

Entre la visibilidad y la resistencia: Una política de comunicación para Teknokultura

^{ENG} Between visibility and resistance:
A communication policy for Teknokultura

Lucía Benítez-Eyzaguirre

Universidad de Cádiz (España)  

Juan Antonio Roa-Domínguez

Universidad de Cádiz (España)  

Marta García-Angulo

Universidad Autónoma de Madrid (España)  

Javier de Rivera Outomuro

Universidad de Vigo (España)  

<https://dx.doi.org/10.5209/TEKN.105964>

Recibido: 12 de noviembre de 2025 • Aceptado: 12 de noviembre de 2025

Cómo citar: Benítez-Eyzaguirre, Lucía, Roa-Domínguez, Juan Antonio, García-Angulo, Marta y de Rivera Outomuro, Javier (2026). Entre la visibilidad y la resistencia: Una política de comunicación para *Teknokultura, Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 23(1), 1-2. <https://dx.doi.org/10.5209/tekn.105964>

1. La comunicación como resistencia: Repensar las redes, recuperar la autonomía

Teknokultura surge con el propósito de ampliar el espacio académico dedicado al desarrollo tecnológico y los conflictos sociales asociados a él. En los últimos quince años hemos participado en la discusión crítica de las transformaciones tecnosociales más relevantes: la ambivalente influencia de las redes en los movimientos sociales, las nuevas formas de vigilancia, el auge del capitalismo digital, la propiedad intelectual y, más recientemente, la inteligencia artificial. En el presente editorial queremos replantearnos nuestra estrategia de comunicación para que el modo en que damos visibilidad a los trabajos que publicamos vaya acorde con nuestra principal razón de ser.

No entendemos la difusión científica como un trámite ni la transferencia como una fórmula vacía, sino como una práctica situada, crítica y comprometida con lo común. Comunicar es tomar posición: frente a la velocidad, elegimos la reflexión; frente a la saturación, la escucha; frente a la espectacularización del saber, la construcción colectiva del conocimiento. En un entorno mediado por algoritmos, plataformas y dependencias tecnológicas, repensar la estrategia de comunicación se transforma, también, en una forma de resistencia.

Comunicar críticamente es disputar la infraestructura, habitar los medios de otro modo y sostener la ciencia abierta, libre y socialmente comprometida. Con este horizonte, el equipo de comunicación de *Teknokultura* propone un proyecto coherente con nuestra línea editorial y nuestras circunstancias materiales. La elección de qué redes utilizar, cómo y para qué, se convierte en una decisión política.

Este nuevo posicionamiento en redes se apoya en un principio de coherencia: estar donde el diálogo sea posible y retirarnos, de forma paulatina, de los espacios dominados por la lógica extractiva y la volatilidad algorítmica. Por eso combinamos una presencia estructural en LinkedIn y Mastodon, donde queremos cultivar una conversación profesional, social y crítica, con una presencia de transición en Bluesky, que nos permite mantener el vínculo con comunidades que aún se desplazan desde las plataformas tradicionales. Este paso intermedio acompaña la retirada progresiva de redes como X (Twitter) o Instagram, que mantenemos solo de manera táctica, mientras reforzamos nuestra autonomía comunicativa en entornos más estables y éticos. Este modelo permite cuidar el equilibrio entre visibilidad y sostenibilidad, evitando la dispersión comunicativa y preservando la coherencia de nuestra identidad editorial. La decisión de reducir la presencia en redes comerciales, como X o Instagram, hasta salir de ellas

a medio plazo y buscar entornos descentralizados como Mastodon, persigue mantener una presencia táctica y crítica en estas plataformas sin someterse a su lógica comercial. De hecho, hacerlo puede reforzar el discurso de resistencia desde dentro.

Otras redes académicas, como Academia y ResearchGate, gozan de una posición privilegiada como herramientas de difusión para las investigaciones. Pero su lógica no reconoce el trabajo gratuito y desinteresado de las personas investigadoras que contribuyen a dotarlas de contenido. Cuando subimos nuestros artículos a estas plataformas, estamos reduciendo el número de visualizaciones y descargas totales contabilizados en las revistas, indicadores clave para la indexación y factor de impacto, que acaba repercutiendo negativamente en las acreditaciones a los méritos docentes. Se trata de redes específicas de contenidos académicos, pero cuentan con un modelo de suscripción *premium*, que atenta contra la filosofía de transparencia y accesibilidad de la ciencia abierta.

Nuestra elección de LinkedIn es estratégica ya que apostamos por un entorno más estable y transparente, para alejarnos en lo posible de la mercantilización de los datos y la centralidad de los algoritmos. Su modelo, inscrito en un marco profesional e institucional, no depende tanto de la publicidad y sus dinámicas, por lo que permite sostener conversaciones más reflexivas y confiables. En este espacio confluyen empresas, instituciones públicas, organizaciones sociales y comunidades expertas que se nutren del intercambio de ideas y saberes, que pocas veces se aprovecha desde la academia. Por eso, LinkedIn permite conectar la investigación con los ámbitos donde se toman decisiones, se formulan políticas y se transforman prácticas. Su modelo económico, basado en membresías y servicios profesionales, ofrece un entorno más estable. Además, el hecho de que sus APIs sean abiertas y los datos se presenten tal como los comparten las personas usuarias refuerza su utilidad en el ámbito científico para dialogar con los sectores profesionales.

En este momento, BlueSky puede parecer una alternativa atractiva, pero la memoria nos previene: no es la primera vez que una red aprovecha su imagen de apertura hasta ganar base social, para implementar luego modelos de apropiación de datos y dependencia tecnológica que buscan maximizar el beneficio empresarial. Por ello, apostamos por una transición hacia espacios autogestionados como la red federada Mastodon que, pese a su limitada difusión, encarnan de manera más coherente nuestros valores de autonomía, descentralización

y sostenibilidad. *Teknokultura* se reafirma en el uso táctico de las herramientas. Por ello, mantenemos esta doble estrategia entre medios estructurales como Mastodon o LinkedIn, y otros tácticos con presencia mínima y significativa allí donde consideramos que las plataformas pueden ser la interfaz de acceso a nuevos públicos.

La experiencia también nos anima a avanzar en la soberanía tecnológica y, en este camino de investigación y experimentación que ha conducido a repensar nuestra estrategia de comunicación, también hemos tratado de automatizar procesos y de conciliar con el software libre, para simplificar el trabajo de diseño de los posts y que se adapten a los diferentes formatos de las redes. Sin embargo, las barreras económicas, las restricciones de acceso a las APIs y los modelos de negocio basados en la 'tokenización' evidencian hasta qué punto la promesa de una tecnología libre se aleja y choca con las lógicas de rentabilidad y concentración del poder de las grandes empresas tecnológicas que intervienen cada vez más en Internet.

En un contexto en el que los recursos económicos, materiales, técnicos y personales son escasos, cada número de *Teknokultura* se construye a costa de un enorme esfuerzo colectivo en su edición y publicación. La estrategia reconoce los límites materiales del equipo editorial, en coherencia con los cuidados, y evita la sobrecarga de trabajo y comunicativa que suele derivarse de mantener múltiples canales activos. Con la mirada hacia el futuro, seguimos explorando nuevas formas de transferencia creativa, que ya ha dado lugar a una nueva sección de videoensayos, y que planteamos ampliar con otras iniciativas, como una *newsletter*, un pódfcast y otras formas al amparo de la conexión digital con la sociedad.

Nuestra política de comunicación no busca visibilidad a cualquier precio, sino coherencia entre los medios que empleamos y los fines que defendemos. Sin embargo, su mayor desafío será convertir esa coherencia ética en una práctica comunicativa eficaz, capaz de conectar con públicos diversos sin diluir su posicionamiento político. El equilibrio entre resistencia y visibilidad, entre lentitud y conexión, entre coherencia y apertura, será la clave.

2. Disponibilidad de datos

Benítez-Eyzaguirre, Lucía., Roa-Domínguez, Juan Antonio., García-Angulo, Marta y de Rivera-Otomuro, Javier. (2025). Guía de comunicación de *Teknokultura*. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17588824>