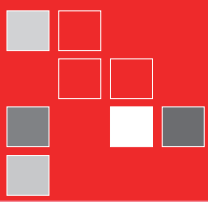


EESTUDOS / ESTUDIOS



DESAFÍOS DE LA INVESTIGACIÓN SOBRE CULTURA DIGITAL EN AMÉRICA LATINA. ENCUADRES PARA UN DEBATE EPISTEMOLÓGICO

DESAFIOSDA PESQUISA EM CULTURA DIGITAL NA AMÉRICA LATINA. ENQUADRAMENTOS PARA UM DEBATE EPISTEMOLÓGICO

CHALLENGES OF RESEARCH ON DIGITAL CULTURE IN LATIN AMERICA. FRAMES FOR AN EPISTEMOLOGICAL DEBATE

Jorge Alberto Hidalgo Toledo

■ Jorge Hidalgo es doctor por la Universidad Anáhuac México. Investigador del CICA, Coordinador Académico de Posgrados de la U. Anáhuac México. Presidente de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, AMIC para el periodo 2019-2021. Presidente del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, CONEICC para el periodo 2012-2015. Vicepresidente de Asuntos Educativos de la Academia Mexicana de la Comunicación y Secretario de la Asociación de Comunicadores Signis México. Coautor de: Jóvenes, participación y medios de comunicación digitales en América Latina (2019); Inovações em Relações Públicas e Comunicação Estratégica (2019); Medios y mediaciones en la cultura digital (2017); Signo vital: comunicación estratégica en la promoción de la salud (2011); y Comunicación Masiva en Hispanoamérica: Cultura y literatura mediática (2005).

■ E-mail: jhidalgo@anahuac.mx

Mágda Rodrigues da Cunha

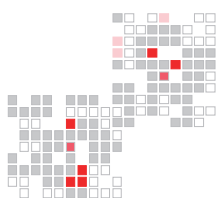
■ Mágda Rodrigues da Cunha, jornalista, doutora em Letras pela PUCRS, professora titular e pesquisadora no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, da Escola de Comunicação, Artes e Design, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Atualmente é coordenadora de pesquisa na mesma escola e é líder do Grupo/CNPq intitulado Comunicação, Tecnologia e o Sujeito Conectado. Coautora de: Jóvenes, participación y medios de comunicación digitales en América Latina (2019).

■ E-mail: mrcunha@pucrs.br

Daniel Barredo Ibáñez

■ Daniel Barredo Ibáñez es Profesor Asociado de Carrera en el programa de Periodismo y Opinión Pública de la Universidad del Rosario (Colombia), actualmente ejerce como Coordinador del Grupo de trabajo en Comunicación digital, redes y procesos, de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación. Es autor de más de 100 obras sobre temas vinculados a los medios sociales, la participación política, el discurso organizacional o la comunicación de España, Colombia, China, México o Ecuador. Es doctor en Periodismo por la Universidad de Málaga, máster y experto en Comunicación y licenciado en Filología Hispánica y en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Granada, y cuenta con un índice H de 14 y está acreditado como Investigador Sénior, máxima calificación concedida por el organismo regulador en Colombia.

■ E-mail: daniel.barredo@urosario.edu.co



RESUMEN

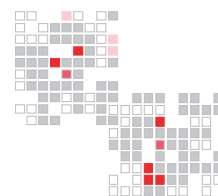
La comunicación es la condición humana que permite dotar de contexto y significado las acciones. A través de ella se preservan sus conocimientos, tradiciones y valores. La evolución del hombre es la evolución de sus interfaces de comunicación. En la era digital, todos los procesos de producción, distribución, mediación, almacenamiento, comercialización de productos, servicios y contenidos atraviesan por interfaces de comunicación. El presente texto ofrece un análisis bibliométrico de la producción científica que ha construido la categoría conceptual de cultura digital; así como los aportes del GT 19, Comunicación Digital, Redes y Procesos de ALAIC.

RESUMO

A comunicação é a condição humana que permite que as ações recebam contexto e significado. Por meio dela, seus conhecimentos, tradições e valores são preservados. A evolução do homem é a evolução de suas interfaces de comunicação. Na era digital, todos os processos de produção, distribuição, mediação, armazenamento, comercialização de produtos, serviços e conteúdo passam por interfaces de comunicação. Este texto oferece uma análise bibliométrica da produção científica que construiu a categoria conceitual de cultura digital; bem como as contribuições do GT 19, Comunicação Digital, Redes e Processos da ALAIC.

ABSTRACT

Communication is the human condition that allows actions to be given context and meaning. Through it, their knowledge, traditions and values are preserved. The evolution of man is the evolution of his communication interfaces. In the digital age, all the processes of production, distribution, mediation, storage, commercialization of products, services and content go through communication interfaces. This text offers a bibliometric analysis of the scientific production that has built the conceptual category of digital culture; as well as the contributions of the GT 19, Digital Communication, Networks and Processes of ALAIC.



Introducción

Hombres, medios y mediación comparten una misma historia. Existe una antropogénesis sustentada en el proceso mismo de *semantización* de la realidad. Desde el origen del hombre, los medios le han acompañado, le han permitido distinguirse del resto de las especies. Mediar el mundo, en el fondo, es comprenderse a uno mismo. Los sistemas tecnológicos y mediáticos están íntimamente implicados con el hombre, con su necesidad de codificar el mundo, con su deseo de construir mensajes y de buscar interlocutores para intercambiar significados. De hecho, el proceso civilizatorio del hombre inició con la instrumentalización de la vida. El uso de herramientas le permitió al hombre acortar distancias, compactar tiempos, transformar la realidad. De hecho, manipular y dar forma a la realidad es una manera concreta de hacer propio el mundo. El hombre construyó con las herramientas y tecnologías que él mismo fabricó, patrones de significación mediante los cuales generó, acumuló, comunicó y perpetuó conocimientos. En esencia, esa construcción es lo que compartió como cultura, como experiencia humana acumulada. El hombre creó un universo informacional para unir una vida con otra, para mediar entre un objeto, a través del sujeto y la realidad.

La comunicación es la esencia del hombre inscrita en su propia ontología, en su modo de conocer y en su forma de estar en el mundo. La comunicación es un modo de producir, sostener y transformar la realidad. Comunicar es descodificar el mundo en significados; es moldear al hombre, distinguirlo de los otros, unirlo a los suyos y definir su lugar en el mundo. Por tanto, *Ser en el mundo es ser en los medios*. Es ser en vinculación y significación. Es describir, explicar y actuar en el mundo. Comunicar es dotar de contexto a la vida, es dar significado a las acciones, es construir relatos, narrarlos y, con ellos, construir cultura. Comunicar es preservar la vida, es garantizar la trascendencia del hombre.

Este texto analiza la evolución de los instrumentos y representaciones mediáticas de la acción humana y cómo han transformado la vida y la cultura en la era digital. Pero, sobre todo, busca dar cuenta de cómo ha sido investigada esta última etapa de la historia del hombre como el momento climático de las hipermediaciones (Scolari, 2008). Esta etapa en que cada tecnología es un medio de comunicación; cada mediación, una fabricación simbólica de nuestra vida. Tecnología y vida son un mismo sistema de expresión simbólica; una forma de atestiguar la propia condición humana. La comunicación ha buscado unificar el espíritu y constituir una personalidad única. Los medios e hipermedios se han logrado convertir en modo expansivo a lo largo de la historia, en la infraestructura que se encuentra debajo, entre y a espaldas de todas las estructuras sociales, como señala Sonia Livingstone (2006). Es en esa infraestructura en la que yacen las actividades, emociones y prácticas del hombre hipermoderno. Los medios materializan lo inmaterial, vinculan las historias con el entorno; dotan de verosimilitud a las dinámicas y ciclos de significación.

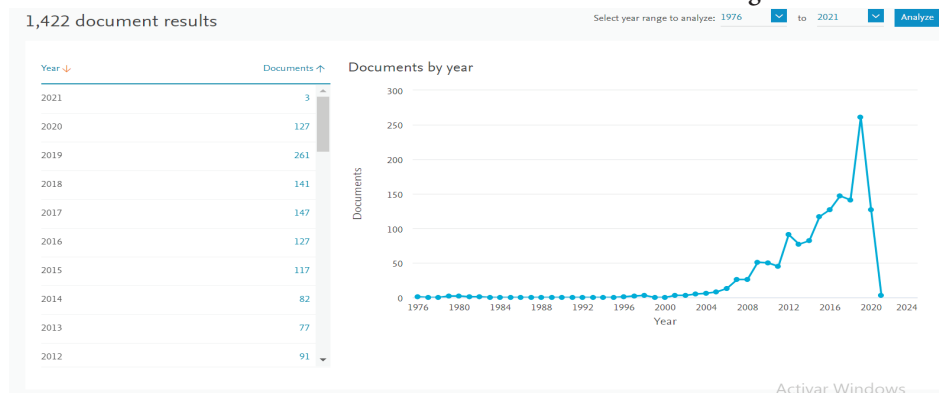
En este texto, por tanto, se describirán algunas tendencias identificadas en el proceso de mediomorfismo; los estadios por los que la comunicación digital ha pasado para construir una cultura digital; el rol que ha jugado toda tecnología en el proceso de investigación social; y las prácticas de los investigadores latinoamericanos, a partir de su producción relacionada con el GT19 Comunicación Digital, Redes y Procesos, de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación.

La digitalización y virtualización del mundo dotó al hombre de una condición de omnipresencia electrónica, materializada en pantallas y dispositivos. Los medios como lugar de encuentro con el *otro*, como reubicación del sentido comunitario, como necesidad expresiva de comunión y comunidad desmitifican a los propios medios. La vida mediática se ha vuelto inalámbrica, móvil, multimedia, convergente y aumentada. La complejidad social y cultural está envuelta por los medios y ningún momento de la vida diaria puede omitir su paso por ellos. Por tanto, lo que encontrarán en este texto es que entender la comunicación digital es entender en el fondo al hombre, su contexto y lugar en el nuevo mundo. Es actualizar el propio significado de la vida.

De la dimensión análoga, a la dimensión digital de la cultura. Bocetos para una Arqueología de la Cultura Digital

En 1976, el físico Marshall B. Faintich incorporó por primera vez el concepto de “cultura digital” en las investigaciones de simulaciones de sensores digitales que estaba realizando para el Centro Aeroespacial de la Agencia de Mapas de Defensa (DMAAC por sus siglas en inglés) (Faintich, 1976). En ellas pretendía establecer la edición y análisis de bases de datos sobre cultura digital y datos territoriales. Dichas investigaciones se prolongaron hasta 1982 con trabajos como los de Mink (1980), Faintich, Figura & Quinn (1981) y Faintich & Gough (1981), anclando a ésta conceptos como simuladores, cartografías aeroespaciales, sensores hiperrealistas, sensores de alta resolución, soportes visuales, imágenes generadas por radares de masa terrestre, modelaje de la realidad, mapeos, referencias visuales, imágenes generadas digitalmente y bases de datos. En todos sus trabajos, la visualidad y los procesos de digitalización son los que priman para configurar una idea de cultura digital centrada en el símbolo, sus procesos de codificación y decodificación. Entendiendo que la imagen simulada permite *datificar* la realidad.

Ilustración 1: Producción científica sobre “cultura digital”



Fuente: elaboración propia a través del sistema Scopus Analyze search results1

1 El ejercicio bibliométrico se realizó en la base de datos de Scopus bajo la búsqueda de “digital culture”, arrojando un total de 1422 documentos indexados desde 1976 a 2021.

Es hasta 1996, con el texto de Philip Tompkins (1996), *Quality in community college libraries*, que aparece en las publicaciones académicas el concepto de cultura digital en el marco de un nuevo paradigma. En él se debate la noción de calidad en la convergencia de las culturas impresa y digital. Se contempla en la discusión el acceso, uso y apropiación de los recursos, como la confrontación de los modelos cognitivos y de aprendizaje que producirá lo interactivo versus la materialidad orgánica. Espacio, tiempo, contexto, materialidad, tradición, calidad, cantidad, recursos y estilos de interacción se suman a las categorías descriptoras de la nueva cultura. Un nuevo orden que rompe con la tradición oral e impresa que subsistió en la era de la cultura electrónica; un giro tectónico que anuncia un nuevo paradigma, una nueva arquitectura, nuevas comunidades de significación, nuevos desarrollos, nuevas alfabetizaciones e instrucciónismos, nuevas infraestructuras, sistemas y liderazgos. La biblioteca se concibe como la metáfora de un nuevo territorio signico espacial en lo que, para Tompkins, es la era de la Infomedia.

Con el texto de Tompkins se abre una nueva ruta de exploración de la cultura digital en la que se incorporan al debate nociones como lenguaje y diversidad en el entorno latinoamericano (Ferreiro, 1997); materialidad y corporeidad en la tecnología, los negocios y la cultura (Falk, Kroyer, Gilpin, Marmillion, & Resch, 1997); imágenes de alta calidad e historia del arte (Rhyne, 1998); Internet, brecha digital y autopista de la información (Amy, 1998); música popular, entorno doméstico, economías corporativas en la era del numérico (Breen, 1998). En esa década, lo digital se constituye como un espacio retórico de flujos en el que el horizonte político y sociocultural genera accesos, encuadres, movilidades y ejercicios persuasivos reconfiguradores.

En el nuevo milenio, la reflexión se retomó desde la cultura digital visual, es decir, a través de las nuevas superficies del espectáculo (David, 2001), los nuevos géneros, narrativas y medios²; la enseñanza de las matemáticas en los contextos digitales (Noss, 2001); las interfaces gráficas (Labadie, 2001); el enfoque del *open access* y el trabajo colaborativo en la cultura visual (Mirzoeff, 2002); las trayectorias en el uso de las tecnologías de información en la era del conocimiento³ (Proulx, 2002); el ícono de ciudad (Robert & Robert, 2003); los estudios medievales en la cultura digital (Bruscino, 2003); lo extra-digital entre el mito, lo mágico y la metáfora en la música en las computadoras de escritorio (Bach, 2003); las redes cooperativas, la innovación y el conocimiento compartido (Crawford, 2003); el empoderamiento, la apropiación y los entornos de aprendizaje usando la tecnología (Erstad, 2003); las posibilidades pedagógicas y los nuevos medios ante la relación entre comunicación y salud (Mitchell, Reid-Walsh, & Pithouse, 2004); el arte digital, las bases de datos de imágenes y las herramientas de producción (Mattison, 2004); el cerebro como metáfora de la cultura digital (Gere, 2004); el rol y la autoridad de los archivos, las bibliotecas y los museos en una sociedad basada en el conocimiento (Hindal & Wyller, 2004); las prácticas artísticas como constructoras y cultiva-

2 Cabe notar que aparecen revistas académicas centradas en las nuevas tecnologías y la cultura de la convergencia

3 En este momento convergen las telecomunicaciones con las reflexiones humanísticas y desde las ciencias sociales

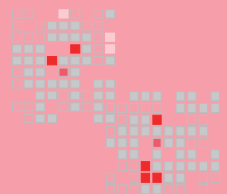
doras de espacios de conocimiento (Strauss & Fleischmann, 2004); la cibercultura, los nuevos medios y los estudios de Internet (Silver, 2004). Precisamente, será Daniel Silver (2004), quien intentará llenar los grandes vacíos teórico-conceptuales sobre los estudios de internet, superando las investigaciones centradas en la comunicación mediada por computadoras, el trabajo cooperativo, la teoría del hipertexto, el cibertexto y la interacción mediada por dispositivos. Este autor intentará agrupar en los estudios de Internet temas como la cibercultura, la cultura digital, la sociedad de la información y los nuevos medios, hablando ya de un metacampo de estudios o, incluso, de una disciplina.

2005 será un año detonador para la escalada de los estudios en la materia, las temáticas que se incorporan versan mayoritariamente sobre el desarrollo de comunidades virtuales, los nuevos medios y la alfabetización informacional (Watkins & Russo, 2005); el género, la identidad y los videojuegos (Beavis, 2005); o la escritura digital (Merchant, 2005).

Un año después, la producción científica empezó a duplicarse de manera exponencial año tras año. Los congresos sobre cibernética, sistemas e información discutían los procesos lógicos y tecnológicos de conversión de las culturas digitales (Love, 2006); asimismo, encontramos deliberaciones sobre política pública y cultura de la participación en países como Brasil (Barretto, Piazalunga, Martins, Prado, & Turino); se incorporaron temas como instalaciones robóticas interactivas, bibliotecas digitales participativas, juegos computacionales y tercera dimensión, simulación, incrustación de contenido, teatro y performance digital; transmutabilidad, descontextualización digital, manipulación y recontextualización, o nuevos capitales de producción y consumo en productos digitales (Hughes & Lang, 2006). Categorías conceptuales como remediación, bricolaje y participación se plantean como los ejes de la cultura digital (Deuze, 2006) y confrontan disciplinas como la pragmática y la filosofía (Dascal, 2006) en la era del post-posmodernismo (del Val, 2006).

La segunda ola del desarrollo de internet y el auge de la economía digital y el comercio electrónico añadió al ejercicio reflexivo sobre la cultura digital la noción de bienes y capitales digitales desde los mercados de productos de código abierto (Lang, Shang, & Zicklin, 2007); el futuro publicitario y las redes sociodigitales (Clemons, Barnett, & Appadurai, 2007). Algo similar ocurrió con el *boom* de los videojuegos, el juego sustentable (Pearce, Fullerton, Fron, & Morie, 2007), la relación entre el género y el mundo *gamer* (Beavis & Charles, 2007) y la cultura de la participación (Peppler & Kafai, 2007); el triunfo del simulacro (Giddings, 2007); y nuevos medios como los geolocalizadores (Ihamaki, 2007), los e-diarios (Brazzeal & Plutchak, 2008), *YouTube* y los medios audiovisuales digitales (Carroll, 2008); la animación (Wells, 2008); la evaluación de sitios web (Pallas & Economides, 2008); redes sociodigitales (Beer, 2008); el *software* libre y los efectos globalizadores de los sistemas alternos al neoliberalismo (Schoonmaker, 2007), así como el impacto de la informatización en la sociedad con casos como el de Cuba (González Valdés, Alemán Sánchez, Díaz Ortega, & Acosta Acosta, 2007) o Hong Kong (Kong, 2007).

El impacto de los nuevos medios y la transformación de la cultura oral y escrita generó una segunda etapa de estudios sobre alfabetización mediática (Kosimaa, 2007), pedagogías y competencias de la producción digital (Willet, 2007), cibertextos, retórica, escritura digital



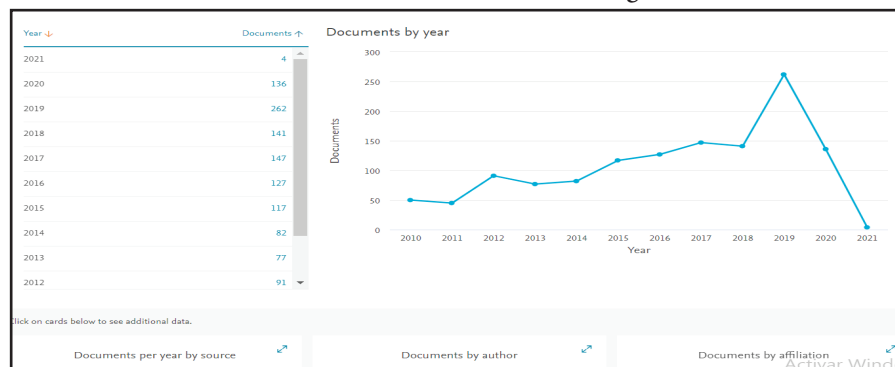
(Lunsford, 2007), relatos fragmentados y pluralización de las lecturas (Barbero, 2008) y preservación virtual (Mason, 2007) para dar forma a las discusiones de las humanidades digitales y la educación 2.0. Se confrontan categorías conceptuales como acceso, interactividad, autenticidad (Hand, 2008), conocimiento activo (Arribillaga, 2008), exclusión, inclusión (Cushman & Mclean, 2008), medicalización del ciberespacio (Miah & Rich, 2008), tiempo digital, complejidad, percepción (Tanzi, 2008), temporalidad y locación (Gregg & Driscoll, 2008).

La primera década del siglo XXI cerró con una alta producción científica en la materia. La producción científica abrió nuevas rutas de exploración temática conceptual sobre la cultura digital, contemplando nuevos objetos, nuevas materialidades y discusiones derivadas de la tercera ola de internet. Entre las grandes agendas y sus tópicos, hallamos:

- **Redes sociodigitales:** comunicación, expresión social y hacer común (Hayashi & Barauskas, 2009);
- **Propiedad intelectual y marcos regulatorios:** retórica de la propiedad intelectual en la cultura digital (Reyman, 2009); archivos digitales; preservación y acceso a información legal creada digitalmente (Rhodes & Neacsu, 2009);
- **Alfabetización digital:** nuevas representaciones del aprendizaje digital (De Vries, Demetriadis, & Ainsworth, 2009); innovación en los procesos de enseñanza/aprendizaje y geotecnologías (Sánchez, 2009); permanencia de la cultura escrita (Donatich, 2009);
- **Economía digital:** tecnologías digitales y nuevos modelos de negocio (Lee, 2009); marketing interactivo de alimentos y bebidas dirigido a los adolescentes (Montgomery & Chester, 2009); *wikinomics* y web 2.0 (Van Dijck & Nieborg, 2009); estrategias para proveer bienes en la cultura digital, co-creación y compartición de contenidos digitales (Lang, Shang, & Vragov, 2009).
- **Desarrollo social:** brecha digital, comunidades rurales y políticas públicas (Garofalakis & Koskeris, 2009); hibridaciones culturales (Mori, 2009);
- **Nuevas materialidades y ontologías:** tecnologías nemotécnicas (Girdwood, 2009); cultura y memoria en red (Echeverría, 2009); consideraciones éticas de las barreras de la cultura digital (Light & Sawyer, 2009).
- **Objetos digitales:** videojuegos y cultura participativa (Kafai, Burke, & Fields, 2009); telefonía móvil (Delwadia, Marshall, & Welch, 2009) y consumo (Goggin, 2009); datos, códigos y discursos genómicos (Chow-White, 2009); periodismo y ciudadanía digital (Deuze, 2009); *racialización* y etnicidad en los contenidos de los videojuegos (Nakamura, 2009); nuevos medios y mediaciones (Lievrouw, 2009); redes sociales fans, fantasía, realidad, intereses corporativos e intereses mediáticos (McLean & Wainwright, 2009).

Del 2010 a la fecha se han ubicado 1279 documentos científicos, más de 934 indexados en Scopus desde 2015 (Ilustración 2).

Ilustración 2: Producción científica sobre “cultura digital” de 2010 a la fecha



Fuente: elaboración propia a través del sistema Scopus Analyze search

Ilustración 2: Producción científica sobre “cultura digital” de 2010 a la fecha

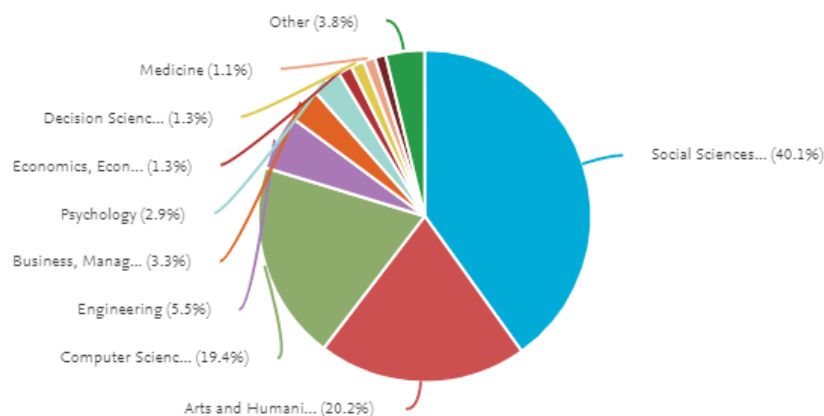
Fuente: elaboración propia a través del sistema Scopus Analyze search

Las principales fuentes donde se han publicado los documentos examinados, son: *ACM International Conference Proceeding Series* (119 documentos); *New Media and Society* (19); *Convergence* (18); *Social Media and Society* (14); *Information Communication and Society* (13); *International Journal of Communication* (12); *Media Culture and Society* (11); *Springer Series on Cultural Computing* (11); *Comunicar* (9); *Advances in Intelligent Systems and computing* (8); *International Journal of Cultural Studies* (8); *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (7); *Leonardo* (7); *Media International Australia* (7); *Communications in Computer And Information Science* (6); *Lecture Notes in Computer Science including Subseries Lecture Note in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics* (6); *Ceur Workshop Proceedings* (5); *First Monday* (5); *Internet Histories* (5); *Thesis Eleven* (5); *Artnodes* (4); *Feminist Media Studies* (4); *Informacios Tarsadalom* (4); *International Journal of Web Based Communities* (4); *Journal of Visual Culture* (4); *El Profesional de la Información* (4); *Television and New Media* (4); *AI And Society* (3); *Arbor* (3); *Cadernos de Pesquisa* (3); *Continuum* (3); *Cultural Politics* (3); *Cultural Sociology* (3); *Digital Creativity* (3); *E learning and Digital Media* (3); *Education and Information Technologies* (3); *Games and Culture* (3); *International Journal of Children's Spirituality* (3); *International Journal of Performance Arts and Digital Media* (3); *International Journal of the Book* (3); *Journal of Information and Ethics in Society* (3); *Learning Media And Technology* (3); *Leisure Studies* (3); *Nordic Journal of Digital Literacy* (3); *Observatorio* (3); *Performance Research* (3); *Porn Studies* (3); *Scientific and Technical Information Processing* (3); *Sociology Compass* (3); *Tecnoetic Arts* (3); *Triplec* (3); *Visual Communication Quarterly* (3); *Year's Work in Critical and Cultural Theory* (3); *African Journalism Studies* (2); *American Behavioral Scientist* (2); *Animation* (2); *Applied mechanics and Materials* (2); *Australian Feminist Studies* (2); *BMJ* (2); *Calidoscopio* (2); *Canadian Journal of Communication* (2); *Canadian Public Administration* (2); *Celebrity Studies* (2); *Clcweb Comparative Literature And Culture* (2); *Communication*

and Critical Cultural Studies (2); Communication And The Public (2); Computers and Composition (2); Computers And Education (2); Conference on Human Factors in Computing Systems Proceedings (2); Consumption Markets and Culture (2); Critical Arts (2); Cultura y Educación (2); Cultural Studies and Transdisciplinarity in Education (2); Current Sociology (2); Discourse (2); Ecumenical Review (2); Educação e Sociedade (2); Educational Media International (2); Empiria (2); Estudos em Comunicação (2); Global Media Journal (2); Harvar Design Magazine (2); Historia y Comunicación Social (2); HTS Teolgiese Studies Theological Studies (2); ISPRS Annals of the Photogrammetry Remote Sensing and Spatial Information Sciences (2); Ilu (2); International Communication Gazette (2); International Journal of Engineering and Technology UAE (2); International Journal of Innovation Creativity and Change (2); International Journal of Technoethics (2); Internet Archaeology (2); Journal of Broadcasting and Electronic Media (2); Journal of Computer Mediated Communication (2); Journal of E-learning and Knowledge Society (2); Journal of Fashion Marketing and Management (2); Journal of Gender Studies (2); Journal of Latin American Cultural Studies (2); Journal of Material Culture (2); Journal of Media Practice (2); Journal of Popular Film and Television (2); Journalism (2); Journalism Practice (2); Lecture Notes in Educational Technology (2); Lecture Notes in Networkos and Systems (2); Library Hi Tech (2); Libri (2); Media and Communication (2); Memory Studies (2); Mondo Digitale (2); Ocnos (2); Opción (2); Open Theology (2); Perspectivas em Ciência Da Informação (2); Preservation Digital Technology and Culture (2); Primerjalna Knjizevnost (2); Proceedings Frontiers in Education Conference Fie (2); Professional Psychology Research and Practice (2); Przetzenie Teorii (2); Religions (2); Religious Education (2); Research in Drama Education (2); Research in Learning Technology (2); Revista Austral De Ciencias Sociales (2); Revista Crítica de Ciências Sociais (2); Revista Latina de Comunicación Social (2); Revista Transilvânia (2); Risti Revista Iberica de Sistemas e Tecnologias de Informação (2); Sign Systems Studies (2).

Es notorio el abordaje teórico conceptual sobre cultura digital centrado en áreas del conocimiento que van desde las ciencias sociales (40.1%); las artes y la humanidades (20.2%); las ciencias computacionales (19.4%); la medicina (1.1%); la economía (1.3%); la psicología (2.9%); y las áreas empresariales y el *management* (3.3%).

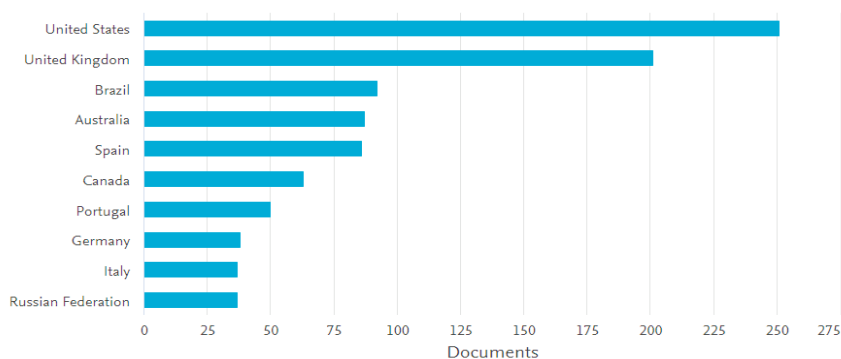
Ilustración 3: Producción científica sobre “cultura digital” por área de conocimiento



Fuente: elaboración propia a través del sistema Scopus Analyze search

Los diez autores que más han publicado sobre el tema son J. P. Bowen (8), T. Giannini (8), J. Mihailidis (6), P. Shifman (6), I. Machado (5), H. A. Márquez (4), A. Campbell (4), G. Kanai (4), A. Alevizou (3), y B. Araújo (3). Particularmente destaca una hegemonía anglosajona en la producción científica del tema: los Estados Unidos de Norteamérica cuentan con 251 documentos, Reino Unido, 201; Brasil, 92; Australia, 87; España, 86; Canadá, 63; Portugal, 50; Alemania, 38, Italia, 37; Federación Rusa, 37; Finlandia, 29; China, 26; Países Bajos, 25; Francia, 23; Suecia, 20; India, 17; Israel, 16; Polonia, 16; Bélgica, 13; Nueva Zelanda, 13; Corea del Sur, 13; Dinamarca, 12, Noruega, 12; Turquía, 11; Grecia, 10; Rumania, 10; Sudáfrica, 10; Colombia, 9; Hong Kong, 9; Hungría, 9; Croacia, 8; Irlanda, 8; Malasia, 8; Suiza, 8; Argentina, 7; Austria, 7; Ecuador, 7; Indonesia, 7; México, 7; Singapur, 7; Taiwán, 7; República Checa, 6; Eslovenia, 6; Estonia, 5; Bulgaria, 4; Chile, 4; Kazajistán, 3; Lituania, 3; Filipinas, 3; Japón 2; Líbano, 2; Marruecos, 2; Paquistán, 2, Serbia, 2; Tailandia, 2; Túnez, 2; Argelia, 1; Bahréin, 1; Cuba, 1; Chipre, 1; Egipto, 1; Irán, 1; Letonia, 1; Malta, 1; Nigeria, 1; Perú, 1; Samoa, 1; Eslovaquia, 1; Ucrania, 1.

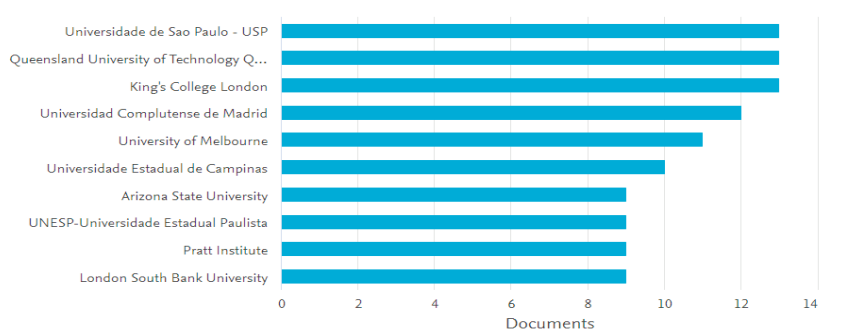
Ilustración 4: Producción científica sobre “cultura digital” en los 10 países más relevantes



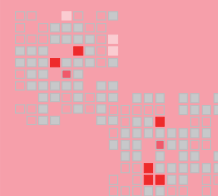
Fuente: elaboración propia a través del sistema Scopus Analyze search

Las 10 instituciones académicas que más han publicado sobre el tema son: Universidad de Sao Paulo, 13; Queensland University of Technology, 13; Universidad Complutense de Madrid, 12; University of Melbourne, 11; Universidade Estadual de Campinas, 10; y con 9 documentos: Arizona State University; UNESP- Universidade Estadual Paulista; Pratt Institute; y London South Bank University.

Ilustración 5: Producción científica sobre “cultura digital” por institución de adscripción



Fuente: elaboración propia a través del sistema Scopus Analyze search



Las 10 instancias que más han financiado investigación en el área son: *European Regional Development Fund* (9 documentos); *Social Sciences and Humanities Research Council of Canada* (8); *European Commission* (7); *Arts and Humanities Research Council* (6); *Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico* (5) *Engineering and Physical Sciences Research Council* (5); *Fundacao para Ciencia e a Tecnologia* (5); *Russian Foundation for Basic Research* (5); *Australian Research Council* (4); *Economic and Social Research Council* (4).

Con esta breve panorámica podemos dar cuenta de: 1) la institucionalización de la investigación en cultura digital; 2) las aristas que han tomado los estudios yendo desde la conceptualización de la cultura digital como una extensión de la cultura visual en la era electrónica, hasta la inclusión de los procesos de producción, distribución, almacenamiento, exhibición, comercialización de productos, servicios, contenidos y elementos de consumo y recepción de los mismo; 3) la evolución de los estudios de internet y la reflexión epistémica, ontológica y metodológica de los objetos nativos digitales; 4) la hegemonía anglosajona que sigue dándose en la producción científica sobre los estudios digitales y la baja, pero creciente, producción que se ha generado desde América Latina y el Caribe.

La investigación sobre Cultura Digital en América Latina: el caso del GT19 *Comunicación digital, redes y procesos*

La Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) se fundó en 1978, con la finalidad de contar con una mayor representación de la región latinoamericana ante organismos internacionales como la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (Krohling, s.f.). Desde su creación, ALAIC se ha convertido en la principal red académica para investigadores latinoamericanos en comunicación a través de espacios, por ejemplo, como los congresos bienales (que, contando con el que se celebra en 2020 en Colombia, llevan 19 ediciones), la *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, o las numerosas publicaciones impresas y electrónicas (Krohling & Crovi, 2016). En ese sentido, la Asociación cuenta con unos grupos temáticos -que han sido definidos por Torrico (2007, p. 83) como “el corazón de la ALAIC”-, en cuyas actividades se citan investigadores de todos los puntos de la región con el fin de promover un avance del conocimiento sobre un ámbito específico.

Como explican Arcila, Calderín & Castro (2014), retomando como carácter fundacional de los propósitos de un grupo anterior, llamado *Internet, Sociedad de la Información y Cibercultura*, a partir del 2012 -en el marco del XI Congreso de ALAIC en Montevideo (Uruguay)-, se aprobó la constitución de un nuevo grupo de trabajo: el Grupo temático 19, sobre *Comunicación digital, redes y procesos*, el cual se constituyó con la misión de:

“Este GT acoge perspectivas vinculadas con las dimensiones sociales y culturales de la Red de Redes, Internet, y con el uso y apropiación que están haciendo los ciudadanos de los entornos virtuales de comunicación. Tópicos como comunicación mediada por computador, ciberperiodismo, cibercultura, usabilidad/accesibilidad, arquitectura de la información, medios experimentales, interactividad, convergencia de medios, radio y TV digital, narrativas digitales, estética e imagen digital, comunidades y redes virtuales, mundos virtuales, nuevas

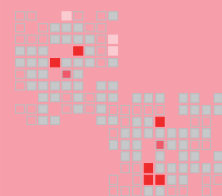
especialidades y temporalidades, ubicuidad y movilidad digital, cyborgs y cuerpos, identidades virtuales, socialización virtual, comunidades científicas digitales, colaboración en la red, historia de internet, etc; son bienvenidos a éste grupo” (ALAIC, 2018).

Desde entonces, dicho grupo ha organizado una sección específica en los Congresos Internacionales celebrados en Perú (2014, Pontificia Universidad Católica de Perú), México (2016, Universidad Autónoma de México), Costa Rica (2018, Universidad de Costa Rica) y Colombia (2020, Universidad Pontificia Bolivariana); a estos 4 encuentros en el marco de los eventos de ALAIC, en 2019 el GT fue responsable de organizar y coordinar el Primer Congreso Internacional de Comunicación Digital “Rumbos del futuro en la sociedad digital”, en Perú, en conjunto con Vox Populi -consultora de temas de opinión pública-.

Más allá de los espacios de colaboración, los investigadores asociados al GT19 han originado, en apenas 6 años, nada menos que 7 libros colectivos (Arcila, Calderín & Castro, 2014; Arcila, Barredo & Castro, 2017a; Arcila, Barredo & Castro, 2017b; Arcila, Barredo, Castro, Hernández & De la Garza, 2018; Barredo, Cunha & Hidalgo, 2019a; 2019b; Badillo, Pérez, Medranda & Cortés, 2019), los cuales confirman el enorme interés que hay en América Latina por el estudio de la cultura digital y, en concreto, de redes sociales como Facebook o Twitter; la indagación sobre las nuevas prácticas profesionales del periodismo y la comunicación; la reflexión sobre la brecha tecnológica, o bien la dicotomía de incluidos-excluidos digitales, por citar unos pocos de temas abordados. No en vano, en los 5 eventos internacionales que tiene de vida, el GT19 ha recibido un promedio de 100 propuestas de trabajos de investigación por encuentro, procedentes de todos los rincones latinoamericanos, con una aceptación global de alrededor de 250 ponencias. De igual manera, esta edición colectiva en la Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, es ya el tercer ejemplar protagonizado por el GT19, en conjunto con el monográfico “Comunicación digital en Iberoamérica. Redes sociales, profesionales y procesos”, publicado en 2018 en *index.comunicación*, de España; o el monográfico “Digital Communication, Social Networks and Online Processes: Studies in a Comparative Perspective between Latin America and the Iberian Peninsula”, en el *Journal of Iberian and Latin American Research*, del Reino Unido (en prensa).

En 2016, en el XIII Congreso de ALAIC, en México, fue elegido Daniel Barredo Ibáñez -profesor de carrera de la Escuela de Ciencias Humanas de la Universidad del Rosario-, como Vicecoordinador de dicho Grupo. Posteriormente, en el encuentro de 2018, en Costa Rica, el profesor Barredo fue elegido Coordinador, en sustitución de Carlos Arcila Calderón (Universidad de Salamanca, España), miembro fundador y Coordinador del mismo desde sus inicios. La candidatura elegida para los próximos 6 años -hasta 2024-, quedó conformada por Mágda Rodrigues da Cunha (Pontificia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil), y Jorge Hidalgo Toledo (Universidad Anáhuac, México), como Vicecoordinadores. El nuevo equipo coordinador, en 2019, modificó la orientación del grupo, a partir de las siguientes líneas prioritarias de investigación:

*“Este Grupo da la bienvenida a trabajos relacionados con temas como: * Ciberperiodismo y cibercultura. * Usabilidad/accesibilidad. * Arquitectura de la información. * Transformación digital de las organizaciones. * Cibercultura y culturas juveniles. * Redes y algoritmos. * Pe-*



*riodismo de datos. * Nuevos hábitos informativos de las audiencias. * Cultura del software y las aplicaciones. * Medios experimentales. * Interactividad y convergencia de medios. * Radio y TV digital. * Narrativas digitales. * Estética e imagen digital. * Comunidades y redes virtuales. * Colaboración en la red. * Historia de internet” (ALAIIC, 2020).*

De acuerdo a los temas de las ponencias recibidas a lo largo de los eventos, la mayoría de ellas analizan datos, y sobre todo esos datos que proceden de las redes sociales y las tecnologías de la información y la comunicación. Con todo, falta por incentivar una mayor acogida de temas de la cultura digital, asociados a la ciencia de datos en general, la *big data*, la inteligencia artificial o el internet de las cosas, por poner algunos ejemplos. En cualquier caso, es importante resaltar que estos son ámbitos emergentes para la investigación en comunicación, que entrañan una elevada dificultad, tanto por la apropiación tecnológica y metodológica, como por el constante desarrollo de nuevos lenguajes y dispositivos:

“<...> se necesita mayor profundización (tanto en la teoría como en la práctica), para hacer este campo más accesible (menos requerimientos técnicos y/o facilidad de uso de las plataformas de cómputo distribuido) y que pueda aportar mayor conocimiento en ciencias sociales y en la investigación periodística” (Arcila, Barbosa & Cabezuelo, 2016, p. 630).

Asimismo, en conjunto con la difusión de obras y la generación de espacios de participación, desde el GT19 se ha intentado activar una mayor formación en estos ámbitos. En 2020 se lanzó el curso MOOC titulado “Introducción a los métodos computacionales para Ciencias Sociales”, en una iniciativa de la Universidad del Rosario para la plataforma edX. Con este curso, de carácter gratuito, se buscó ofrecer a los investigadores vinculados al GT19 una introducción a la ciencia de datos, a través de técnicas de análisis *computerizado*, *machine learning*, entre otros.

Cultura Digital, Hipermediatización y la transformación del ecosistema mediático

A cultura digital e as transformações no ecossistema da mídia trouxeram também mudanças no olhar sobre as investigações nas Ciências da Comunicação. A produção evidenciada pelos trabalhos apresentados no GT 19 mostra que certos temas ganham relevo, enquanto outros podem representar ainda possibilidades de pesquisa. Como os sujeitos se relacionam e se manifestam nas redes, se movimentam e narram as cidades, produzem selfies e memes são algumas categorias que se destacam. Há ainda a questão da apropriação a partir do recorte geracional, tendo destaque os jovens como usuários das tecnologias.

As mudanças passam de uma mídia massiva, caracterizada por canais distribuídos em espectro limitado, caros, com organização centralizadora e forte regulação estatal, para formas baratas, acessíveis e dispersas de distribuição (Livingstone, 2011). Tal reflexão coincide com a descrição de Manovich (2001) sobre a emergência da nova mídia e o segundo estágio da sociedade em relação à mídia, com muitos acessando e usando novamente os objetos existentes, tanto quanto criando novos. Há uma alteração estrutural nas plataformas de armazenamento, numa perspectiva industrial e com forte impacto na dimensão social (Manovich, 2001).

Destacamos o princípio da variabilidade, onde os objetos não são fixos, mas podem existir em diferentes, potencialmente, infinitas versões. Todos esses processos, refere o autor, passam pela automatização, pela computação. É no cruzamento de variáveis como transformações da mídia, ampliação de uma cultura do software (Manovich, 2013) e mudanças sociais que transitam as reflexões produzidas pelos investigadores do GT19.

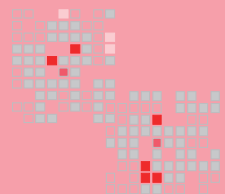
Os jovens e sua relação com as tecnologias e as mídias sociais ocupam um espaço significativo. E, de fato, as investigações acompanham o processo histórico. Boyd (2015) aponta que o fenômeno das mídias sociais está mais relacionado com seu posicionamento cultural do que com seus recursos tecnológicos. Tendo suas raízes no cenário amplo da “Web 2.0”, auxiliou engenheiros, empreendedores e pessoas comuns a repensar o papel que a tecnologia poderia desempenhar na disseminação de informações, desenvolvimento comunitário e comunicação. Mesmo que estas mídias tenham uma longa história, relembra Boyd (2015), o que se desenrolou nos anos 2000 reconfigura as práticas sociotécnicas de maneira significativa.

A apropriação inicial ganha espaço junto a um público que Tapscott (2010) define como Geração Y ou Geração Internet (1977-1997), constituída por jovens que cresceram com a expansão das redes e dos dispositivos digitais. Descreve a Geração Z norte-americana, que nasce a partir de 1998, já com a internet consolidada, e com a considerável expansão das novas tecnologias da informação e da comunicação. Até a década de 70, o mundo posterior à Segunda Guerra era governado por uma gerontocracia, em maior medida do que na maioria dos períodos anteriores. Eram especialmente homens já adultos no fim ou mesmo no começo da primeira guerra mundial (Hobsbawn, 1995).

Em suas pesquisas, os investigadores do GT 19 apontam as diferenças culturais das gerações descritas por Tapscott (2010) e os desafios latino-americanos identificados por Martín-Barbero (2008) que recomenda cuidado, uma vez que o cenário histórico-social, as condições socioeconômicas e as próprias características midiáticas são notadamente diferentes da realidade norte-americana.

Hobsbawn (1995) destaca que os jovens tornaram-se dominantes nas economias de mercado desenvolvidas. Em parte porque, a partir dos anos 70, passam a representar uma massa concentrada de poder de compra, e também porque cada nova geração de adultos fora socializada integrante de uma cultura juvenil autoconsciente e trazia as marcas dessa experiência. Considera-se ainda o fator da espantosa rapidez da mudança tecnológica que dá à juventude uma vantagem mensurável sobre grupos etários mais conservadores ou pelo menos inadaptáveis. Com isso, o que os filhos podiam aprender com os pais tornou-se menos óbvio do que o que os pais não sabiam e os filhos sim. Inverteram-se os papéis das gerações.

Mas isto não significa uma valorização plena da juventude. Turkle (2006) cita a adolescência como um tempo de moratória, uma pausa, não de ação, mas de consequência. A autora lembra que não há ação sem consequência, mas o período do ensino médio e até mesmo os primeiros anos da faculdade são observados como um tempo sem consequências diretas. Porém, os jovens sofrem pressões para aquisições, entre outras, já a partir do ensino fundamental. “Você precisa da moratória para explorar, para se apaixonar, para se desapaixonar pelas ideias, tanto quanto pelas pessoas” (Turkle, 2006:292). De acordo com a autora, o ciberespaço está oferecendo algo desse espaço para brincadeira. Ele proporciona uma oportunidade



para experimentação que está frequentemente ausente do resto da vida.

Os jovens desenvolvem habilidades sociais e competências culturais, conforme demonstra o projeto *Transmedia Literacy: exploiting transmedia skills and informal learning strategies to improve formal education*⁴ liderado por Scolari (2018) e um grupo de 25 pesquisadores de oito países. Durante três anos, mais de 311 entrevistas e 58 workshops foram realizados com jovens entre 12 e 18 anos. Entre os resultados do estudo, criou-se uma taxonomia das capacidades transmidiáticas, num mapa que relaciona as capacidades de produção, consumo e pós-produção de mídia. No aspecto da Gestão de Conteúdos, aponta-se capacidades de gerir arquivos e conteúdo, além da partilha e disseminação de formatos produzidos por eles. Segundo a pesquisa, tais habilidades podem estar sendo constituídas fora do ambiente escolar, de forma autônoma ou coletiva, a partir das necessidades identificadas pelos jovens para suas relações diretas com os meios.

No contexto da transformação, constrói-se também uma mudança na cultura, a partir da convergência, mas também da participação, como examinam Jenkins, Ford, Green (2014). Os autores definem como híbrido e emergente o modelo de circulação, no qual um mix de forças de cima para baixo e de baixo para cima determina como um material é compartilhado, através de culturas e entre elas, de maneira mais participativa e organizada do que nos moldes de mídia que conhecemos até hoje. As decisões de cada um, quanto a passar adiante ou não textos, fotos, vídeos remodelam o próprio cenário da mídia. Os públicos se fazem nitidamente presentes ao modelarem ativamente os fluxos de mídia (Jenkins, Ford, Green, 2014).

Jenkins, Ito, Boyd (2016) relembram o entusiasmo vivido há duas décadas, com a expansão do acesso às capacidades da comunicação, que impactava a vida cotidiana de muitas pessoas ao redor do mundo. Questionam sobre como indivíduos ainda não são capazes de participar de forma significativa dos processos, mas ressaltam que a cultura participativa não deve ser estática. Trata-se de um conceito em evolução, interpretado em relação às práticas e normas existentes.

No dinamismo das transformações da cultural digital, a mobilidade é outra categoria que evidencia novos movimentos na relação com as possibilidades de participação e consequentemente resultados diversos no amplo ambiente das narrativas. Se o transistor para o rádio, ainda nos anos 40 e 50, havia representado uma revolução da comunicação móvel, os smartphones movimentam o ecossistema em todas as esferas. Narrar e compartilhar por múltiplos canais e de qualquer lugar são dinâmicas que marcam consideravelmente este horizonte.

A mobilidade associada à tecnologia resulta em um fenômeno cultural relevante e emergente, a partir disso, novos processos comunicacionais de funções pós-massivas (Lemos, 2007) em uma era de comunicação ubíqua (Pellanda, 2013). Os sujeitos narram a si mesmos nos ambientes, através de selfies postadas, em um primeiro momento, na plataforma Instagram, o primeiro site de rede social nativo mobile, ou seja, projetado para rodar em dispositivos móveis (Montardo, 2018).

Com isso, os espaços urbanos são incessantemente narrados. Os usuários alimentam a rede com informações sobre lugares, públicos ou privados. Foursquare e Swarm dão lugar ao Instagram na busca da representação visual construída através da publicação de imagens com a

⁴ Disponível em <https://transmedialiteracy.org>

hashtag dos nomes de cidades.

Sarlo (2014) questiona a dissolução do território ou a desterritorialização da cidade em suas representações. A cibercidade se sobreprime à cidade cabeada para a televisão ou serviços de telefonia, e à cidade de clusters celulares ou ondas de satélite (Sarlo, 2014). “Todo este conjunto forma uma cidade virtual sobre a cidade real, mesmo que a virtualidade seja sustentada pela infraestrutura material” (Sarlo, 2014:205).

E narrar os espaços urbanos torna-se relevante, pois como pensa Bauman (2009), as cidades se transformaram em depósitos dos problemas causados pela globalização. “É nos lugares, e graças aos lugares, que os desejos se desenvolvem, ganham forma, alimentados pela esperança de realizar-se, e correm risco de decepção (Bauman, 2009: 35).

Além das redes sociais, há outras possibilidades de comunicação e de interação trazidas pelas tecnologias móveis, em discussões propostas por alguns investigadores. As plataformas de streaming representam uma nova forma de acesso a produtos da indústria cultural numa relação importante com os usuários. Os sujeitos desenham dinâmicas e trajetões de consumo tanto em deslocamento quanto em casa, tornando-se foco das preocupações das pesquisas com a audiência em múltiplas telas e transmídia *storytelling* (Jenkins, 2007; Scolari, 2013).

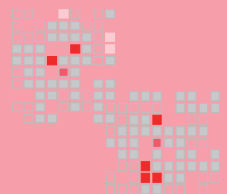
As telas que acompanham os sujeitos em todos os lugares são parte de um ecossistema de plataformas, descritas por Van Dijck; Poell; De Waal (2018) como a promessa de oferta de serviços personalizados e contribuição para a inovação e o crescimento econômico. Entendem que as plataformas não causam uma revolução, mas estão gradualmente se infiltrando e convergindo com as instituições e práticas, através das quais as sociedades democráticas estão organizadas.

Nesta sociedade que se desenha, em certa medida, relacionada às plataformas, observamos que alguns temas ainda merecem ser explorados. Na dimensão das gerações, por exemplo, o interesse pelos jovens é hegemônico, mas localizam-se poucas investigações sobre a faixa etária de 60 anos ou mais, que cresce consideravelmente em termos proporcionais mundialmente e em muitos países da América Latina⁵. Neste cenário aumenta a adesão⁶ dos mais velhos ao ambiente online, amplia-se o mercado, principalmente na web, com produtos e serviços voltados para a terceira idade.

Na soma de todas as variáveis que envolvem a cultura digital, há mais desafios e perguntas de investigação do que respostas. O ecossistema torna-se a cada dia mais complexo, mas isto se justifica, pois como aponta Scolari (2018), a criação de uma interface só é possível quando vários atores entram em contato e interagem entre si. As tecnologias se transformam em diálogo com os usuários e as negociações vão sendo redesenhadas. Há sempre colaboração neste processo (Scolari, 2018). Ao escrever sobre leis da interface, o autor retira a centralidade dos artefatos, inventores ou forças sociais, sem desvalorizá-los, mas propõe inseri-los em uma rede sociotécnica de relações, intercâmbios e transformações para analisá-los numa perspectiva ecoevolutiva.

5 https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=6036:numero-de-pessoas-idosas-com-necessidade-de-cuidados-prolongados-triplicara-ate-2050-alerta-opas&Itemid=820

6 <https://www.consumidormoderno.com.br/2019/08/31/idosos-mais-conectados-pesquisa/>



Nessa conversação em que muitos participam, apresentam estratégias e táticas, Canclini (2020) reconhece que a ampliação das condutas ativas dos espectadores se expande com os dispositivos digitais e direciona suas reflexões para a alteração dos vínculos entre cultura, comunicação e cidadania. As palavras se transformam em signos de busca e se articulam algorítmicamente em um “panóptico eletrônico” para o mercado. Nesta linha, o autor questiona se podemos chamar de liberdade ou de uma nova massificação, um contexto no qual o produto localiza o consumidor, se infiltra em sua existência. O espaço de suposta abertura, livre de hierarquias, se revela submetido às decisões hierarquizadas dos que controlam os dados (Canclini, 2020). A partir das provocações de Canclini (2020) merecem atenção futura os estudos voltados à inteligência artificial, big data, e os muitos aspectos que envolvem os algoritmos em seu sentido social. Paradoxalmente, os sujeitos, na condição de usuários, vivem em plena cultura da participação, na mesma medida em que compartilham seus dados e são atravessados cotidianamente por narrativas de todas as ordens.

Discusión y conclusiones: reflexiones iniciales para un meta-análisis que ayude a redimensionar la cultura digital

Hablar de cultura digital es dar cuenta del fenómeno de globalización de la Sociedad de la Información. En ese contexto, la globalización de la cultura digital nos remite a interconexiones más extensas, inmersivas y veloces. El impacto directo de esta acelerada interdependencia es un *continuum* entre lo local, lo nacional y lo regional (Held, McGrew, Goldblatt, & Perraton, 2008). Así se tiene una interacción global, la acelerada interdependencia, mayor acción a distancia, la compresión espacio-temporal, la rápida difusión de las ideas, los bienes, la información y el capital.

La globalización de la cultura digital es el resultado directo e indirecto de la extensión global de las redes de relación y colaboración, la intensificación de la interconectividad y la aceleración de los flujos de información a través de redes y vehículos de comunicación cuyos mensajes impactan el orden mundial, afectando con ello: 1) la interconexión global de la toma de decisiones reconfigurando la agenda que confronta a los gobiernos, las corporaciones, los colectivos y los ciudadanos; 2) la estructura de las instituciones, ampliando las integraciones horizontales y verticales configurando hiperconglomerados supraterritoriales (Aart Scholte, 2008); 3) la disposición social y su distribución, generando multibrechas (género, edad, cognición, socio-económica, etc.); y 4) las fuerzas que remueven el tejido social, los gobiernos, las agencias y a las personas.

En ese entorno global, el mundo adquiere de nuevo su redondez: su condición esférica hace que los mensajes circulen de lo micro, a lo macro, desde la concepción *mcluhiana* de la aldea global. La visión retro-tribal se percibe desde la pequeña pantalla. El mundo es una pequeña plaza comercial, en el que todo se concentra y todo está unido por el sutil tejido de las redes: mediáticas, empresariales, escolares, económicas, políticas e ideológicas. La hipermodernidad se apodera del contexto global y la comunicación es la encargada de hacer que los patrones de comportamiento y los valores de los unos hegemónicos se vuelvan casi omnipresentes. En ese contexto post industrial (Bell, 1994) y *telematizado*, resuena el conflicto de las identidades y las hibridaciones resultantes de una mezcla de consumos culturales y mediáticos *hipe-*

rindividualizados. La comunicación trasciende a los contextos culturales. El mundo es uno y, a la vez, parecen muchos. La *monocultura* derivada es parte de los grandes dilemas a resolver.

La figura del *prosumidor* compete con la supresión de los monopolios públicos y privados. Sin embargo, es la iniciativa privada el gran motor de la Sociedad de la Información⁷. El ciudadano como soberano consumidor es el resultado de la inclusión de la libertad de expresión comercial como derecho humano fundamental para garantizar la democracia universal. Las esferas pública, privada y comercial convergen con la esfera cívica y axiológica. La comunicación quiere asegurar un servicio universal.

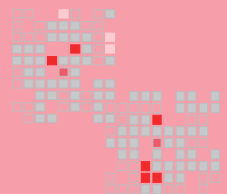
La clave digital se centra no en la concentración y la industria, sino en el sujeto y en el acceso. El desarrollo se mide en nodos, ancho de banda, participación, usuarios. Las brechas no están en lo económico y lo social, sino en las conexiones y los alfabetizados digitales.

Los servicios web han tomado la red como plataforma y la información como inteligencia interior. La programación de bajo peso ha generado nuevos modelos de negocio, experiencias enriquecidas, inteligencia colectiva y mayor entramado social. Las ediciones colaborativas y las publicaciones colectivas tienen como fundamento las redes persona a persona. La cultura digital se mueve en los terrenos de la remezcla, los agregadores y *mash ups*, modificando radicalmente los formatos, las ventanas de distribución, las narrativas mediales e hipermediales, así como los beneficios generados en los usuarios de la comunicación. Se ha pasado de los mercados, medios y comunicación masiva, a los mercados, medios y comunicación de micronichos. La comunicación como experiencia es la búsqueda de nuevas formas de conexión.

Nesse contexto complexo, a audiência, como descrevíamos em estudos anteriores a uma cultura digital, torna-se participativa. Constrói-se um ecossistema dinâmico, em constante transformação, conforme práticas e normas, que vão sendo influenciadas por estes mesmos movimentos. A multiplicidade de oferta é, de uma parte, libertadora e, de outra, motivo de angústia e mal-estar, uma vez que escolher já é uma tarefa relevante. Consumir todos os episódios de uma série em um único dia ou distribuir ao longo de uma semana, escolher o filme, levá-lo consigo no smartphone, após localizar uma rede para baixá-lo, são ações cotidianas. São múltiplas senhas e dados oferecidos em troca e que alimentarão com novas informações e ofertas o já repleto ecossistema.

A noção de tempo e lugar passa a ser questionada. A memória deixa de ser memória, como conhecemos dentro de um princípio linear de pensamento – passado, presente e futuro – mas está permanentemente conectada à realidade deste tempo. Os acontecimentos do passado voltam a nos encontrar. É o retorno proporcionado especialmente pelas redes sociais na internet, nas comunidades em que as pessoas reencontram antigos colegas e amigos. Trata-se de um fenômeno que movimenta e reconfigura o presente. O que passou torna-se atual e se relaciona com os fatos deste momento, alterando de certa forma o processo de construção da memória. As mesmas redes sociais possibilitam o registro coletivo e o compartilhamento de imagens,

⁷ En mayo de 1994, Martin Bangemann, representando al sector empresarial, presentó el informe *Europa y la sociedad global de la información* y en febrero de 1995 el grupo de los G-7 reunido en Bruselas generaron un documento denominado *Toward a Global Information Infrastructure: The Promise of a New World Information Order*. Los dos documentos apelan a la libre competencia y la eliminación de obstáculos. La competencia global por los mercados digitales se relaciona con la libertad de expresión (comercial).

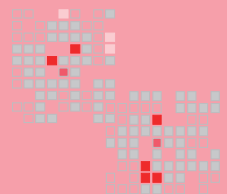


percepções, pensamentos, opiniões e sugestões a respeito de lugares, séries, livros, em uma ampla e infinita conversação. É, sem dúvida, um horizonte altamente propício para os estudos da comunicação digital, devendo considerar os significativos desafios de todas estas variáveis no contexto latino-americano.

Referências

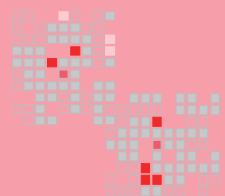
- AART SCHOLTE, J., *What is Global about Globalization?* En D. Held, & A. McGrew, *The Global Transformations Reader: An introduction to the Globalization Debate* (págs. 84-91). Cambridge, Reino Unido: Polity Press/Blacwell Publishing LTD, 2008.
- ALAIC. GT 19, *Comunicación Digital, Redes y Procesos*. Recuperado de: <https://www.alaic.org/site/grupos-de-trabajo/comunicacao-digital-redes-e-processos/> 2018
- ALAIC, GT 19: *Comunicación Digital, Redes y Procesos*. Recuperado de: <https://www.alaic.org/site/grupos-de-trabajo/comunicacao-digital-redes-e-processos/> 2020
- AMY, L., *Speed-bumps on the on-ramp to the information highway: Going online at average U. Internet and higher Education*, 1(2), 291-303. 1998
- ARRIBILLAGA, E., *Active knowledge generation by university students through cooperative learning*. 2008 ITI 6th International Conference on Information and Communications Technology, ICICT 2008, (págs. 27-32). 2008
- BACH, G., *The extra-digital axis mundi: Myth, magic and metaphor in laptop music*. *Contemporary Music Review*, 22(4), 3-9. 2003
- BARBERO, J., *The explosion of narratives and the multiplication of readings* | [Estallido de los relatos y pluralización de las lecturas]. *Comunicar*, 15(30), 15-20. 2008
- BARRETTO, S., PIAZALUNGA, R., MARTINS, D., PRADO, C., & TURINO, C. (s.f.). *Digital culture and sharing: Theory and practice of a Brazilian cultural public policy*. En *Information Resources Management: Global Challenges* (págs. 146-160). doi:10.4018/978-1-59904-102-5.ch007
- BAUMAN, Z., *Confiança e medo na cidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2009
- BEAVIS, C., *Pretty good for a girl: Gender, identity and computer games*. *Proceedings of DiGRA 2005 Conference: Changing Views - Worlds in Play*. 2005
- BEAVIS, C., & CHARLES, C., *Would the 'real' girl gamer please stand up? Gender, LAN cafés and the reformulation of the 'girl' gamer*. *Gender and Education*, 19(6), 691-705. 2007
- BEER, D., *Social network(ing) sites...revisiting the story so far: A response to danah boyd & Nicole Ellison*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(2), 516-529. 2008
- BELL, D., *El Advenimiento de la Sociedad Post-industrial*. Madrid, España: Alianza. 1994
- BOLTER, J., & GRUSIN, R., *Remediation: understanding New media*. Michigan: MIT Press. 2000
- BOYD, D., *Social media: a phenomenon to be analyzed*. In *Social Media + Society: 1-2 SAGE*. April-June 2015
- BRAZZEAL, B., & PLUTCHAK, T., *Conference report: After the e-journal: Now it really gets interesting*. *Serials Librarian*, 53(4), 177-183. 2008
- BREEN, M., *Evolving at speed: Theorizing popular music in the digital age*. *Loisir et Societe*, 21(1), 81-96. 1998
- BRUSCINO, A., *Medieval studies and digital culture*. *Archivio Storico Italiano*, 161(1), 145-150. Septiembre de 2003
- CANCLINI, N. G., *Ciudadanos reemplazados por algoritmos*. Guadalajara: Calas. 2019
- CARROLL, S., *The practical politics of step-stealing and textual poaching: YouTube, Audio-visual media and contemporary swing dancers online*. *Convergence*, 14(2), 183-204. 2008
- CHOW-WHITE, P., *Data, code, and discourses of difference in genomics*. *Communication Theory*, 19(3), 219-247. 2009
- CLEMONS, E., BARNETT, S., & APPADURAI, A., *The future of advertising and the value of social network websites: Some preliminary examinations*. *ACM International Conference Proceeding Series*, 258, 267-276. 2007

- CRAWFORD, K., *Cooperative networks enable shared knowledge*: Rapid dissemination of innovative ideas and digital culture. IFIP Advances in Information and Communication Technology, 113, 65-72. 2003
- CUSHMAN, M., & MCLEAN, R., Exclusion, inclusion and changing the face of information systems research. Information Technology & People, 21(3), 213-221. 2008
- DASCAL, M., Digital culture: Pragmatic and philosophical challenges. Diogenes, 53(3), 23-39. 2006
- DAVID, A., *Andrew Darley, Visual Digital Culture: Surface Play and Spectacle in New Media Genres* (London and New York: Routledge, 2000), 225pp. ISBN 0 415 16554 7 (hbk), 0 415 16555 5 (pbk). Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, 7(4), 114-116. Diciembre de 2001
- De VRIES, E., DEMETRIADIS, S., & AINSWORTH, S., *External representations for learning*: Headed towards a digital culture. En Technology-Enhanced Learning: Principles and Products (págs. 137-153). United Kingdom: Springer Netherlands. 2009
- del VAL, J., *Situated tékhne*. Beyond the performative: Metaformative bodies and the politics of technology in post-postmodernism. International Journal of Performance Arts and Digital Media, 2(2), 187-207. 2006
- DELWADIA, V., MARSHALL, S., & WELCH, I., *Remotely shooting asteroids on our mobile phone*. ACM International Conference Proceeding Series, (págs. 45-52). 2009
- DEUZE, M., *Participation, remediation, bricolage*: Considering principal components of a digital culture. Information Society, 22(2), 63-75. 2006
- DEUZE, M., *Journalism, citizenship, and digital culture*. Journalism and Citizenship: New Agendas in Communication, 15-28. 2009
- DONATICH, J., *Why books still matter*. Journal of Scholarly Publishing, 40(4), 329-342. 2009
- ECHEVERRÍA, J., *Culture and memory in networks* | [Cultura digital y memoria en red]. Arbor, 185(737), 559-567. 2009
- ERSTAD, O., *Electracy as empowerment*: Student activities in learning environments using technology. Young, 11(1), 11-28. 2003
- FAINTICH, M., Advances in digital sensor simulation. Proc.American Society of Photogrammetry, Fall Convention, Seattle, Washington, 1976, (American Society of Photogrammetry, Falls Church, VA) (págs. 283-287). Seattle, Washington: American Society of Photogrammetry, Falls Church, VA. Recuperado el 23 de septiembre de 2020, de <https://apps.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/a090804.pdf>, 1976
- FAINTICH, M., & GOUGH, J., *Increased sensor simulation capability as a result of improvements to the digital landmass system* (DLMS) data base. Interim report. US Defense Mapping Agency Aerospace Center, St. Louis, Mo. Advanced Technology Div. 1981
- FAINTICH, M., FIGURA, P., & QUINN, E., *The sensor image simulator*. US Defense Mapping Agency, Aerospace Center, St. Louis, Mo. Dept. of Aerospace Cartography. 1981
- FALK, L., KROYER, B., GILPIN, H., MARMILLION, V., & RESCH, M., *Rhetoric of the synthetic*: Images of the body in technology, business and culture. Proceedings of the ACM SIGGRAPH Conference on Computer Graphics, 471-472. Agosto de 1997
- FERREIRO, S., *Dealing with diversity and digital culture*. International Information and Library Review, 29(2), 237-245. Junio de 1997
- GAROFALAKIS, J., & KOSKERIS, A., *Digital divide and rural communities*: Practical solutions and policies. En Handbook of Research on Overcoming Digital Divides: Constructing an Equitable and Competitive Information Society (págs. 386-408). Grecia: IGI Global. 2009
- GERE, C., *Brains-in-vats, giant brains and world brains*: The brain as metaphor in digital culture. Studies in History and Philosophy of Science Part C :Studies in History and Philosophy of Biological and Biomedical Sciences, 35(2), 351-366. 2004
- GIDDINGS, S., *Dionysiac machines*: Videogames and the triumph of the simulacra. Convergence, 13(4), 417-431. 2007
- GIRDWOOD, J., *(Re)Conceptualising mnemonic technology in light of hermeneutic ontology*. Archival Science, 9(3), 143-155. 2009
- GOGGIN, G., *Adapting the mobile phone*: The iPhone and its consumption. Continuum, 23(2), 231-244. 2009
- GONZÁLEZ Valdés, D., ALEMÁN Sánchez, P., DÍAZ Ortega, L., & ACOSTA Acosta, E., *Impact of information on Cuban society and Stomatology* | [Impacto de la informatización en la sociedad y estomatología cubanas]. Revista Cubana de Estomatología, 44(2). 2007
- GREGG, M., & DRISCOLL, C., *Message me*: Temporality, location and everyday technologies. Media International Australia, 128, 128-136. 2008



- HAND, M., *Making digital cultures: Access, interactivity, and authenticity*. EUA: Ashgate Publishing Ltd. 2008
- HAYASHI, E., & BARANAUSKAS, M., *Communication and expression in social networks: Getting the “making common” from people*. 2009 Latin American Web Congress - Joint LA-WEB/CLIHIC Conference, (págs. 131-137). 2009
- HELD, D., MCGREW, A., GOLDBLATT, D., & PERRATON, J., *Rethinking Globalization*. En D. Held, & A. McGrew, *The Global Transformations Reader: An Introduction to the Globalization Debate* (págs. 60-66). Cambridge, Reino Unido: Polity Press/Blackwell Publishing LTD. 2008
- HINDAL, S., & WYLLER, E., *The Norwegian Archive, Library and Museum Authority – our role in a society based on knowledge and culture*. *Library Review*, 53(4), 207-2012. 2004
- HOBSBAWN, E., *Era dos extremos. O breve século XX 1914-1991*. São Paulo: Companhia das Letras. 1995
- HUGHES, J., & LANG, K., *Transmutability: Digital decontextualization, manipulation, and recontextualization as a new source of value in the production and consumption of culture products*. *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, (pág. 165a). 2006
- IHAMAKI, P., *Geocaching at the Institute of Paasikivi - New ways of teaching GPS technology & basics of orientation in local geography*. *New Trends in ICT and Accessibility - Proceedings of the 1st International Conference in Information and Communication Technology and Accessibility, ICTA 2007*, 155-158. 2007
- JENKINS, H., *Transmedia Storytelling 101*. 2007. Disponível em: <http://www.henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html>. 2007
- JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J., *Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo: Aleph. 2014
- JENKINS, H.; ITO, M.; BOYD, D., *Participatory culture in a networked era. A conversation on Youth, learning, commerce, and politics*. Cambridge: Polity Press. 2016
- KAFAI, Y., BURKE, W., & FIELDS, D., *What videogame making can teach us about access and ethics in participatory culture*. *Breaking New Ground: Innovation in Games, Play, Practice and Theory - Proceedings of DiGRA 2009*. 2009
- KLUCKHOHN, C., & KROEBER, A., *Culture, A Critical Review of Concepts and Definitions*. Cambridge, MA.: Museum of American Archaeology and Ethnology. 1952
- KONG, S., *The development and validation of an information literacy model for Hong Kong students: Key issues in the professional development of teachers for capacity building*. *Technology, Pedagogy and Education*, 16(1), 57-75. 2007
- KOSIMAA, R., *Cybertext challenge: Teaching literature in the digital world*. *Arts and Humanities in Higher Education*, 6(2), 169-185. 2007
- LABADIE, J., *The graphical interface in the digital millennium: The past is present*. *Proceedings of the International Conference on Information Visualisation*, 942066, 245-247. Enero de 2001
- LANG, K., SHANG, D., & ZICKLIN, R., *Designing markets for open source production of digital culture goods*. *ACM International Conference Proceeding Series*, 258, 283-292. 2007
- LANG, K., SHANG, R., & VRAGOV, R., *Strategies for providing digital culture goods in the presence of consumer sharing and content co-creation*. 19th Workshop on Information Technologies and Systems, WITS 2009, 103-108. 2009
- LEE, J., *Contesting the digital economy and culture: Digital technologies and the transformation of popular music in Korea*. *Inter-Asia Cultural Studies*, 10(4), 489-506. 2009
- LEMOES, A., *Cidade e Mobilidade. Telefones Celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais*. In: *Matrizes, Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação*. N. 1, v. 1. São Paulo: USP. 2007
- LIEVROUW, L., *New media, mediation, and communication study*. *Information Communication and Society*, 12(3), 303-325. 2009
- LIGHT, B., & SAWYER, S., *Digital culture: Blurred boundaries and ethical considerations*. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 7(1), 25-29. 2009
- LIVINGSTONE, S., *Internet literacy: a negociação dos jovens com as novas oportunidades on-line*. São Paulo: Matrizes, ano 4 – Número 2 jan./jun.2011. 2011

- LIVINGSTONE, S., *Children and the internet*. Cambridge, Inglaterra: Polity Press. 2009
- LIVINGSTONE, S., & MILLWOOD Hargrave, A., *Harmful to Children? Drawing Conclusions from Empirical Research on Media Effects*. En U. Carlsson, Regulation, Awareness, Empowerment. Young People and Harmful Media Content in the Digital Age. Gothenburg, Suecia: Nordicom. 2006
- LOVE, G., *Technological and logical conversions of digital cultures*. WMSCI 2006 - The 10th World Multi-Conference on Systemics, Cybernetics and Informatics, Jointly with the 12th International Conference on Information Systems Analysis and Synthesis, ISAS. 2006
- LUNSFORD, A., *Writing Matters: Rhetoric in public and private lives*. En A. Lunsford, Writing Matters: Rhetoric in Public and Private Lives (págs. 1-90). EUA: University of Georgia Press. 2007
- MANOVICH, L., *The language of new media*. Cambridge: MIT Press. 2001
- MANOVICH, L., *Software Takes Command*. New York: Bloomsbury Academic. 2013
- MARTÍN-BARBERO, J., *A mudança na percepção da juventude: sociabilidades, tecnicidades e subjetividades entre os jovens*. In: Borelli, S. H. S.; Freire Filho, J. (Orgs.). Culturas Juvenis no século XXI. 1. ed. São Paulo: Educ. 2008
- MASON, I., *Virtual preservation: How has digital culture influenced our ideas about permanence? Changing practice in a national legal deposit library*. Library Trends, 56(1), 198-215. 2007
- MATTISON, D., *Looking for good art web resources and image databases part three general and U.S. tools*. Searcher:Magazine for Database Professionals, 12(10), 24-32. 2004
- MCLEAN, R., & WAINWRIGHT, D., *Social networks, football fans, fantasy and reality: How corporate and media interests are invading our lifeworld*. Journal of Information, Communication and Ethics in Society, 7(1), 54-71. 2009
- MERCHANT, G., *Electric involvement: Identity performance in children's informal digital writing*. Discourse, 26(3), 301-314. 2005
- MIAH, A., & RICH, E., *The Medicalization of Cyberspace*. United Kingdom: Routledge Taylor & Francis Group. 2008
- MINK, A., *Digital sensor simulation at the defense mapping agency aerospace center*. Proceedings of SPIE - The International Society for Optical Engineering, 238, 392-399. 1980
- MIRZOEFF, N., *Ghostwriting: Working out visual culture*. Journal of Visual Culture, 1(2), 239-254. 2002
- MITCHELL, C., REID-WALSH, J., & PITHOUSE, K., *'And what are you reading, miss? Oh, it is only a website': The new media and the pedagogical possibilities of digital culture as a South African 'teen guide' to HIV/AIDS and STDs*. Convergence, 10(1), 80-92. 2004
- MONTARDO, S.P., *Selves en instagram: implicaciones de una plataforma en la configuración de un objeto de investigación*. Ponencia presentada a: GT 19 Comunicación Digital, Redes y Procesos, Congresso Alaic. (Memorias, págs 378-383). 2018
- MONTGOMERY, K., & CHESTER, J., *Interactive Food and Beverage Marketing: Targeting Adolescents in the Digital Age*. Journal of Adolescent Health, 45(3 Suppl.), 518-529. 2009
- MORI, Y., *Reconsidering cultural hybridities: Transnational exchanges of popular music in between Korea and Japan*. In: Cultural Studies and Cultural Industries in Northeast Asia: What a Difference a Region Makes (págs. 213-230). Hong Kong: Hong Kong University Press, HKU. 2009
- NAKAMURA, L., *Don't hate the player, hate the game: The racialization of labor in World of Warcraft*. Critical Studies in Media Communication, 26(2), 128-144. 2009
- NOSS, R., *For a learnable mathematics in the digital culture*. Educational Studies in Mathematics, 48(1), 21-46. 2001
- PALLAS, J., & ECONOMIDES, A., *Evaluation of art museums' web sites worldwide*. Information Services and Use, 28(1), 45-57. 2008
- PEARCE, C., FULLERTON, T., FRON, J., & MORIE, J., *Sustainable play: Toward a new games movement for the digital age*. Games and Culture, 2(3), 261-278. 2007
- PELLANDA, E. C., *Entrevista Eduardo Pellanda: A era da ubiquidade*. In Ed Wilson Araujo, Lucas Reino, Marco Antônio Gehlen Gehlen, Thaísa Bueno. IN CAMBIASSU – EDIÇÃO ELETRÔNICA, Revista Científica do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão - UFMA - ISSN 2176 - 5111 São Luís - MA, julho/dezembro de 2013 - Ano XIX - No 13, 2013



- PEPLER, K., & KAFAY, Y., *What videogame making can teach us about literacy and learning*. Alternative pathways into participatory culture. 3rd Digital Games Research Association International Conference: "Situated Play", DiGRA 2007, 369-376. 2007
- PROULX, S., *Trajectories of communication technology usage: Appropriating digital culture in the «knowledge society»* | [Trajectoires d'usages des technologies de communication: Les formes d'appropriation d'une culture numérique comme enjeu d'une «société du savoir»]. *Annales des Telecommunications/Annals of Telecommunications*, 57(3-4), 180-189. 2002
- REYMAN, J., *The rhetoric of intellectual property: Copyright law and the regulation of digital culture*. Illinois, United States: Routledge Taylor & Francis Group. 2009
- RHODES, S., & NEACSU, D., *Preserving and ensuring long-term access to digitally born legal information*. *Information and Communications Technology Law*, 18(1), 39-74. 2009
- RHYNE, C., *Digital Culture and Art History: High-Quality Images Are Available Now*. *Art Bulletin*, 80(1), 193. Marzo de 1998
- ROBERT, V., & ROBERT, L., *The Icon of city in digital culture*. *Urbani Izziv*, 14(2), 85-89. 2003
- SÁNCHEZ, E., *Innovative teaching/learning with geotechnologies in secondary education*. *IFIP Advances in Information and Communication Technology*, (págs. 65-74). 2009
- SARLO, B., *A cidade vista: mercadorias e cultura urbana*. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes. 2014
- Schoonmaker, S., *Globalization from below: Free software and alternatives to neoliberalism*. *Development and Change*, 38(6), 999-1020. 2007
- SCOLARI, C., *Hipermediaciones*. Elementos para una teoría digital interactiva. Barcelona, España: Gedisa. 2008
- SCOLARI, C., *Las leyes de la interfaz: Diseño, ecología, evolución, tecnología*. Barcelona: Gedisa. 2018
- SCOLARI, C., *Transmedia literacy in the new media ecology: White paper*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra. Departament de Comunicació, 2018. Disponible em: <https://hipermediaciones.com/2018/03/19/transmedia-literacy-i/>. Acesso em 8 set. 2018. 2018
- SCOLARI, C., *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona, Espanha: Deusto. 2013
- SILVER, D., *Internet/cyberculture/digital culture/new media/fill-in-the-blank studies*. *New Media and Society*, 6(1), 55-64. Febrero de 2004
- STRAUSS, W., & FLEISCHMANN, M., *Artistic practice as construction and cultivation of knowledge space*. *Leonardo*, 37(2), 141-146. 2004
- TANZI, D., *Digital time: Complexity and perception*. International Computer Music Conference, ICMC 2008. 2008
- TAPSCOTT, D., *A hora da geração digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos*. Trad. Marcello Lino. Rio de Janeiro: Agir Negócios. 2010
- TOMPKINS, P., *Quality in community college libraries*. *Library Trends*, 44(3), 506-525. Obtenido de https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/8045/librarytrendsv44i3e_opt.pdf?sequence=1&isAllowed=y, Diciembre de 1996
- TURKLE, S., *Diálogo com Sherry Turkle*. Memória na tela. In Casalegno Federico. Memória cotidiana. Comunidades e comunicação na era das redes. Porto Alegre: Sulina, 2006.
- UNESCO., México *Declaración Final Report*. World conference on Cultural Policies (July 20-August 1982). México: UNESCO. 1982
- VAN DIJCK, J., & NIEBORG, D., *Wikinomics and its discontents: A critical analysis of Web 2.0 business manifestos*. *New Media and Society*, 11(5), 855-874. 2009
- VAN DIJCK, J.; POELL, T.; De WAAL, M., *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. [S. l.]: Oxford University Press. E-book. Disponible em: <https://play.google.com/store/books/details?id=wLhwDwAAQBAJ2018>
- WATKINS, J., & RUSSO, A., *Developing communities and collections with new media and information literacy*. *Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 390-394. 2005
- WELLS, P., *Animation and digital culture*. En *American Thought and Culture in the 21st Century* (págs. 291-305). Edinburgh: Edinburgh University Press. 2008
- WILLET, R., *Technology, pedagogy and digital production: A case study of children learning new media skills*. *Learning, Media and Technology*, 32(2), 167-181. 2007