

La eco cámara algorítmica: el impacto de Amazon en el consumo cultural y el pensamiento crítico

Oriol Masferrer

Máster en Periodismo (Instituto IL3 de Formación Continua, Universidad de Barcelona), Máster en Creación Literaria y Máster en Comunicación Corporativa y Estratégica (Universitat Pompeu Fabra, Barcelona).
<https://orcid.org/0009-0000-0769-2036>
 oriolgrz@gmail.com

RESUMEN

Este ensayo examina la profunda influencia de Amazon en el consumo cultural, incidiendo en su impacto en los espacios tradicionales del conocimiento como las bibliotecas y las librerías. Partiendo de la afectación en el individuo de los algoritmos de recomendación de Amazon, que tienden a la retroalimentación, en contraposición a la figura tradicional del librero, se analizan las consecuencias que esto tiene en la capacidad de libertad y autoconciencia del individuo. Esta relación se explora desde la obra, *Contra Amazon*, de Jorge Carrión, planteando las implicaciones de Amazon en el consumo cultural, el pensamiento crítico, la libertad de elección, la posibilidad del individuo de tomar una decisión consciente y la constricción de los horizontes intelectuales en un espacio predominantemente digital.

Palabras clave: Algoritmo, Amazon, capitalismo, consumo, cultura, filosofía, libro, librero, pensamiento crítico, usuario cultural, venta de libros.

The algorithmic echo-chamber: the impact of amazon on cultural consumption and critical thinking

ABSTRACT

This essay evaluates Amazon's profound influence on cultural consumption, focusing on its impact on traditional knowledge spaces such as libraries and bookstores. Based on the effect on the individual of Amazon's recommendation algorithms, which tend towards feedback, compared to the traditional figure of the bookseller, the consequences that this has on the individual's capacity for freedom and self-awareness are analyzed. This relationship is explored based on the book *Against Amazon*, by Jorge Carrión, raising the implications of Amazon on cultural consumption, critical thinking, freedom of choice, the possibility of the individual to make a conscious decision and the constriction of intellectual horizons in a predominantly digital space.

Keywords: Algorithm, Amazon, capitalism, consumption, culture, philosophy, book, bookseller, critical thinking, cultural user, book sales.

A eco câmara algorítmica: o impacto da Amazônia no consumo cultural e no pensamento crítico

RESUMO

Este ensaio examina a profunda influência da Amazônia no consumo cultural, concentrando-se em seu impacto nos espaços de conhecimento tradicional, como bibliotecas e livrarias. Partindo do impacto no indivíduo dos algoritmos de recomendação da Amazon, que tendem ao feedback, por oposição à figura tradicional do livreiro, analisam-se as consequências que isso tem na capacidade de liberdade e autoconsciência do indivíduo. Esta relação é explorada através da obra *Contra Amazon*, de Jorge Carrión, levantando as implicações da Amazônia no consumo cultural, no pensamento crítico, na liberdade de escolha, na possibilidade do indivíduo tomar uma decisão consciente e na constrição de horizontes intelectuais. espaço predominantemente digital.

Palavras-chave: Algoritmo, Amazon, capitalismo, consumo, cultura, filosofia, livro, livreiro, pensamento crítico, usuário cultural, venda de livros.

1. INTRODUCCIÓN

La cultura como espacio colectivo constituye una identidad y un sentir común, desde el que se edifica el individuo. Específicamente, la literatura como cultura escrita, implica un tejido cultural de librerías, bibliotecas, editoriales, en las que confluyen diferentes esferas de alteridad, en las que cimienta la individualidad del sujeto o, por lo menos, la posibilidad de ejercitar la búsqueda de encontrarla. El consumo cultural es el ejercicio de esta indagación en la que se construye el yo, por lo que es en este proceso en el que se define una mayor o menor autoconciencia, que es la que posibilita un mayor o menor grado de libertad.

Los sistemas culturales tradicionales, entre los que se incluyen las librerías, bibliotecas y editoriales, han posibilitado la democratización de la lectura y el conocimiento, que son los pilares de una sociedad democrática. Sin embargo, con la aparición de gigantes digitales como Amazon, que, mediante precios más bajos, la inmediatez de los envíos y algoritmos de recomendación que se retroalimentan en nuestros gustos, el sistema cultural tradicional se está viendo amenazado.

Por este motivo, este ensayo pretende establecer que hay una relación estricta entre la posibilidad de que el individuo ejerza una mayor libertad y autoconciencia y la proliferación de los gigantes digitales como Amazon, que puede quedar diezmada debido a su intromisión en el tejido cultural literario. Esto se debe a que las librerías, editoriales y bibliotecas son afectadas negativamente por esta intromisión. Para esta investigación, se parte del ensayo *Contra Amazon*, del escritor Jorge Carrión.

Asimismo, se pretende tener en cuenta la afectación en el individuo de los algoritmos de recomendación de Amazon, que tienden a retroalimentarse con los gustos de este, en contraposición a la figura tradicional del librero. Teniendo en cuenta las consecuencias que esto tiene en la capacidad de libertad y autoconciencia del individuo, junto con las implicaciones del gigante digital en el consumo cultural, el pensamiento crítico, la libertad de elección, la posibilidad del individuo de tomar una decisión consciente y la creciente constricción de los horizontes intelectuales en un espacio predominantemente digital, se plantea el siguiente interrogante: ¿qué

consecuencias tiene esto y qué margen dejan para la capacidad de libertad y autoconciencia del individuo?

2. EL ALGORITMO Y AMAZON: EFECTOS EN EL CIRCUITO CULTURAL

Ante la pregunta de para qué sirve la cultura, hay que remitirse a las estadísticas, que apuntan a que un mayor índice de alfabetización reduce la criminalidad (Carrión, 2019, p. 34). Este es un planteamiento que quedó evidenciado en la investigación de Lochner y Moretti, que demostró que la educación puede cambiar el comportamiento y las percepciones de las personas, reduciendo su propensión a cometer delitos (Lochner & Moretti, 2004, pp. 155-189). Por ende, si defendemos sociedades con un sistema cultural fuerte, estaremos creando sociedades más seguras para todos. De esta forma, se podría deducir que aquellos agentes que debilitan el sistema cultural, amenazan la paz y el pacto social en el que transcurre la vida cotidiana.

Una amenaza vigente al circuito cultural es el gigante digital Amazon, que -tal y como establece el ensayo *Contra Amazon-* incurre en: (I) la expropiación simbólica del concepto de libro con el Kindle y de lugares significativos a nivel cultural para establecer sus centrales; (II) una deshumanización incremental empujada por la persecución de la eficiencia extrema; (III) primar la rentabilidad y visibilidad a cualquier producto sin importar si su contenido es ético; (IV) protagonizar una hegemonía expansiva y consolidación como neo imperio en detrimento de nuestras libertades digitales, tanto por el uso de nuestros datos como por sus algoritmos de solipsistas de recomendación; (V) falta de privacidad implícita al leer con Kindle, ya que Amazon sabe hasta qué frases subrayamos, y estos datos pueden utilizarse para fines comerciales; (VI) falta de espacios literarios y la inmediatez absoluta de compra de Amazon, que solo garantizan una experiencia de lectura muy pobre, y (VII) porque obviar a este nuevo orden impuesto por grandes gigantes como Amazon sería pura ingenuidad (Carrión, 2019, pp. 12-21).

En consecuencia, una de las principales implicaciones de la entrada de grandes corporaciones y multinacionales como Amazon en el circuito cultural es la mercantilización de la cultura. Un proceso en el que prima la rentabilidad, la eficiencia y la rapidez, frente a la calidad, la profundidad y la personalización que esta búsqueda requiere para la construcción de una identidad cultural colectiva e individual. Esto es consecuencia de lo que Habermas define como las leyes del mercado entrando a gobernar el mundo de la cultura:

When the laws of the market governing the sphere of commodity exchange and of social labor also pervaded the sphere reserved for private people as a public, rational-critical debate had a tendency to be replaced by consumption, and the web of public communication unraveled into acts of individuated reception, however uniform in mode. [...] Thus, discussion seems to be carefully cultivated and there seems to be no

barrier to its proliferation. But surreptitiously it has changed in a specific way: it assumes the form of a consumer item.” (Habermas, 1989, pp. 175,178).

La mercantilización de la cultura eleva a las masas hasta dicha cultura, pero termina por generar una uniformización de la experiencia individual y estandarización de los bienes culturales en comodidades de consumo. Sin embargo, tiene un efecto altamente positivo, que es el de democratizar la cultura y permitir que cualquiera pueda participar de ella. No obstante, conforme se exagera esta relación en el modo en lo que lo hace Amazon, se lleva a la cultura a ser puramente un objeto de consumo más, siendo mediatizado por la interfaz de la plataforma y las recomendaciones algorítmicas. Así, lo que Guy Debord definió como la sociedad espectáculo, evoluciona hacia el espectáculo del consumo, terminando por establecer una relación social entre las personas, que las mediatizada mediante imágenes adscritas al entretenimiento masificado en vez de hallar una identidad propia (Debord, 1967, pp. 12, 34, 35, 37).

La pérdida de la dimensión humana representada por el librero y que es sustituido por el algoritmo de Amazon, conlleva que la prescripción cultural adquiera un nuevo relato que deja de ser el de la calidad o valor cultural por el de mercado y el del marketing programático. Como bien apunta Carrión en *Contra Amazon*, esto se debe a que

en Amazon no hay librereros. La prescripción humana fue eliminada por ineficaz. Por torpedear la rapidez, el único valor de la empresa. La prescripción está en manos del algoritmo. [...] La máquina convierte al cliente en prescriptor. *Los clientes que compraron este producto también compraron*...” (pp. 16-17).

Esta pérdida de relato que es propia de la sociedad contemporánea actual, puede leerse en el caso de Amazon como una expresión hiperbólica de la cultura postmoderna. Las grandes narrativas que solían unificar y dar sentido a la cultura se han perdido, dando paso a una multiplicidad de juegos del lenguaje o discursos que conviven sin una jerarquía marcada (Lyotard, 1984, pp. 31-33).

Sin embargo, en la era de la digitalización y globalización de Amazon, el algoritmo de recomendación, genera una infinidad de recomendaciones personalizadas, que fragmentan y erosionan el circuito cultural tradicional, disolviendo los metarelatos hacia un criterio único que es el del mercado. Por lo tanto, se podría decir que se avanza hacia una serie de micronarrativas individualizadas, que puede implicar una pérdida de la cohesión cultural y del pensamiento crítico, ya que el algoritmo recomienda lo que los datos indican que el usuario quiere comprar y no lo que puede enriquecerle a nivel cultural.

3. LAS LIBRERÍAS Y EL LIBRERO: ATENCIÓN PERSONALIZADA AL LECTOR Y CREACIÓN DE LA COMUNIDAD CULTURAL

La librería no es solamente un espacio para el libre comercio de libros, sino que junto con sus librereros también son “nodos de una red que le da a la metrópolis otro sentido” (Carrión, 2019, p. 58). En torno a las librerías se genera una comunidad cultural, tanto de lectores como de escritores, que enriquece tanto a la metrópolis como al circuito cultural. Así, el librero adquiere la categoría de dinamizador cultural, tanto por su condición de prescriptor de libros, como por los eventos culturales y la comunidad que se genera alrededor de las librerías

Hay algunas de estas interconexiones culturales, que se dan por puro azar, como es el caso del escritor y anterior director de la Biblioteca Nacional de Argentina, Alberto Manguel, que de joven trabajando como librero conoció a Borges, y su relación con él le llevó a adquirir una gran determinación para ser escritor y trabajar en el mundo de la cultura (Carrión, 2019, pp. 68-69). Otras veces, pueden ser producto de la paulatina expansión y edificación del entramado cultural, como es la creación del grupo Suburbano de escritores latinoamericanos en Miami, que ha impulsado la creación de una comunidad de autores/as en lengua hispana en la ciudad. Asimismo, esta identidad adscrita a unas raíces lingüísticas y culturales, converge en una librería, que termina por ser su cónclave y lugar de encuentro:

<<¿Por qué no abre una sucursal Altamira en el Doral?>>, le pregunto a Carlos Souki, dueño de la única librería que vende libros en español en Miami, situada en Coral Gables. “Porque no nos interesa centrarnos en los lectores venezolanos, aunque nosotros lo seamos, y aquí, entre Books and Books y Barnes & Noble, es dónde vienen los lectores de nuestro idioma de la ciudad, por eso nos interesaba estar aquí [...] <<Y aquí descubrimos que había un público insatisfecho, pero a la inversa, de literatura en español, por eso importamos libros de España, México, Colombia y, hasta hace poco Argentina, para que todas esas personas puedan tener acceso a lo que les interesa>>.” (Carrión, 2019, p. 65).

Asimismo, la figura del librero es crucial como prescriptor cultural, al recomendar libros que puedan ser útiles, relacionados con los gustos e intereses del lector, o quizás sugiriendo algunos que este nunca llegaría a plantearse. El librero debe ser, en definitiva, alguien que conoce los libros que vende y con quien se puede hablar de libros, aportando, con sus conocimientos, un mayor rango de selección al lector (Carrión, 2019, pp. 69-70). Si bien el librero tiene como objetivo vender libros, no va a recomendar solo con los gustos retroalimentados por los datos del lector, sino que va a entablar un diálogo con éste que invita a la reflexión, la búsqueda y al descubrimiento.

Esto se debe a que es en el acto de comunicación, en el que se da la auténtica experiencia de interacción humana, en el que se reconoce tanto la individualidad y unicidad del otro como la propia, ya que “cuando se dice Tú, se dice al mismo tiempo el Yo del par verbal Yo-Tú” (Buber, 1982, p. 7). Esta experiencia de alteridad humana, que cimienta el intercambio cultural con la

relación librero-lector, jamás podrá ser ofrecida por una entidad abstracta e incorpórea como es un algoritmo de recomendación (Carrión, 2019, p. 70).

La alteridad que se genera de este diálogo entre el librero y el lector, deviene en una esfera de la alteridad cultural, en la que se construye o alimenta la identidad colectiva del circuito cultural. La alteridad es esencial como un elemento de acercamiento y comprensión del mundo, ya que es en ella que se encuentra el origen de toda actitud moral y se construye la dimensión ética del individuo, siendo la relación con el otro la que desafía e impulsa al sujeto a actuar éticamente (Levinas, 1969, pp. 15-17).

El librero reconoce esta dimensión de la alteridad al ofrecer recomendaciones personalizadas que, lejos de basarse en un algoritmo que persigue la mera rentabilidad, nace de la interacción humana genuina. Amazon destierra lo humano en pro de la eficiencia, enterrando la alteridad y la individualidad de sus usuarios, mediante algoritmos y datos, que ponen en jaque la experiencia de la alteridad cultural.

Asimismo, las librerías mediante la figura del librero y en su dimensión física, establecen espacios que invitan a la reflexión, ya que “las buenas librerías son preguntas sin respuesta. Son lugares que te provocan intelectualmente, que cifran enigmas, que te provocan y plantean, retos” (Carrión, 2019, p. 83). Es decir, son lugares diseñados en su naturaleza a estimular el pensamiento crítico y una mayor autoconciencia, que pueden repercutir en una mayor libertad para el individuo.

No es de extrañar, que la progresiva desaparición de las librerías causada por el gigante digital, debido a que no pueden competir con sus precios, o a que el público general elige la comodidad de la compra en un clic y la inmediatez, erosione la actividad de reflexión en la urbe: “Nueva York, que era una ciudad de librerías, ha sufrido una auténtica extinción [...]. Eso afecta a la vida intelectual de una ciudad, afecta la conversación y cambia la manera en que uno piensa” (Carrión, 2019, p. 71).

La situación más esperanzadora es ver que, pese a que las grandes superficies no logran hacer frente a Amazon, hay una reivindicación de las pequeñas librerías que se establecen como centros culturales y generan comunidades en torno a ellas consiguiendo desafiar el avance de Amazon (Carrión, 2019, p. 127). Sin embargo, los medios de comunicación ni siquiera llegan a cuestionar esta situación, mientras que redactan noticias y análisis sobre cada paso que da el gigante digital.

La posible solución que han encontrado las librerías pasa por volverse centros culturales y ofrecer espacios más interactivos, la venta a domicilio, generar una comunidad a su alrededor, pero llegan a ir más lejos con librerías que hibridan varios negocios (cafeterías, galerías de arte, entre otros). También, llegan a establecerse como librería-museo y cobran para entrar. O incluso a singularizarse haciéndose especialistas, como es el caso de Lata Peinada en Barcelona, que promueve la literatura latinoamericana (Carrión, 2019, pp. 144-148, 154-156, 163-167). Para prevalecer, las librerías se ven forzadas a reinventarse y ofrecer algo más que la simple venta de libros, pero muchas de ellas encuentran dificultades para resistir a lo que parece el imparable avance de Amazon y sus algoritmos.

4. LA BIBLIOTECA COMO UN ESPACIO CULTURAL DE COHESIÓN Y CONFLUENCIA ENTRE LAS ESFERAS DE ALTERIDAD CULTURAL

La biblioteca, en su esencia, responde a una necesidad natural del ser humano, que es la de ordenar la memoria y el conocimiento (Carrión, 2019, p. 89). No obstante, en el s. XXI, las bibliotecas, como es el caso de la Biblioteca de Oodi (Helsinki, Finlandia), o la Biblioteca de diseño de Seúl, se espera que sean desde centros culturales, hasta espacios interactivos y creativos, en un esfuerzo para ganar terreno a grandes gigantes digitales como Amazon, y atraigan a estos grandes templos del conocimiento. Hay bibliotecas que hasta llegan a ser pilares de educación y resiliencia para comunidades vulnerables y conflictuadas (Carrión, 2019, pp. 33-35, 80, 158-159). Sin embargo, por mucho que cambie la forma en la que nos relacionamos con el conocimiento, la razón de ser de las bibliotecas sigue siendo la misma: clasificarlo y resignificarlo. Al fin y al cabo, es en el deseo de comprender y conocer que encontramos una identidad propia. Es en esta búsqueda de la verdad, que evoluciona el pensamiento individual y conforme va deviniendo colectivo, construye una alteridad cultural y la idea que tenemos de lo que es ser humano en un contexto determinado:

El hombre es una invención de la que la arqueología de nuestro pensamiento muestra fácilmente la fecha reciente. Y quizá acabe el día en que, bajo algún objeto nuevo que sabrán los historiadores del futuro, se lea esta figura que ha desaparecido. (Foucault, 1966, p. 381).

Es en este encuentro entre una identidad colectiva e individual en una constante evolución, impulsadas por este deseo constante de aprehender el conocimiento como memoria de la humanidad, que la biblioteca halla su sentido como un centro de confluencia de la alteridad cultural.

A nivel físico, esto se materializa en la idea de fondo, que se refiere al conjunto total de recursos, a los que se puede acceder en una biblioteca y entre los que se incluyen libros, periódicos, grabaciones, revistas, archivos digitales, entre muchos otros. Es lo que el escritor, Jorge Carrión, define en *Contra Amazon* como: “Esa memoria posible de un cierto estado de cultura en el mundo” (2019, p. 51). La humanidad necesita recordar, para poder seguir avanzando, en su incansable búsqueda del conocimiento, y las bibliotecas son imprescindibles, porque se establecen como el gestor cultural que hace que eso sea posible, con este pozo de historia del conocimiento que es el fondo documental.

La creación de estas identidades, tanto de la individual como de la colectiva, es un proceso que no puede darse en solitario:

El espacio común está construido por los hablantes que atinan sus perspectivas y deben permanecer hasta el final, al menos tácitamente, conscientes de ellas. Palabras «turnables» como «yo», «tú», «aquí», «allá» desempeñan un papel crucial para inaugurar y mantener el espacio común. (Taylor, 1996, p. 546).

Esto se debe a que la construcción de la identidad individual, siempre se da en relación con el otro y, por ende, la alteridad cultural que genera la biblioteca es fundamental, ya que únicamente mediante el diálogo y la interacción se establece el sujeto como tal, y estas lo fomentan. Amazon destierra cualquier posibilidad de intercambio discursivo, ya que todo se limita a la homogeneidad y predictibilidad del algoritmo, que impide una identidad rica y multifacética.

Sin embargo, vivimos en un mundo en el que las tecnologías de la información, hacen accesible el conocimiento con un clic. Y es que, en la era actual, la realidad e información terminan por fusionarse: "ICTs are modifying the very nature of, and hence what we mean by, reality, by transforming it into an infosphere" (Floridi, 2014, p. 40). Claro que, eso no garantiza que el conocimiento al que podemos acceder sea de calidad, profundidad y alto rigor, ya que la calidad puede perderse en la vastedad del algoritmo. No obstante, las bibliotecas que siempre fueron los refugios tangibles del conocimiento, ahora tienen que competir contra el insondable mar digital que es Amazon.

Muy posiblemente seguirán siendo, junto con las librerías, las únicas que puedan seguir aportando verdadero conocimiento, ya que no están guiadas por un algoritmo que tan sólo repite nuestros gustos invariablemente en pro de las ventas. A diferencia de los gigantes digitales, acogen un conocimiento variado en función de su utilidad, por lo que dan un espacio al pensamiento propio, ya que "una biblioteca tiene que ser heterodoxa: sólo la combinatoria de elementos diversos, de relaciones problemáticas, puede conducir a un pensamiento propio" (Carrión, 2019, p. 55). Claro que, el interrogante al que se enfrentan los bibliotecarios, es el de tal y cómo se ha mencionado al principio de esta sección, el de lograr que la ciudadanía acceda a las bibliotecas y por eso quizás su misión más importante sea la de reivindicar "la existencia misma de la biblioteca" (Carrión, 2019, p. 81).

5. LA POSIBILIDAD DE LIBERTAD Y AUTOCONCIENCIA DEL INDIVIDUO ANTE UN SISTEMA CULTURAL MENGUANTE

El existencialismo del s. XX plantea que la libertad es inherente en la condición humana de forma natural, ya que puede tomar decisiones para decidir dirigir y erigir su vida como le plazca, pero esto es, en cierto modo, su condena, ya que implica unos derechos, pero también unas consecuencias y responsabilidades (Sartre, 1954, p. 271). Bajo el dominio de los algoritmos digitales, como es el de Amazon, esta libertad puede verse amenazada. Esto se debe a que si hay un algoritmo que analiza mediante nuestros datos, los gustos, deseos y hábitos que nos constituyen para poder influir en nuestro comportamiento, pueden abocarnos a estar sometidos al determinismo tecnológico.

La identidad del individuo se establece por repetición, porque la lógica del mundo es mimética y todo funciona por imitación (Carrión, 2019, p. 53). Se podría decir que el sujeto es lo que piensa, hace y, en términos de identidad cultural, lo que lee, y por ello somos nuestra biblioteca (Carrión 2019, p. 93). En consecuencia, si las decisiones que tomamos en relación a qué libros compramos

y leemos son condicionadas por un algoritmo, que se retroalimenta de lo que ya encaja en nuestros gustos, preferencias y, por ende, de lo que ya somos, la construcción de la identidad del sujeto queda limitada o castrada al criterio de venta y de mercado que impone el algoritmo.

Amazon con sus algoritmos de recomendación nos imbuje de reseñas y calificaciones (signos) de la experiencia de producto, que pueden tener más relevancia que la experiencia real de éste. Así, generan una cultura de simulación en la que las percepciones del objeto cultural, no responden a la lógica de la cultura tradicional en la que se aprende a pensar con la cultura, sino que se pasa a las dinámicas influenciadas y conductuales del marketing programático para que el producto cultural sea comprado. El valor del objeto cultural pierde relevancia, como lo hace el de la realidad, ya que pesa más el valor atribuido o imaginado, entrando en lo que Baudrillard define como la 'hiperrealidad':

No se trata ya de imitación ni de reiteración, incluso ni de parodia, sino de una suplantación de lo real por los signos de lo real, es decir, de una operación de disuasión de todo proceso real por su doble operativo, máquina de índole reproductiva, programática, impecable, que ofrece todos los signos de lo real y, en cortocircuito, todas sus peripecias. (Baudrillard, 1977, p. 8).

El mayor problema de esta relación es la pérdida inherente de la posibilidad de autoconciencia, para poder emanciparse de la realidad que impone el sistema de recomendación de Amazon con sus signos. La posibilidad de libertad queda claramente menguada en estas circunstancias. Es importante tener en cuenta, que yo "actúo en el mundo a través de mi biblioteca mental" (Carrión, 2019, p. 76).

Hay que tener en cuenta que las grandes corporaciones digitales hacen uso de nuestros datos y se benefician de ellos sin que podamos decidir nada al respecto, pero estos datos alimentan algoritmos que influyen directamente en decisiones conductuales, que determinan nuestra identidad individual y, en consecuencia, colectiva, siendo una amenaza para la democracia y sus instituciones. Esto genera nuevas formas de desigualdad social y económica, que a su vez tienen un impacto negativo en el pacto social (Zuboff, 2019, pp. 21,42,323).

En este contexto, si los algoritmos dirigen el consumo cultural, socavan la capacidad de pensamiento crítico y la autonomía individual, lo que supone una menor capacidad de autoconciencia y libertad para el individuo. Esto se debe a que la democratización de la cultura, pasa por el libre acceso a ella, sin restricciones ni condicionantes, como lo son los algoritmos de recomendación (Carrión, 2019, p. 180).

7. CONCLUSIÓN

Si consideramos la literatura y la cultura como una vía para conectar con lo humano, para

encontrar una identidad propia, aprender a pensar y llegar a tener un impacto más positivo en la construcción de una identidad colectiva, la erosión de los actores que impulsan el circuito cultural como son las librerías y las bibliotecas implica un ataque directo contra el pensamiento crítico, la posibilidad de libertad y autoconciencia del individuo, lo que supone una erosión de la democracia y del estado de derecho.

Si los algoritmos de Amazon u otra multinacional nos recomiendan y escogen los libros que hemos de leer, que han parametrizado mediante datos acorde a un criterio puramente comercial, quedamos altamente delimitados. Los límites de nuestro mundo quedarán ligados en un solipsismo ligado a nuestra preferencia, y la imposibilidad de ir más allá de nosotros mismos nos negará el acto más revolucionario: la reinterpretación. ¿Qué otra forma hay de matar la cultura si no es el fin de la relectura y la resignificación?

Posiblemente, no es descabellado imaginar un futuro en el que Amazon domina el panorama del libro, en el que todos los libros que nos sugiera, por desgracia, nos interesarán y no podremos ir más allá de nuestros gustos. Sin embargo, es alentador imaginar que esto termine por aburrirnos y necesitemos los espacios físicos, de las pequeñas librerías que seguramente sí que sobrevivirán como espacios culturales y emocionales; como los últimos resquicios de libertad para encontrar una identidad propia.

BIBLIOGRAFÍA

Baudrillard, J. (1977). *Cultura y Simulacro*. Ascheriit.

Buber, M. (1982). *Yo y tú*. Ediciones Nueva Visión S.A.I.C.

Carrión, J. (2019). *Contra Amazon*. Galaxia Gutenberg.

Debord, G. (1967). *La Sociedad del Espectáculo*. Revista Observaciones Filosóficas.

Foucault, M. (1966). *Las palabras y las cosas: una arqueología de las ciencias humanas*. Siglo XXI Editores.

Floridi, L. (2014). *The 4th Revolution: How the Infosphere is Reshaping Human Reality*. Oxford University Press.

Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Space*. MIT.

Levinas, E. (1969). *Totality and Infinity: An Essay on Exteriority*. Duquesne University Press.

Lochner, L., & Moretti, E. (2004). The Effect of Education on Crime: Evidence from Prison Inmates, Arrests, and Self-Reports. *American Economic Review*, 94(1), 155-189. <https://doi.org/10.1257/000282804322970751>

Lyotard, J. (1984). *La condición postmoderna. Informe sobre el saber*. Cátedra.

Sartre, J. P. (1954). *El ser y la nada*. Iberoamericana.

Taylor, C. (1996). *Fuentes del yo: La construcción de la identidad moderna*. Fondo de Cultura Económica.