxy2. Ambos submundos se sitúan estructuralmente al margen del CMDM, alcanzando un elevado grado de autonomía respecto a él. Esta distancia social puede medirse según dos indicadores esenciales: por un lado, su enfrentamiento a los monopolios digitales (Facebook, Google y Twitter) y el tipo de cultura digital hegemónica que promueven; y, en segundo lugar, el rechazo de la comercialización y el control estatal de Internet en beneficio de una producción “pura”, plenamente instalada en la lógica “el código es la ley” y alejada de los intereses económicos o políticos. De todas formas, aunque estos espacios tratan de definirse de forma autónoma frente a los grandes poderes sociales (políticos y económicos), no pueden evitar ser definidos por ellos. En este sentido, la percepción social de los sectores más subversivos del ciberespacio (y, por supuesto, del Internet Profundo) suele ser muy negativa y está asociada con la criminalidad y la ilegalidad, desde el tráfico de armas a la difusión de pornografía infantil (Gehl, 2014). Esta percepción, que sin duda es acertada en ciertos casos, oculta los principios digitales “puros” que también se esconden en su interior.

4. El campo mediático-digital masificado (CMDM)

En términos generales, el CMDM es el resultado de la expansión del CMDE restringido debido a la voluntad de sus miembros de democratizarlo y abrirlo al conjunto de la sociedad. Las innovaciones informáticas desarrolladas en los años 60 y 70 expandieron el espacio de posibilidades y permitieron una democratización creciente de los usos. Los ordenadores dejaron de encontrarse solamente en centros de investigación universitaria o empresas multinacionales para introducirse en los hogares y en la vida cotidiana de las personas. Hay que recordar que las subversiones técnicas de los primeros hackers se realizaban tanto en el ámbito del software como del hardware: el ordenador personal es el resultado de un conjunto de avances informáticos, en los años setenta, en el ámbito del hardware. El marco mental de la época no concebía el ordenador como un objeto doméstico; se consideraba un aparato costoso y especializado propio de los grandes centros de investigación, sin funcionalidades cotidianas evidentes (Turner, 2006). La revolución simbólica de los expertos informáticos consistió en derribar este marco mental y redefinir el ordenador como un instrumento útil para la vida ordinaria, como la radio o la televisión. Estas propuestas iniciales, que podían considerarse simples locuras de entusiastas informáticos, darían lugar a la creación del ordenador personal y a la consolidación posterior del CMDM (Levy, 2010). Las grandes compañías tecnológicas de la época, como IBM, no vieron ninguna posibilidad comercial a la expansión del uso de los ordenadores, y no participaron en su desarrollo inicial.

La creación del ordenador personal se ha convertido en un mito fundacional del CMDM (el famoso garaje de Steve Jobs). Cuando el ordenador personal se hace realidad con el Apple II de Jobs y Wozniak, las grandes compañías empiezan a comprender las posibilidades de la informática de masas y comienzan a invertir masivamente en este sector. Como resultado, un espacio social que hasta el momento había funcionado de manera bastante autónoma empieza a ser colonizado por los intereses corporativos. Bourdieu asegura que los campos autónomos parisinos surgieron como reacción a la cultura comercial del siglo XIX. En la cultura digital del siglo XX observamos el fenómeno opuesto: comienza como un campo especializado que surge en la periferia de las grandes universidades, centros de investigación e industria militar, para después expandirse y transformarse en un campo mayoritario. Es cierto que la infraestructura técnica no la crean los hackers *ex novo*, pero si conformaron el sistema de normas y valores comúnmente aceptados (la Doxa específica), asociado a la cultura digital, que perdura hasta la actualidad. De forma inevitable, la consolidación del CMDM producirá fricciones entre los sectores que defienden el mantenimiento de la ética hacker “pura” y aquellos que quieren integrarla dentro de las convenciones de la sociedad mayoritaria.

De hecho, los referentes fundacionales del CMDM (emprendedores como Steve Jobs y Bill Gates) son individuos procedentes del CMDE que, según los defensores de la ética hacker, traicionan los principios y los códigos específicos del submundo digital para instalarse en el ámbito de la cultura oficial y corporativa, asociada a los poderes terrenales del Estado y el mercado. A finales de los años setenta, se producen las primeras fricciones entre ambos submundos, caracterizados por lógicas culturales opuestas. Un acontecimiento ilustrativo del conflicto entre ambas culturas digitales se encuentra en el texto de Bill Gates “Open letter to hobbyists” (1976), donde el autor critica a los hackers del Homebrew Computer Club por utilizar y copiar gratuitamente el software Altair BASIC creado por su compañía Microsoft. Asegura que la copia no autorizada de software informático desincentiva a los investigadores para dedicar tiempo y dinero al desarrollo de nuevos sistemas operativos de mayor calidad. El joven Gates introduce los argumentos mantenidos hasta la actualidad por las industrias culturales para defender los derechos de autor frente al uso libre y el código abierto que defienden los subcampos especializados. La disputa entre Microsoft y Homebrew define una serie de polaridades básicas (privacidad o acceso, cultura del permiso o cultura libre, heteronomía o autonomía) que han caracterizado a ambos espacios sociales en las décadas posteriores. En la etapa histórica de la web 2.0 esta oposición sigue observándose si comparamos las redes sociales de Facebook y Diaspora (Sevignani, 2015) o Lorea (Cabello, Franco y Haché, 2013), caracterizadas por el mismo sistema de oposiciones estructurales.

Una característica fundamental del CMDM es su cercanía a los grandes poderes políticos y económicos, su relativo grado de heteronomía, aun reconociendo que las plataformas de la web 2.0 posibilitan formas de expresión muy diversificadas (McChesney, 2013). En los años setenta, Bill Gates y Steve Jobs, como figuras destacadas, redefinieron las innovaciones tecnológicas efectuadas en el ámbito especializado y las adaptaron a la lógica del mercado, creando empresas informáticas (Microsoft, Atari, Apple) instaladas plenamente en la lógica del campo económico. A los primeros emprendedores digitales que redefinen las innovaciones tecnológicas anteriormente realizadas por estudiantes entusiastas, otorgándoles una valoración principalmente económica, les seguirán nuevas generaciones que promueven las iniciativas empresariales (Facebook, Google, Twitter) que han conformado la web 2.0. La resignificación de los usos informáticos realizada por este colectivo se encontrará con la oposición de los hackers “puros” (Stallman, 2004), que se mantienen fieles a los principios básicos del campo autónomo. Lo cierto es que, gracias a la redefinición de las innovaciones tecnológicas y su inserción en el mercado económico, la cultura digital deja de ser un espacio social minoritario, vanguardista y elitista, para convertirse en un espacio de masas inserto en la vida cotidiana de la gente común: los ordenadores personales entrarán en los hogares, y los productos específicos de la cultura digital (sistemas operativos, videojuegos, plataformas de Internet, aplicaciones de móviles) se convierten en objetos de consumos guiados por

los principios básicos de la economía capitalista (O'Reilly, 2005). Se trata de un espacio heterónimo, con un bajo grado de refracción, donde los intereses comerciales (adaptación a la demanda de consumidores y accionistas) y políticos (aceptación de mecanismos de espionaje masivo y transferencia selectiva de datos sensibles) gobiernan la lógica del campo. Así como los hackers originales defienden espacios poco regulados, regidos por la ley del código, los nuevos emprendedores digitales desarrollan dominios con niveles de regulación más elevados, concibiendo las zonas autónomas originales como “errores” que hay que corregir (Lessig, 2009).

El CMDM difunde un conocimiento de carácter generalista que no exige un alto grado de especialización. Los autores más optimistas resaltan el valor democratizador de la red y el acceso mayoritario a los procesos de producción y consumo cultural, así como la creatividad subyacente (Jenkins, 2008; Jenkins, Ford y Green, 2015; Benkler, 2006; Shirky, 2006; Lessig, 2012). El tipo de conocimiento generado por el Internet comercial de Facebook, Google y Twitter ha estimulado la democratización y la participación generalizada, pero posee unas características “superficiales”, según la jerga procedente del Internet Profundo (Gehl, 2015), que le impide alcanzar ciertos logros y reconocimientos, solo accesibles en espacios especializados. En este ámbito expandido del CMD, la producción cultural se basa en el *remix* y el *mashup* de productos derivados, generalmente procedentes de la cultura de masas tradicional, que se difunden generando *memes* y efectos virales diversos (Shifman, 2014). De este modo, se forman comunidades muy amplias de prosumidores, remezcladores y productores sociales, que producen objetos muy diversos, desde *flash-mobs* hasta *LOLcats*. Sin embargo, a diferencia de lo que ocurre en el CMDE, esta producción cultural no exige un conocimiento profundo de la cultura digital ni la interiorización de la legalidad del código. En realidad, un gran número de internautas, navegantes habituales del Internet comercial, no tienen los conocimientos específicos ni han interiorizado los códigos y valores propios de los *digiterati*; la elección entre los sistemas operativos de Microsoft y Linux es muy indicativa a este respecto. La creación de plataformas y aplicaciones *user-friendly* permite realizar tareas y producir objetos que escapan de los principios “puros” de la cultura digital, y por tanto de los filtros impuestos por los expertos informáticos. Fomenta la aparición de una cultura popular-digital que compite, al tiempo que se integra y remezcla, con la cultura de masas de las industrias culturales (Jenkins, 2008). Aunque esta producción cultural tiene un gran impacto social (pensemos en la popularidad de los *youtubers*), no conecta con la historia profunda del campo ni con el sentido último de sus luchas, y por ello sus acciones difícilmente pueden tener un efecto subversivo y/o transformador del campo (Bourdieu, 2008). Los memes de la web 2.0 comercial (como sucedió con el *Star Wars kid*) pueden difundirse de forma masiva e indefinida sin que se produzca ningún efecto transformador reseñable.

Tabla 1. Contraste entre el CMDE y el CMDM

	Campo digital especializado	Campo digital masificado
Lógica de funcionamiento	Autónoma (principios establecidos por el propio campo)	Heterónoma (principios económicos y/o políticos)
Formas de conocimiento	Conocimiento digital reflexivo	Conocimiento digital utilitario
Condiciones de acceso	Selección estricta (criterios internos)	Selección laxa (criterios externos)
Formas de valoración	Valoración del grupo de iguales	Valoración política y/o económica
Tipo de producción cultural	Producción esotérica (orientada a públicos restringidos)	Producción genérica (orientada a públicos masivos)
Inversión emocional	Alta (comunidad de prácticas fuerte)	Baja (comunidad de prácticas débil)
Ejemplo paradigmático	Diáspora	Facebook

Fuente: elaboración propia

En este dominio, el reconocimiento y la valoración de las acciones individuales no procede del grupo de iguales sino de contextos sociales más amplios, orientados por fuerzas políticas y/o económicas (e insertos dentro de la moralidad dominante). En cierta medida, el CMDM ha asumido los mecanismos de reconocimiento colectivo del CMDE, pero al mismo tiempo ha realizado dos modificaciones reseñables: por un lado, incrementar el número de participantes y desbordar la estructura originaria del grupo de iguales; y en segundo lugar, estandarizar y simplificar los instrumentos específicos para asignar las reputaciones individuales. Diversos autores señalan que la web 2.0 ha generado una economía reputacional centrada en el “me gusta” (*like economy*), determinante de las formas de reconocimiento y valoración que prevalecen en Internet (Parrá, Gordo y D'Antonio, 2014; Lindell, 2017). De este modo, las grandes plataformas digitales de Internet (Facebook, Youtube, Twitter, Amazon) ofrecen sistemas de puntuación y reconocimiento basadas en el botón

“me gusta” (y otros similares como “amigo”, “favorito”, “seguir”, etc.). La utilización de estos sistemas, que requiere el esfuerzo mínimo de un clic, genera una reputación digital que luego se mide numéricamente según los “me gusta” obtenidos. Su acumulación supone aparecer en rankings y clasificaciones jerarquizadas y consecuentemente captar la atención y la admiración del CMDM (Marwick, 2013). A diferencia del CMDE, se observa una desconexión importante entre la *dimensión virtual*, que proporcionan las plataformas digitales y facilita la interconexión y evaluación de los objetos digitales, y la dimensión presencial, que no se sitúa en áreas especializadas del submundo tecnológico, sino que se inscribe en otros ámbitos de la vida cotidiana. Los espacios físicos del mundo tecnológico no son relevantes ni determinantes para establecer la reputación digital del CMDM, algo que no ocurre en el CMDE.

4. Hacia una sociología del campo mediático-digital

El objetivo de este trabajo ha sido proponer una sociología del CMD que supere algunas de las limitaciones que tiene el análisis de las redes sociales actualmente preponderante en el ámbito de la sociología de los objetos digitales. Aunque el análisis de redes sociales tiene muchas ventajas, y permite realizar análisis empíricos muy sofisticados, no tiene en cuenta las estructuras profundas que condicionan los “lazos sociales” establecidos entre los individuos; que pueden determinar que esos “lazos” adquieran significados muy diversos. Esta limitación puede ser abordada con la teoría de los campos sociales de Bourdieu y su manera de plantear el análisis de los campos sociales (y también campos digitales), entendidos como espacios estructurados, formados por diferentes posiciones sociales, que se definen por la posesión de un capital específico (que puede ser relacional, pero que también puede ser de otros tipos), por disposiciones y maneras de ser, y por su posición jerarquizada dentro del espacio sociodigital. Más que referirse a individuos conectados, incide en la existencia de posiciones sociales que se relacionan, de acuerdo a sus recursos acumulados, dentro de campos digitales de acción e interacción.

Desde esta perspectiva, dentro del CMD hemos identificado dos subsectores diferentes, caracterizados por lógicas opuestas: el CMDE y el CMDM. El primero es un espacio social restringido y autónomo, que reivindica formas de conocimiento especializadas, y que trata de defenderse de la influencia de agentes externos, sobre todo los poderes políticos y económicos. Aquí se encuentra el origen de la cultura de Internet. El segundo es un espacio de carácter abierto y mayoritario, que no exige conocimientos previos muy especializados, y que está muy influido por intereses políticos y económicos. La tensión establecida entre ambos espacios (y la concepción diferenciada de lo que se considera el comportamiento digital legítimo) condiciona, en gran manera, el funcionamiento del CMD y su percepción social. Los dos campos se caracterizarán por poseer lógicas de funcionamiento, formas de producción simbólica y mecanismos de reconocimiento, muy distintas.

El análisis del CMD digital permite escapar de la visión homogeneizadora que tienden a presentar tanto los estudiosos escorados hacia el ciberutopismo como aquellos que tienden a adoptar posiciones ciberpesimistas. En general, ambas perspectivas establecen una clara distinción, cuando no oposición, entre los medios digitales y la comunicación de masas tradicional; sin embargo, dedican menos esfuerzo a desvelar las trayectorias diferenciadas que se producen en los primeros. La perspectiva del CMD nos permite entender Internet como un espacio jerarquizado de posiciones diversas, donde conviven diferentes lógicas sociales y modalidades de distinción. Este tipo de análisis posibilita indagar mejor en la diferenciación social de Internet, y en su separación estructural con los medios de comunicación de masas. Se trata de un marco teórico básico, que luego habría que matizar con análisis empíricos detallados de objetos digitales concretos, que pueden estar inscritos en un campo digital específico (CMDE o CMDM) o en zonas intermedias y difusas que sería necesario desentrañar. De hecho, la complejidad y diversidad del CMD exige un gran esfuerzo para estudiar las zonas grises situadas entre el CMDE y el CMDM, al conformar estas el espacio de luchas simbólicas donde se definen las fronteras y la configuración definitiva de ambos submundos tecnológicos.

5. Bibliografía

- Ariño, A. (2009): *El movimiento open. La creación de un dominio público en la era digital*, Valencia, PUV.
- Barbrook, R. y A. Cameron (1996): “The Californian ideology”, *Science as culture*, 26 (1), pp. 44-72.
- Baym, N. (2015): *Personal connections in the digital age*, Cambridge, Polity Press.
- Benkler, Y. (2006): *The wealth of networks. How social production transforms markets and freedom*, New Haven, Yale University Press.
- Benson, R. y E. Neveu (2005): *Bourdieu and the journalistic field*, Cambridge, Polity Press.
- Bourdieu, P. y L. Wacquant (1992): *An invitation to reflexive sociology*, Cambridge, Polity Press.
- Bourdieu, P. (1988 [1979]): *La Distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus.
- Bourdieu, P. (1993): *The field of cultural production*, Cambridge, Polity Press.
- Bourdieu, P. (2008): *Cuestiones de sociología*, Madrid, Istmo.
- Bourdieu, P. (2011): *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*, Barcelona, Anagrama.

- Brügger, N. (2009): "Website history and the website as object of study", *New media and society*, 11 (1&2), pp. 115-132.
- Cabanne, P. (1972): *Conversaciones con Marcel Duchamp*, Barcelona, Anagrama.
- Cabello, F., M. Franco y A. Haché (2012): "Hacia una web social libre y federada: el caso de Lorea", *Teknokultura*, 9 (1), pp. 19-43.
- Calderón, D. (2019): "Technological capital and digital divide among young people: an intersectional approach", *Journal of youth studies*, 22, pp. 941-958.
- Castells, M. (2005 [1996]): *La era de la información. Volumen 1. La sociedad red*, Madrid, Alianza.
- Castells, M. (2009): *Comunicación y poder*, Madrid, Alianza.
- Coleman, G. (2013): *Coding freedom. The ethics and aesthetics of hacking*, Nueva Jersey, Princeton University Press.
- Coleman, G. (2016): *Las mil caras de Anonymous. Hackers, activistas, espías y bromistas*, Barcelona, Arpa y Alfíl Editores.
- Couldry, N. (2003): "Media meta-capital: extending the range of Bourdieu's field theory", *Theory and society*, 32 (5-6), pp. 653-677.
- Dimaggio, P. et al. (2004): "Digital inequality: From unequal access to differentiated use", en *Social Inequality*, pp. 355-400.
- Fabiani, J. L. (2016): *Pierre Bourdieu: un structuralisme héroïque*, Paris, Seuil.
- Fuchs, C. (2001): *Internet and society. Social theory in the Information age*, Londres, Routledge.
- Fuster, M. (2012): "Horizontes del procomún digital", *Documentación Social*, 165, pp. 89-102.
- Fuster, M. et al. (2015): *Procomún digital y cultura libre*, Barcelona, Editorial Icaria.
- Gates, B. (1976): "Open letter to hobbyists", *Homebrew Computer Club Newsletter*, 2 (1), p. 2.
- Gehl, R. (2014): "Power/freedom on the dark web: a digital ethnography of the Dark Web Social Network", *New media and society*, 18 (7), pp. 1212-1235.
- Gehl, R. (2015): "The case for alternative social media", *Social media and society*, 1 (2), pp. 1-12.
- Gere, C. (2008): *Digital culture*, Londres, Reaktion Books.
- Hargittai, E. y G. Walejko (2008): "The participation divide: content creation and sharing in the digital age", *Information, community and society*, 11 (2), pp. 239-256.
- Hesmondhalgh, D. (2006): "Bourdieu, the media and cultural production", *Media, culture and society*, 28 (2), pp. 211-231.
- Hilgers, M. y E. Mangez (ed.): *Bourdieu's theory of social fields*, Nueva York, Routledge.
- Jacobs, R. y E. Townsley (2011): *The space of opinion: media intellectuals and the public sphere*, Oxford, Oxford University Press.
- Jenkins, H. (2008): *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós.
- Jenkins, H., S. Ford y J. Green (2015): *Cultura transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red*, Barcelona, Gedisa.
- Jordan, T. (1998): "A sociology of hackers", *The sociological review*, vol. 46 (4): pp. 757-780.
- Jordan, T. y P. Taylor (2004): *Hacktivism and cyberwars. Rebels with a cause?*, Londres, Routledge.
- Julien, C. (2015): "Bourdieu, social capital and online interaction", *Sociology*, 49 (2), pp. 356-373.
- Ignatow, G. y L. Robinson (2017): "Pierre Bourdieu: theorizing the digital", *Information, Communication and Society*, 207 (7), pp. 950-966.
- Lanier, J. (2011): *You are not a gadget*, Londres, Penguin.
- Lessig, L. (2005): *Por una cultura libre. Cómo los grandes grupos de comunicación utilizan la tecnología y la ley para clausurar la cultura y controlar la creatividad*, Madrid, Traficantes de Sueños.
- Lessig, L. (2009): *El código 2.0.*, Madrid, Traficantes de Sueños.
- Lessig, L. (2012): *Remix. Cultura de la remezcla y derechos de autor en el entorno digital*, Barcelona, Icaria.
- Levy, S. (2010): *Hackers. Heroes of the computer revolution*, Sebastopol (CA), O'Reilly Media.
- Lindell, J. (2017): "Bringing field theory to social media, and viceversa: network-crawling an economy of recognition on Facebook", *Social media and society*, pp. 1-11.
- Lindren, S. (2013): *A cultural sociology of digital disruption*, Nueva York, Peter Lang.
- Lupton, D. (2015): *Digital sociology*, Londres y Nueva York, Routledge.
- Kelty, C. (2008): *Two bits: the cultural significance of free software*, Durham, Duke University Press.
- Manovich, L. (2001): *The language of new media*, Cambridge (Ma), MIT Press.
- Marwick, A. (2013): *Status update: celebrity, publicity and branding in the social media age*, New Haven, Yale University Press.
- McChesney, R.W. (2013): *Desconexión digital: cómo el capitalismo está poniendo a Internet en contra de la democracia*, Barcelona, El Viejo Topo.
- Miller, V. (2011): *Understanding digital culture*, Londres, Sage.
- Moglen, E. (2003): "The dotCommunist Manifesto". Disponible en: <http://moglen.law.columbia.edu/publications/dcm.html> [Consulta: 22 de mayo de 2017]
- Moody, G. (2001): *Rebel code: Linux and the open source revolution*, Cambridge (Ma), Basic Books.
- Nisselbaum, A. y L. Shifman (2017): "Internet memes as contested cultural capital: the case of 4chan /b/ board", *New media and society*, 19 (4), pp. 483-501.
- Nooy de, W. (2003): "Fields and networks: correspondence analysis and social network analysis in the framework of field theory", *Poetics*, 31, pp. 305-327.
- O'Reilly, T. (2005): *What is web 2.0? Design patterns and business models for the next generation of software*, Sebastopol (Ca), O'Reilly Media.
- Park, S. (2017): *Digital capital*, Londres, Pelgrave.
- Parra, P., A. Gordo y S. D'Antonio (2014): "La investigación social aplicada. Una innovación metodológica para el análisis de los 'me gustas' en Facebook", *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, pp. 195-212.
- Pecourt, J. (2008): *Los intelectuales y la transición política. Un estudio de campo de las revistas políticas en España*, Madrid: CIS.

- Pecourt, J. (2016): "Anonymous y el underground digital: una aproximación al análisis de un objeto socio-digital", *RES*, 25 (1), pp. 133-149.
- Peterson, R. (1997): "The rise and fall of highbrow snobbery as a status marker", *Poetics*, 25, 75-92.
- Ragnedda, M. (2018): "Conceptualising digital capital", *Telematics and informatics*, 35 (8), pp. 2366-2375.
- Raymond, E. (2001): *The cathedral and the bazaar. Musings on Linux and open souce by an accidental revolutionary*, Sebastopol (CA), O'Reilly Media.
- Rendueles, C. (2013): *Sociofobia. El cambio político en la era de la utopía digital*, Madrid, Capitán Swing.
- Robinson, L. (2009): "A taste for the necessary", *Information, communication and society*, 12 (4), pp.488-507.
- Robles, J. M. et al. (2016): "La nueva frontera de la desigualdad digital: la brecha participativa", *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 156, pp. 97-116.
- Sábada, I. y A. Gordo (ed.) (2008): *Cultura digital y movimientos sociales*, Madrid, La Catarata.
- Sapiro, G. (2016): *La sociología de la literature*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Savage, M. (2013): "Digital fields: networks and capital: sociology beyond structures and fluids", en Orton-Johnson, K. ed., *Digital sociology*, Londres, Palgrave MacMillan, pp. 139-147.
- Savage, M. y E. Silva (2013): "Field analysis in cultural sociology", *Cultural Sociology*, 7 (2), pp. 111-126.
- Schradie, J. (2011): "The digital production gap: the digital divide and web 2.0 collide", *Poetics*, 39, pp. 145-168.
- Sevignani, S. (2013): "Facebook vs. Diaspora: a critical study", en Lovink, G. y Rasch, M. *Unlike us reader: social media monopolies and their alternatives*, Amsterdam, Institute of Network Cultures.
- Sigh, S. (2016): "What is relational structure? Introducing history to the debates on the relation between fields and social networks", *Sociological theory*, 34 (2), pp. 128-150.
- Shifman, L. (2014): *Memes in the digital age*, Cambridge (MA), The MIT Press.
- Stallman, R. (1985): "GNU Manifesto". Disponible en: <http://www.gnu.org/gnu/manifesto.es.html> [Consulta: 22 de mayo de 2017].
- Stallman, R. (2004): *Software libre para una sociedad libre*, Madrid, Traficantes de Sueños.
- Sterling, B. (1992): *The hacker crackdown: law and disorder on the electronic frontier*, Nueva York, Bantam.
- Sterne, J. (2003): "Bourdieu, technique and technology", *Cultural studies*, 17 (3/4), pp. 367-389.
- Stevenson, M. (2016): "The cybercultural moment and the new media field", *New media and Society*, 18 (7), pp. 1088-1102.
- Terranova, T. (2004): *Network culture. Politics in the information age*, Londres, Pluto Press.
- Thompson, J. B. (2000): *Political scandal. Power and visibility in the media age*, Cambridge, Polity Press.
- Trend, D. (2001): *Reading digital culture*, Hoboken (NJ), Blackwell.
- Turner, F. (2006): *From counterculture to cyberculture. Stewart Brand, the Whole Earth Network and the rise of digital utopianism*, Chicago, University of Chicago Press.
- Van Dijk, J. (2005): *The deepening divide: inequality in the information society*, Thousand Oaks (CA), Sage.
- Rainie, L. y B. Wellman (2012): *Networked: the new social operating system*, Cambridge (MA), MIT Press.
- Weber, S. (2004): *The success of open source*, Cambridge (MA), Harvard University Press.
- Zillien, N. y E. Hargittai (2009): "Digital distinction: status-specific types of Internet usage", *Social Science Quarterly*, vol. 90 (2): pp. 274-291.