

## Internet, redes sociales... ¿creatividad?

María Eugenia Pérez Cortés<sup>(1)</sup>,  
Flor Alejandra Gómez Contreras<sup>(2)</sup> y  
Athziri Araí Menchaca Pérez<sup>(3)</sup>

---

**Resumen:** La democratización en los discursos es ya una realidad. Gracias al internet, las barreras de tiempo y espacio en la comunicación se han ido desvaneciendo cada vez más y han al mismo tiempo abierto posibilidades antes inimaginables. Cualquier persona con acceso al paquete básico –internet y un teléfono inteligente–, puede comunicar al mundo cualquier cosa que esté pensando, puede pedir ayuda, declarar su amor, su nueva identidad o levantarse en protesta, al tiempo de que se encuentra en posibilidad de hacer llegar ese mensaje a personas de cualquier parte del globo. Sin embargo, recordemos, que este paquete básico de comunicación, también permite el acceso a las publicaciones de millones de personas alrededor del mundo, teniendo así la oportunidad de conocer, aprender, soñar, reflexionar, aspirar y entre muchas otras cosas utilizar un bagaje de ideas y conceptos que no hubieran estado a su alcance sin este recurso de internet para crear nuevas propuestas. Este documento retoma las ideas del reconocido antropólogo y sociólogo Arjun Appadurai quien ha estudiado la influencia los efectos en las personas de la globalidad y la modernización para explorar la relación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación con la creatividad.

**Palabras clave:** Arjun appadurai - TICs y creatividad - comunicación y redes sociales - redes sociales y creatividad - comunicación y creatividad.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página ]

---

<sup>(1)</sup> Licenciada en Diseño para la Comunicación Gráfica, Maestra en Comunicación y Tecnología Educativa, estudiante del Doctorado en Investigación Educativa Aplicada, sus intereses teóricos están en la caligrafía y el uso de las Tecnologías de la Comunicación en la educación y la comunicación. Es docente universitaria ponente y autora. Correo electrónico: ma.eugenia.perez@academicos.udg.mx

<sup>(2)</sup> Licenciada en Letras hispánicas, maestra en Lingüística aplicada, doctora en Pedagogía crítica. Profesora-investigadora en la Universidad de Guadalajara. Fundadora de Español para todos, AC. Sus intereses teóricos están en la semiótica, teoría del texto, la sistematización de experiencias de escritura, los derechos del hablante y la opresión lingüística. Correo electrónico: fagomez@isidm.mx

<sup>(3)</sup> Athziri Araí Menchaca Pérez: Estudiante de la Licenciatura en Letras hispánicas por la Universidad de Guadalajara y en SOGEM, la escuela de escritores de Guadalajara, autora incipiente en Wattpad y ifreedom. Sus intereses académicos están en el desarrollo de los cuentos cortos, las microficciones y cuenta cuentos para niños. Participante activa en el movimiento Guías de México. Correo: athziri.menchaca3541@alumnos.udg.mx

## Introducción

Este es un ejercicio de vinculación entre tres diferentes territorios temáticos que en esta ocasión encuentran la oportunidad de coincidir y exponer la misma cantidad de puntos de vista que convergen en la relación entre la creatividad y los medios de comunicación basados en internet. Los tres territorios desde donde se construirá este documento serían los siguientes: el primero de ellos será una revisión general de la influencia de la globalización y específicamente de los medios masivos de comunicación en la identidad de las personas y en su manera de imaginar, todo desde el punto de vista de la sociología, retomando inicialmente las ideas del eminente antropólogo social Arjun Appadurai (1996) y sus estudios de globalización. En este documento, de manera inicial se retoman esas ideas y se trasladan al contexto de la producción creativa explorando las posibilidades y las áreas de oportunidad que se pueden apreciar en este contexto concluyendo esta primera aportación con el desglose de algunas influencias que se han clasificado en esta aportación como positivas y como totales desafíos.

En segunda instancia se presenta la percepción de una estudiante de noveno semestre, puntualmente en junio del 2023, de la Licenciatura en Letras Hispánicas por la Universidad de Guadalajara, quien a manera de representante de toda una generación de universitarios, relata su experiencia personal acerca de la influencia de estos medios de comunicación en su desempeño creativo y de expresión literaria y académica. En tercer lugar, y no por ello menos importante, se presenta una profunda reflexión acerca de la metáfora y su relación con el lenguaje y la imagen. Pero ¿qué relación tiene la metáfora con la creatividad? Es una relación estrecha con un alcance muy poderoso, ya que la metáfora permite establecer conexiones inesperadas entre dos elementos o conceptos diferentes en donde uno de ellos se utiliza para simbolizar o representar al otro. De esta manera la metáfora estimula la creatividad ya que, al generar nuevas asociaciones, crear imágenes mentales vívidas y establecer conexiones inesperadas, amplía el alcance de nuestra comprensión y funciona como una fuente de inspiración. La metáfora es una figura retórica que puede rastrearse hasta tiempos muy antiguos, ha estado presente en la expresión de muchas culturas y lenguajes. Pero... ¿de qué manera se relaciona la creatividad con el lenguaje? También es una relación estrecha, dado que el lenguaje es la herramienta por excelencia para expresar emociones e ideas, dar forma a los pensamientos, a los conceptos creativos y desde luego compartir la creatividad con los co creadores y gracias en gran parte al internet, los medios electrónicos de comunicación y a las redes sociales, el lenguaje permite conocer los procesos, los

productos creativos de nuestros antepasados y facilita el compartir toda la gama de ideas y resultados de estas actividades con el resto del mundo, presente y futuro.

### **Primer territorio: La influencia de las TICs en la cultura del sujeto creativo, una breve reflexión**

En el mundo contemporáneo se ha normalizado en la mayoría de los contextos el uso del internet y de los dispositivos domésticos, comerciales e industriales con acceso a él. El uso de estos dispositivos es desde hace muchos años una tendencia inevitable que en la mayoría de los casos ha mejorado el nivel de vida de las personas de todas las edades y sectores. Alrededor del mundo, se han llevado a cabo numerosos estudios en donde analizan la influencia del internet en los individuos y en las actividades de diferentes grupos sociales. Sin embargo, en esta ocasión, tomando como referencia los estudios de los movimientos migratorios y los medios de comunicación, del Dr. Arjun Appadurai (1996) quien propone a estos dos fenómenos como los dos ángulos principales desde donde se pueden observar y problematizar los cambios, que permiten “explorar los efectos de ambos fenómenos en *el trabajo de la imaginación*, concebido como un elemento constitutivo principal de la subjetividad moderna” (p. 6). El autor explica lo anterior argumentando que las TICs transformaron dramáticamente los medios de expresión y comunicación tradicionales ya que en su conjunto “ofrecen nuevos recursos y nuevas disciplinas para la construcción de la imagen de uno mismo y de una imagen del mundo” (Appadurai, 1996, p. 6). Los efectos al espectador de noticias, del cine, de periódicos y de revistas de diversas partes del globo avanzan a una velocidad extrema que les permite instalarse rápidamente en la mente de las personas y que fomentan entre otras cosas la tendencia a cuestionar y transformar las formas de expresión vigentes o que se consideran dominantes en cada contexto en particular, transformando el discurso cotidiano. Así mismo, dado que los recursos de comunicación electrónica actualmente están disponibles para una gran cantidad de personas y en donde cada una de ellas tiene la posibilidad de explorar con la construcción de la identidad propia, su imagen personal y por ende de su discurso, Appadurai (1996) afirma que al reinventarse están en la posibilidad de dirigir sus esfuerzos para coincidir con la imagen y el discurso de aquellos a quienes puede observar a través de dichos medios de comunicación. Appadurai (1996) igualmente sostiene que los efectos de la influencia de los medios también pueden observarse con el fenómeno de la migración, el cual, como ya se sabe no es un fenómeno nuevo, pero que al yuxtaponerlo con la velocidad del flujo de la información, las imágenes, las historias y los discursos de los medios, detonan en la audiencia nuevas sensaciones y “un nuevo orden de inestabilidad en la producción de la subjetividades modernas” (Appadurai, 1996, p. 7). De acuerdo con el autor, las migraciones, especialmente cuando son masivas, y los efectos de los medios electrónicos, son fuerzas que “parecen instigar [y, a veces, obligar] al trabajo de la imaginación” (Appadurai, 1996, p. 7). Porque si bien, no todas las personas emigran o viajan, ni tienen acceso al discurso de otras latitudes, casi todos conocen y escuchan conversaciones de alguien quien sí lo haya hecho y al tener acceso a esa información adquieren nuevas ideas por lo que este autor argumenta que el trabajo

de la imaginación “no es puramente emancipatorio ni enteramente disciplinado, sino que en definitiva, es una especie de disputas y negociaciones simbólicas mediante el que los individuos y los grupos buscan anexas lo global a sus propias prácticas de lo moderno” (Appadurai, 1996, p. 8). Ahora bien, a raíz de los cambios tecnológicos anteriormente comentados, la imaginación también fue influenciada, ahora se le puede considerar más que nunca como un hecho social y colectivo que juega un nuevo papel en la sociedad porque aunque es cierto que no todos los espectadores migran, los discursos ya sea en forma de medios de entretenimiento, noticieros o redes sociales, por mencionar solo algunos, si viajan de un lado y momento a otro hasta encontrar a sus espectadores. Este argumento el autor lo apoya en tres distinciones específicas (Appadurai, 1996).

Por un lado sostiene que en un mundo poselectrónico la imaginación se ha desprendido de los entornos artísticos y pasó a espacios de trabajo mental cotidiano del común de las personas quienes comenzaron a desplegar la imaginación en su día a día. La segunda distinción tiene que ver con la diferenciación entre la imaginación y la fantasía, en donde ésta última se relaciona principalmente a un pensamiento no relacionado a los proyectos y los actos. La imaginación, según Appadurai, cuenta con “un sentido proyectivo, el de ser un prelude a algún tipo de expresión, sea estética o de otra índole. La fantasía se puede disipar...pero la imaginación, sobre todo cuando es colectiva, puede ser el combustible para la acción” (1996, p. 10). Esta tercera distinción considera la propiedad por parte de la imaginación de fluir de manera individual o colectiva y muy importante, considerar que los medios masivos de comunicación, justamente por su capacidad de producir discursos emitidos en masa, pueden también propiciar lo que Appadurai mismo denominó, una comunidad de sentimiento, “que consiste en un grupo que empieza a sentir e imaginar cosas en forma conjunta, como grupo” (1996, p. 11) y que bajo estos efectos son “capaces de pasar de la imaginación compartida a la acción colectiva” (Appadurai, 1996, p. 11).

Ahora bien ¿Cuál es el rol de la imaginación en la creatividad? ¿Realmente están ligadas una con la otra? Lo primero que se tiene que tener en cuenta es que la existencia de la imaginación no garantiza la existencia de la creatividad, en ese caso se trataría tal como lo asegura el Dr. Appadurai (1996), de mera fantasía, sin embargo, la existencia de la creatividad necesariamente garantiza la presencia de la imaginación.

Si se comienza de lo general a lo particular, la imaginación puede entenderse, desde Mareovich (2022) como “una función cognitiva de dominio general, integradora y flexible, que consiste en el acto de generar, a partir de fragmentos de conocimiento antiguo, nuevas ideas y posibilidades” (p. 87) y si bien gracias a la imaginación se “nos permite dar sentido al mundo que nos rodea y es central para nuestra cognición como la posibilidad de pensar y aprender” (Mareovich, 2022, p. 87), la imaginación también nos permite quedarnos en el acto de crear imágenes mentales sin un fin definido, pero también, gracias a ella, se pueden construir mundos intangibles, irreales y fantásticos, hecho conocido como imaginación narrativa, o se puede detonar la creación de propuestas que transformen las realidades, los contextos y las condiciones de vida, acción conocida como imaginación pragmática, pero no por ello entendamos que esta habilidad solo la poseen algunas personas, la imaginación aparece en el individuo desde la niñez temprana y nos ayuda a “considerar alternativas posibles a la realidad, una posibilidad que nos acompaña toda la vida” (Mareovich, 2022, p. 87). La imaginación tiene un proceso de desarrollo y alcanza su clímax cuando tiene la

oportunidad de “concretar en el mundo externo lo que surgió del mundo de las ideas... Al comienzo de la vida nos basamos en las percepciones internas y externas que constituyen nuestra experiencia y son la base para las creaciones de la imaginación” (Mareovich, 2022, p. 92). Con el tiempo y la experiencia la imaginación del individuo le permite desarrollar las habilidades de combinación, asociación y disociación, multiplicando con ello las opciones del proceso creativo. Y muy importante, “los productos de nuestra imaginación creativa se entrelazan con nuestro contexto social y cultural” (Mareovich, 2022, p. 94). En tal sentido, la creatividad no se encuentra solamente en la mente de las personas, también se produce a partir de la interacción de los sujetos con las condiciones externas, las condiciones sociohistóricas y todo aquel conocimiento socialmente construido, porque “El creador, el artista, el científico, el inventor es producto de su tiempo, y sus creaciones están vinculadas con su contexto” (Mareovich, 2022, g. 93). Si el desarrollo de la creatividad está relacionado con la cultura, la dinámica social y los efectos de la globalización, al conocer cómo los individuos interactúan con esas realidades podemos darnos una idea más clara de cómo se genera la creatividad en el mundo interconectado de hoy.

Por todo lo anterior se puede afirmar que la creatividad ha sido influenciada drásticamente por las TICs y el internet, pero ¿De qué manera ha sido dicha influencia? Este tema es exhaustivo, sin embargo, a continuación se pretende abordar de manera breve algunos aspectos clave de cómo el internet y las redes sociales impactan en la creatividad. En primer lugar es preciso hablar del acceso infinito a la información. En el contexto de la era digital es ampliamente aceptado que la cantidad de información proveniente de internet, medios masivos de comunicación y redes sociales es ilimitada. Sin importar quién o quienes la hayan emitido, ni en qué parte del mundo, ni cuándo, ni siquiera si es real o no, existe tal cantidad de información en la red que el sujeto creativo tiene interminables posibilidades para retomar información y reestructurarla, asociarla o desmembrarla usándola como una gran fuente de ideas que sirven para detonar, inspirar y ampliar un nuevo proceso, creativo sin importar su disciplina o aplicación.

Por otro lado, se encuentra la colaboración individual y/o colectiva. Dadas las ventajas de las nuevas herramientas digitales y la capacidad de internet, es factible superar las barreras lingüísticas, de tiempo y espacio para el proceso creativo, ya que al poder conectar a personas de diferentes orígenes, culturas y áreas de trabajo, cada individuo participante puede recibir retroalimentación a una propuesta creativa o llevarla a cabo ya sea con una o varias personas de diferentes geografías y en diferentes horarios, logrando así una creación conjunta, creando comunidades y redes creativas en línea. Los usuarios ahora pueden encontrar personas con los mismos intereses y habilidades creativas, llevar a cabo una retroalimentación mutua, entablar un intercambio de ideas y lograr una relación con ellos, fomentando con ello su crecimiento creativo.

Otro punto a tener en cuenta es el acceso a nuevas y diferentes audiencias. La posibilidad de exponer su trabajo de manera directa permite a los creativos establecer una interacción sin intermediarios con posibles interesados, que pueden retroalimentar su obra, comprarla o simplemente admirarla. Con la ayuda de las herramientas de mercadotecnia digital, es posible seleccionar el perfil del auditorio destino, medir las interacciones con los mensajes, valorar la eficiencia de los mismos y planear toda una campaña dedicada a promover o vender cualquier producto creativo.

Además, es preciso considerar la actualización continua, es decir, la rapidez con que se integran a la red nuevas herramientas que sirven de apoyo al proceso creativo en cualquiera de sus facetas, por lo que cada día existe una mayor posibilidad de generar nuevos productos creativos.

Por su parte la democratización del discurso es otro factor clave, ya que cada día es más accesible la oportunidad para que un individuo sea el emisor de su propio mensaje y haga valer su derecho a la libertad de expresión. Esta posibilidad de democratización permite incluso generar recursos económicos considerables a quienes invierten tiempo y esfuerzo en preparar contenidos valiosos para la audiencia, proporcionando una opción a la versión tradicional de actividades laborales.

Asimismo, se identifica un amplio alcance, dado por fenómenos como la viralidad que permiten la difusión de contenidos que, en este mundo globalizado, sin importar si el contenido es de carácter informativo, de entretenimiento, de difusión, de humanidades o tecnológico, existe la posibilidad de que su distribución sea de manera masiva en muy corto y nuevamente sin limitaciones de horario, ubicación geográfica y en muchas ocasiones, de lenguaje.

Otro punto interesante son las tendencias. En ocasiones el contenido emitido en redes por una persona específica es de gran interés para la audiencia, generando de esta manera la figura del *influencer*, que es la persona cuya opinión sobre el tema específico atrae a una gran cantidad de seguidores y como su nombre lo indica se coloca en la posibilidad de influir con sus opiniones e ideas a grupos de personas que pueden llegar a ser muy amplios, ocasionando incluso el interés de las grandes compañías para que esta persona hable a favor o se vuelva usuario de determinado producto o servicio. La competencia para captar la atención del auditorio abarca campañas muy creativas que buscan captar el interés de las personas generando incluso sentimientos de comunidad entre ellas. Entre las influencias más frecuentes está incitar a la compra, establecer modas y tendencias, cánones de belleza y propagación de ideas de todo tipo, entre otras. En este mismo rubro, es necesario considerar que lo que diga, haga o use esa persona puede ser tomado como referencia para el desarrollo de nuevas piezas creativas de cualquier disciplina.

En relación a ello, es preciso tener en cuenta el financiamiento. Los creadores pueden tener acceso al financiamiento por parte de la comunidad digital, facilitando el desarrollo de nuevas obras y proyectos que difícilmente podrían obtener apoyo financiero por los canales tradicionales, fomentando de esta manera el emprendimiento creativo en cualquiera de sus facetas. Actualmente existen plataformas y comunidades especializadas para este fin y son conocidas como *crowdfunding*.

Por último, también se identifica importante hablar de la creatividad instantánea. Cuando un contenido se hace viral o marca tendencia en las redes, propicia la reacción de la audiencia que de una manera muy creativa que se expresa con la creación de memes, GIFs, análisis del contenido, referencias, como frases que se repiten, canciones, chistes, etc., En este proceso aparecen figuras de conceptualización y síntesis del proceso creativo, como por ejemplo el fenómeno del *MOMO* que es el meme del meme.

Todas las influencias anteriores podrían englobarse en un sentido positivo, sin embargo, existen influencias que son un total desafío para la creatividad y para quienes la ejercen.

Estas son: La posibilidad de robo de propiedad intelectual o plagio, el riesgo de suplantación de identidad, el uso no autorizado de los productos creativos o piratería, la dificultad para sobresalir dentro de un universo de información, la competencia extrema, la sobre-critica, acoso, desprestigio, fácil controversia, noticias falsas y subvaloración pública, la presión para adaptarse a las tendencias, la dificultad para mantener la autenticidad y la originalidad, el uso poco ético de Inteligencia Artificial en el proceso creativo, la escasa o nula regulación en los derechos de autor, y por último los riesgos relacionados al uso de internet pero no necesariamente relacionados con la creatividad, como el robo de datos personales, recibir virus en el o los dispositivos, invasión de la privacidad, recibir contenidos desagradables o inadecuados, noticias falsas, fraudes financieros, ciberacoso (Asociación de Internet, 2022).

Para concluir este territorio se hace una última invitación a la reflexión que surge a partir de las ideas de Lawrence Lessig (2008), quien hace una distinción en lo que él llama, dos culturas de la creatividad y en donde las distingue en el contexto musical como amateurs y profesionales. Este autor también hace referencia entre las culturas creativas de nuestro pasado y las culturas creativas del presente, afirmando que los jóvenes entienden los derechos de autor de diferentes maneras y sobre todo que son creativos de formas antes nunca vistas y que manipulan los medios de acuerdo a sus propios fines sociales. Ahora bien, si consideramos que el autor escribió esto en el año 2008 y observamos la dirección creativa actual, no sólo en la música sino en cualquier otro contexto, podremos darnos cuenta que la tendencia de transformación del concepto creativo continúa y evoluciona, ya que las personas cada vez tienen acceso a más herramientas, más información y sus necesidades sociales y personales también se están transformando.

## **Segundo territorio: La creatividad... una visión universitaria**

Del aburrimiento surge la creatividad y la creatividad mueve el mundo, pues es la madre de la curiosidad, el arte y los inventos. Jennifer Schuessler (2010) escribió que como históricamente cada vez que la humanidad se encontraba con el aburrimiento más mortal surgía la creatividad más increíble para contrarrestar, surgiendo de esta manera muchas cosas que usamos todos los días. Algo genial de ella, es que puede venir de muchas fuentes, y por ende cuanto más fuentes, tenga uno y más variadas sean estas, más ideas diferentes tendrán a su disposición para transformar y crear cosas nuevas. Eso nos proporciona el internet y otros medios de comunicación, ideas nuevas y diferentes a lo que normalmente podemos ver a nuestro alrededor, mostrándonos ideas que no se nos habían pasado por la cabeza, errores que no habíamos visto, puntos de vista que ni imaginamos, pensamientos que no habíamos tenido, etc. Claro que esto también tiene desventajas, ya que es mucho más difícil sobresalir entre tantos trabajos creativos o ser tendencia más de unos pocos días, además que las polémicas salen en todos lados y puede afectar a cualquier persona, haciéndote dudar al momento de querer compartir lo que hemos hecho. Aun así, hay comunidades a lo largo y ancho de internet, que usan diferentes plataformas, algunas especializadas y otras no, que tiene diferentes temáticas para todos los gustos e intereses,

a veces muy raros, creando así comunidades con un mismo objetivo, siendo un campo perfecto para hacer fluir la creatividad.

Yo por ejemplo estoy en una comunidad de escritores en *Discord*, donde compartimos ideas para novelas y cuentos, aparte de pedir consejo de cómo continuar algo o mejorar un escrito ya existente, retroalimentándonos conjuntamente, sin necesidad de que haya un experto en el tema todo el tiempo. Esto nos ayuda a mejorar en esta área, ya que ponemos en práctica lo que sabemos, al mismo tiempo que aprendemos de los demás, conservando la capacidad de hacer preguntas sin sentir que alguien es superior o inferior y teniendo un ambiente más de compañerismo que en estar en una clase, agregando el hecho que tú puedes ir a tu propio ritmo. Estar en una comunidad así me ha ayudado a mejorar como escritora y cuentaista, además de darme cuenta de lo mucho que sé del tema y pudiendo ayudar a mis compañeros con ese saber, dándoles ideas y retroalimentación de vez en cuando y recibéndolo a cambio. Eso ha generado en mí, mayores ganas de seguir escribiendo y compartiendo, sabiendo que ellos van a remarcar mis errores y explicando el por qué estoy mal, sin tener ese sentimiento que están desaprobando mi trabajo, ya que a veces compartimos versiones de cómo pensamos que podría ser mejor, aceptando o rechazando las propuestas de manera sana y civilizada.

Hay otras formas menos personales para tener inspiración y creatividad en el internet, que es a través de las redes sociales, donde puedes ver una imagen, un texto, un video, etc., que lanza esas chispas para crear algo nuevo, sin que hubiera necesidad de conocer a la persona que creó eso en primer lugar. También están los que a través de las redes sociales buscan inspirar a las demás personas a crear algo nuevo, creando una comunidad que solo tienen en común seguir una misma persona, no relacionándose tanto entre ellos, pero logrando, aun así, un intercambio de ideas que suele ser más tardado, pero aun así efectivo, pues primero es necesario que el seguidor le mande o diga algo y que el seguido o *influencer* lo recalque para esparcir esa semilla de inspiración.

### **Tercer territorio: Lenguaje, imagen y la plasticidad de la metáfora**

El objetivo de este apartado es incorporar a este artículo el valor de las imágenes que cotidianamente empleamos como usuarios del lenguaje y que viven en él. Más allá de la descripción exclusiva de los sistemas lingüísticos, John Lyons, un reconocido estructuralista británico, abrevia en una pregunta esta necesaria reflexión: ¿Qué es el lenguaje? (1984, p. 1). El conjunto de respuestas que podemos acopiar conforman una postura filosófica que trasciende los aspectos técnicos y funciones para acceder a su significado; en otras palabras, ¿Qué lugar tiene el lenguaje en el debate del conocimiento humano? ¿Qué valor aporta a la humanidad para su subsistencia o progreso? y en el caso particular de este trabajo, ¿Qué sitio habríamos de otorgarle respecto a sus vínculos con las experiencias estéticas?

Desde los orígenes de la lingüística como ciencia del lenguaje, su fundador, Ferdinand de Saussure (2008) a principios del siglo XX, habló de la imagen mental como un dato fundamental que explica los constituyentes del signo. Cuando se alude al signo, existe un interés en abordar el tema del significado en general.

Esa imagen mental es indisoluble de la forma verbal o escrita y de ser caracterizada con más detenimiento, se trata de una respuesta automática en su inteligencia lingüística del hablante en el momento en que entra en contacto con ella. La también llamada por Saussure (2008) forma lingüística no se reduce al concepto general de palabra, sino que escala en los distintos niveles que estructuran el lenguaje, para este fin, es fundamental deslindar el dominio de la escritura del uso oral. Lo anterior porque es apabullante el valor otorgado a la escritura como si ésta, fuera la única dimensión a considerar. A contracorriente, puede afirmarse que la inteligencia lingüística es predominantemente, preescritural, por lo que nuestro fluir de conciencia y todo aquello que pasa por nuestra mente de manera interminable. Esta experiencia humana relacionada con el lenguaje se despliega en, al menos, ocho niveles que conforman la complejidad del lenguaje en uso. Lo anterior significa que siempre que usamos el lenguaje algo pasa por nuestras mentes.

Posterior a este aporte teórico, era posible deslindar como una respuesta cognitiva, es decir, cada forma lingüística en uso puede desentrañarse y dar cuenta de lo que provoca en nuestras mentes. Dicho con ejemplo, todas las veces que escuchemos la palabra agua que se transcribe fonéticamente como [águ], tiene lugar en nuestra mente, una figura que permite diferenciar ese referente de otros a los que se le oponen por no compartir los mismos rasgos, así se produce el significado (Leech, 1977). Con los avances de la Semántica en desarrollos posteriores a la herencia de Saussure, Jakendoff (1990) habla de una *estructura conceptual* un paso delante de lo que sigue siendo una huella gráfica en nuestra memoria a corto, mediano y largo plazo para movernos en la realidad con el lenguaje que motiva en nuestro almacén de ideas, una palabra. Si esto logra una forma escrita que aparece entre vacíos, mucho más será posible cuando se trata de una frase compleja o, para los intereses de este apartado, una metáfora. En otras palabras, el lenguaje funciona plásticamente; nuestra experiencia con la realidad.

Con base a lo que argumentan Akmajian, Demers, y Harnish (1984) cuando aludimos al *lenguaje* lo entendemos como un código basado en una doble articulación. A este lo constituyen dos amplios niveles; en el primero, está un conjunto de elementos finitos, es decir sonidos/letras del alfabeto, y en el segundo, otro conjunto infinito de elementos, lo que refiere a los textos/ideas (Chomsky, 1978). Esta cualidad, se opone, en una justa proporción a las formas con las que las especies animales interactúan, –no se dijo lenguaje animal, tal cosa no existe, la categoría más exacta es, sistema de comunicación animal– pues si se analiza su composición, observamos que se encuentra en la primera articulación. Un primer ejemplo sería la danza de la abeja para convocar a sus congéneres del panal a libar una fuente de néctar que puede rastrear a 10 kilómetros a la redonda y dibujar geométricamente, o bien, en el caso de las aves con el acoso en tropel que advierte la presencia de un depredador agazapado en una rama alta y para intimidarlo, un miembro de la especie emite un sonido que masivamente recluta a sus iguales para amedrentar y hacer huir a esa lechuza o búho que se saborea a los indefensos pichones. En ambos casos y cualquier otro que se refiera proveniente de un animal, el mensaje vale como un todo, es una pieza que funciona monolíticamente; no es posible segmentarlo para otorgarle un significado a sus componentes y mucho menos, colocar esas subunidades en nuevas estructuras.

Precisamente, en este salto cuántico entre la primera articulación animal y la segunda articulación del lenguaje humano, es posible explicar la distancia entre la inteligencia verbal y

no verbal. Esta diferencia es convenientemente desarrollada por Maturana y Varela (1994), quienes insisten en que las especies animales cuentan con formas de organización mental no lingüística; en otras palabras, sí existen hechos cognitivos que no están cifrados en esa doble articulación.

El lenguaje es el rasgo que caracteriza a los humanos del resto de los seres vivos. En el reino animal las acciones comunicativas no tienen el estatus de lengua y es Charles Hockett (1961) quien ofrece un esquema en el que contrasta el lenguaje humano y los sistemas de comunicación animal más estudiados que en publicaciones posteriores se centran en: las abejas, los monos y las aves (Akmajian, Demers y Harnish, 1984). La necesidad de delimitar los límites entre el animal y el ser pensante se debe a cómo la lingüística es un saldo pendiente para comprobar la teoría de Darwin en donde a toda cosa, habría que encontrar un *continuum* evolutivo, pues según se ha reconstruido el mamut histórico de las lenguas, o como diría Mauricio Swadesh el “amanecer del habla humana” (1966, p. 16), el hombre siempre ha hablado y ha hecho uso de un código extremadamente complejo (Diamond, 1974).

Lo anterior implica que no hay protolenguajes, ni semilenguajes que pudieran materializar una evidencia evolutiva de la especie humana. Cuando los europeos emprendieron expediciones antropológicas en tierras ignotas, albergaron la esperanza de encontrar una tribu entendida como primitiva que fuera usuaria de una lengua en una fase de evolución anterior a las estructuras de las lenguas indoeuropeas (Swadesh, 1966) pero el resultado siempre fue el mismo: la complejidad de las lenguas erróneamente llamadas primitivas vistas desde la modernidad e industrialización además de salirse de la lógica indoeuropea, sin declinaciones, acusaban una estructura ajena a la de la lingüística descriptiva hasta el momento.

Dado que el centro de discusión en este apartado es descifrar brevemente la presencia de imágenes plásticas en la mente de los hablantes y el papel del lenguaje en este proceso, es necesario clarificar conceptualmente que nos referiremos a los códigos lingüísticos humanos, lo que nos abre a profundos enigmas, por el momento inalcanzables que nos imposibilitan explicar si en las otras especies tienen lugar las mismas operaciones plásticas que ejerce el humano.

En el debate estético-lingüístico es fundamental distinguir las corrientes que explican el valor y significado del lenguaje en el trayecto civilizatorio sin perder de vista su componente sensorial, pues la lengua es el más valioso cúmulo de la memoria histórica, de las tradiciones, creencias y primer bien de la inteligencia humana. En este apartado se propone la metáfora como la materialidad que permite la experiencia plástica del lenguaje, lo que nos coloca ante la distancia entre signo y símbolo, a considerar.

Por un lado, se entiende que el signo es arbitrario, se aprende, todo el alfabeto es un ejemplo de cómo primero son los sonidos y después las letras. No hay nada en su propia estructura que permita explicarse por sí mismo. Por otro lado, se considera que el símbolo se asemeja visualmente al objeto de la realidad que representa, es decirreferente, tiene un grado de convencionalismo o bien llamado prototipo, se descifra a sí mismo por la imagen y su similitud con el objeto al que alude.

En el necesario paso de definirla, la metáfora es la inserción de una nota, en un contexto al que no le pertenece, según Lakoff y Johnson (1995). La esencia de estos autores puede

abreviarse en el hecho de que no es necesario ser poeta para usar el sentido figurado, pues existe una idea preconcebida que metaforizar es habilidad exclusiva de la retórica poética. En este apartado se defiende el hecho de que todo el día metaforizamos sin darnos cuenta y que cada una de estas experiencias con el lenguaje generan una imagen mental plástica, que nos permite decir de manera más simple, que el lenguaje conlleva un componente plástico por la respuesta psicolingüística que provoca (Anula Rebollo, 2002).

Aquí reflexionaremos sobre la presencia de este sistema de imágenes que más allá de una perspectiva ornamental o estética, tiene como raíces el continuo de la inteligencia humana y el pensamiento complejo. Una buena parte de las ideas que aquí se exponen provienen de la obra *Metáforas de la vida cotidiana* (Lakoff y Johnson, 1995).

¿Por qué es útil la metáfora? Porque resuelve la comunicación humana y la hace más sutil, propone diversas formas de expresar un conjunto de ideas que pueden comprimirse y cruzarse en al menos, dos territorios de lógicas que se comparten, por ejemplo, un globo que puede explotar y representa una jaqueca cuando decimos: me va reventar la cabeza, de esta manera, generamos un impacto en el receptor del mensaje que no sólo nos ahorra palabras para pormenorizar lo que nos aqueja, sino que nos permite una expresión intensa y vívida. La metáfora es plástica también cuando materializa una visión cultural: lo hizo con los pies cuando percibimos algo mal hecho o descuidado, puesto que, en la cultura occidental, los pies y lo relacionado con el suelo, es visto como algo rastrero e indigno –no así, por ejemplo, en la cultura oriental, que es sublime–. Incluso, la potencia de la metáfora vive en conflictos históricos que en la nación mexicana contraponen la identidad indígena con la mestiza cuando decimos: me quiso ver el nopal en la cara en tanto alude a una especie vegetal que representa la identidad indígena. En tal sentido es preciso decir que sin la metáfora el lenguaje sería más pesado, además, todas las lenguas en el planeta tienen metáforas, lo que le da un carácter universal.

La necesidad de visibilizar la metáfora en un proyecto teórico más amplio de descubrimiento del lenguaje en su uso pleno, obliga tener presentes los siguientes principios. En primer lugar, evitar la consideración del código lingüístico simplemente como un medio, es cuando es visto como un vehículo para comunicar contenidos, desprovisto de cualquier papel transformador de la realidad. Este matiz es el que prevaleció incluso, en los estudios antropológicos del mismo Mauricio Swadesh: “El lenguaje es un instrumento de comunicación entre los hombres. En esto es igual a buena parte de los instrumentos y técnicas de trabajo empleados por el ser humano” (1966, p. 14). Hasta que llegó la teoría de la enunciación para desmontar la visión monolítica del lenguaje. Por su parte para Catherine Kerbrat-Orecchioni:

[...] la noción de «lengua común» desempeña un papel ideológico bien preciso: sirve para enmascarar bajo la apariencia euforizante de una armonía imaginaria la existencia de tensiones, enfrentamientos y opresiones muy reales: negar la existencia de esas tensiones significa de hecho un intento de conjurar, por el desvío del lenguaje, las diferencias sociales (1986, p. 22).

La perspectiva meramente instrumental del lenguaje es aquella que lo convierte en una mercancía utilitaria que facilita la comunicación, pero como se intenta discutir en este tra-

bajo, es algo más que simple vehículo, es la práctica misma de la creatividad y la inteligencia plástica. De hecho, el esquema tradicional basado en emisor-receptor-código-contexto ha malbaratado la complejidad del fenómeno de la comunicación. Un modelo ampliado del esquema lo ofrece la ya referida Kerbrat-Orecchioni (1986) cuando sustituye comunicación por enunciación y la oposición entre las designaciones emisor-receptor la disuelve en una circularidad, en donde en el intercambio de los sujetos juegan simultáneamente en sí mismos esos dos roles. Para Kerbrat-Orecchioni (1986) “La doble actividad de la producción/reconocimiento instala las dos funciones de emisor y de receptor, complicadas por el hecho de que todo emisor es simultáneamente su propio receptor y todo receptor un emisor en potencia” (p. 19) esta frase nos deja en claro que la dupla emisor-receptor es un reduccionismo de la teoría de la comunicación, pues aunque aparentemente existe una concesión de turnos en donde uno habla y el otro calla, esos roles durante el uso del lenguaje son una experiencia simultánea debido a que al hablar, también somos emisores de nosotros mismos, lo que nos permite calibrar lo que vamos diciendo. Al mismo tiempo, aquel que consideramos que nos escucha, no tenemos la certeza que realmente lo esté haciendo en la totalidad de nuestro mensaje.

Por otro lado, visibilizar la simplificación del término código, es otra de las fugas epistemológicas del modelo tradicional de la comunicación, pues se formula como un monolito sin variantes en tanto presupone que hablar el mismo idioma va a garantizar que el mensaje se vaciará incólume en un contenedor hueco que recibe el contenido; a lo que la autora concluye que la persistencia de la ilusión de una homogeneidad de código desdibuja las diferencias y tensiones propias de la comunicación, y disimuladamente, excluye las hablas minoritarias, marginales o divergentes y por qué no, las variantes individuales o bien, capacidades personales de codificación. Como podrá apreciarse, existe una suerte de decreto semántico que simplifica la complejidad de la comunicación, se instaure y reproduce por la obediencia incuestionable sobre todo de los expertos en comunicación, en cuya agenda, es necesario considerar el tema de las imágenes mentales que provoca la metáfora. Por último, es preciso mencionar que el lenguaje es praxis, afirmación que se apoya en la teoría de los actos de habla en donde su función comunicativa es el primer hecho a considerar; no es neutral, es una acción transformadora en sí misma. El papel del lenguaje es movilizar la acción humana, no es un agente pasivo, provoca una transformación en su día a día en cada uno de los seres que lo usan y que como se ha intentado analizar en este apartado, es un eje vertebral de la inteligencia civilizatoria.

## Conclusiones

A manera de conclusiones es posible argumentar que el ser humano contemporáneo a pesar de vivir con un sobre-estímulo tecnológico y de recibir una sobrecarga de información, está manifestando un mecanismo metabólico y de supervivencia, porque para procesar todo este universo de contenidos a los que los individuos y especialmente los jóvenes y los niños están expuestos, finalmente se ven reducidos a una operación de creatividad, porque tienen que aprender a seleccionar, porque es demasiada información, nadie hasta el

momento puede manejarla toda, pero hay que tener en cuenta que al seleccionar también es posible generar un nuevo contenido creativo, algo nuevo. Es muy importante recordar que la creatividad no es exclusivamente un artefacto ornamental, no es una cualidad sutil del hombre, la creatividad ha estado anclada al proceso de supervivencia desde el principio de los tiempos cuando los primeros habitantes de esta tierra se ingeniaban la manera de bajar frutas de los árboles utilizando ramas. Es por ello, que nosotros concluimos que la tecnología, el internet y las redes sociales son una herramienta más para los individuos, que ofrecen nuevas opciones para que desarrollen nuevos productos creativos, y con estas acciones, de alguna manera se están ahorrando este sentido histórico y civilizatorio de supervivencia. Es por todo lo anterior, que se sugiere fomentar la conciencia de que lo importante es vivir el proceso creativo, buscar el equilibrio entre el uso de los recursos tecnológicos y los recursos humanos, usando las herramientas tecnológicas con ética y responsabilidad.

## Referencias bibliográficas

- Akmajian, A., Demers, R., Harnish, R. (1984). *Lingüística: una introducción al lenguaje y la comunicación*. Madrid: Alianza.
- Anula Rebollo, A. (2002). *El ABC de la psicolingüística*. Madrid: Arco Libro.
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large. Cultural dimensions of globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Asociación de Internet (2022). *18° Estudio sobre los Hábitos de Personas Usuarías de Internet en México 2022*. Ciudad de México. Obtenido de <https://irp.cdn-website.com/81280eda/files/uploaded/18%C2%B0%20Estudio%20sobre%20los%20Habitos%20de%20Personas%20Usuarías%20de%20Internet%20en%20Mexico%202022%20%28Publica%29%20v2.pdf>
- Chomsky, N. (1978). *Estructuras sintácticas*. México: Siglo XXI.
- Diamond, A. (1974). *Historia y orígenes del lenguaje*. Madrid: Alianza.
- Hockett, C. (1961). Linguistic Elements and their relation. *Scientific American*, 89-97.
- Jakendoff, R. (1990). *Semantic Structures*. EU: Mit Press.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1986). *La enunciación. De la subjetividad del lenguaje*. Buenos Aires: Hachette.
- Lakoff, G., y Johnson, M. (1995). *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Alianza.
- Lawrence, L. (2008). *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. New York: Penguin Press.
- Leech, G. (1977). *Semántica*. Madrid: Alianza Editorial.
- Lyons, J. (1984). *Introducción al lenguaje y a la lingüística*. Barcelona: Teide.
- Mareovich, F. (2022). La imaginación y sus vínculos con la creatividad. Un análisis teórico desde la. *Revista de Psicología.*, 18(35), 84-89.
- Maturana, H., & Varela, F. (1994). *El árbol del conocimiento. Las bases biológicas del entendimiento humano*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria S.A.
- Saussure, F. (2008). *Curso de lingüística general*. México: Siglo XXI.

Schuessler, J. (21 de Junio de 2010). Our Boredom, Ourselves. *The New York Times*.  
Swadesh, M. (1966). *El lenguaje y la vida humana*. México: FCE.

---

**Abstract:** Democratization in speeches is already a reality. Thanks to the Internet, the barriers of time and space in communication have been vanishing more and more and at the same time have opened up previously unimaginable possibilities. Anyone with access to the basic package (internet and a smartphone) can communicate to the world whatever they are thinking, can ask for help, declare their love, their new identity or stand up in protest, while being able to do get that message to people anywhere on the globe. However, let us remember that this basic communication package also allows access to the publications of millions of people around the world, thus having the opportunity to know, learn, dream, reflect, aspire and, among many other things, use a baggage of ideas and concepts that would not have been within your reach without this Internet resource to create new proposals. This document takes up the ideas of the renowned anthropologist and sociologist Arjun Appadurai who has studied the influence on people of globalization and modernization to explore the relationship of Information and Communication Technologies with creativity.

**Keywords:** Arjun appadurai - ICTs and creativity - communication and social networks - social networks and creativity - communication and creativity.

**Resumo:** A democratização nos discursos já é uma realidade. Graças à Internet, as barreiras de tempo e espaço na comunicação estão desaparecendo cada vez mais e, ao mesmo tempo, abrindo possibilidades antes inimagináveis. Qualquer pessoa com acesso ao pacote básico (internet e smartphone) pode comunicar ao mundo o que está pensando, pode pedir ajuda, declarar seu amor, sua nova identidade ou protestar, podendo fazer chegar essa mensagem a pessoas em qualquer lugar do globo. Porém, lembremos que este pacote básico de comunicação também permite o acesso às publicações de milhões de pessoas ao redor do mundo, tendo assim a oportunidade de conhecer, aprender, sonhar, refletir, aspirar e, entre muitas outras coisas, utilizar uma bagagem de ideias e conceitos que não estariam ao seu alcance sem esse recurso da Internet para criar novas propostas. Este documento retoma as ideias do renomado antropólogo e sociólogo Arjun Appadurai, que estudou a influência da globalização e da modernização sobre as pessoas para explorar a relação das tecnologias de informação e comunicação com a criatividade.

**Palavras-chave:** Arjun appadurai - TICs e criatividade - comunicação e redes sociais - redes sociais e criatividade - comunicação e criatividade.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]

---