



espacio abierto

Cuaderno Venezolano de Sociología



**EN FOCO: 25 años de
Sociología II.
Los nuevos desarrollos.**



Auspiciada por la International Sociological Association (ISA),
la Asociación Latinoamericana de Sociología (ALAS)
y la Asociación Venezolana de Sociología (AVS)

Vol.25
Octubre - Diciembre
2016

4



Recordar el pasado, pensar el futuro: Sociología, comunicación y cultura digital

*Dorismilda Flores-Márquez**

Resumen

Este artículo trata sobre la cultura y la comunicación digital, en el marco de la sociología. Para esto, propongo primero una breve mirada al pasado, para identificar la sociología como una de las fuentes de origen de los estudios de comunicación. Posteriormente, se enfoca en internet, la emergencia de la comunicación y la cultura digital, así como el interés científico sobre ellos. Se enfatizan dos tipos de transformaciones: en las prácticas y en los marcos teórico-metodológicos para su estudio. Finalmente, se identifican algunas redes académicas en sociología, comunicación y estudios de internet, en las cuales se sostienen vibrantes discusiones acerca de estos objetos.

Palabras clave: Internet; comunicación digital; cultura digital

Recibido 08-07-2016 / Aceptado: 11-08-2016

* Universidad de la Salle Bajío. León-Guanajuato, México.
E-mail: dorixfm@gmail.com

Remembering the past, thinking about the future: Sociology, communication and digital culture.

Abstract

This article is about digital culture and communication, framed by sociology. I doing so, I propose first a brief look to the past in order to identify sociology as one of the sources of communication studies. Later, I focus on internet, the emergence of digital culture and communication as well as the scientific interest about them. Thus, I emphasize two kinds of transformations: in the practices, and in the theoretical and methodological frameworks to their study. Finally, I point out some scholar networks in sociology, communication and internet studies, that sustain vibrant discussions about these objects.

Keywords: Internet; digital communication; digital culture

*Now our lives are changing fast.
Arcade Fire*

El inicio de la computación personal se sitúa en la década de 1970, pero la expansión de internet ocurrió 20 años después. 1991 fue clave en su internet. El 6 de agosto de ese año, Tim Berners-Lee publicó un resumen de su proyecto, la World Wide Web, que posteriormente representaría la transformación de la red del texto al hipertexto. Después vinieron los proveedores de servicios de internet, que al hacer la red comercialmente disponible, contribuyeron a su expansión (Vaughan-Nichols, 2011). En estos 25 años, la red ha seguido cambiando y, con ella, las formas de verla se han transformado también.

En este artículo se abordan los estudios de internet, comunicación y cultura digital en relación con la sociología. En las siguientes secciones se ubican los vínculos entre los campos de la sociología y la comunicación; se aborda la emergencia de la comunicación y la cultura digital; se presenta un breve recuento de las transformaciones en las prácticas en distintos escenarios; se señalan elementos básicos de las perspectivas teórico-metodológicas desde las cuales se abordan estos objetos; y, finalmente, se identifican algunas redes académicas en las cuales se ha desarrollado la discusión.

Quiero enfatizar el carácter parcial de este ensayo. La intención fue recuperar elementos significativos de la investigación sobre comunicación y cultura digital en los 25 años más

recientes. No hubo una intención abarcadora, porque se asume que es imposible conocerlo y registrarlo todo. Como revisión parcial, puede presentar omisiones importantes. Sin embargo, el valor de este ensayo pretende ser situar algunos elementos clave para la reflexión sobre las transformaciones en nuestro campo y detonar la discusión.

Revisar el pasado: Sociología y comunicación

Durkheim, Marx y Weber han sido reconocidos como autores clásicos de la sociología, en la tradición occidental. A ellos se atribuyen las preguntas que detonaron amplias tradiciones sociológicas, en torno al funcionamiento de las instituciones, el conflicto y el poder, respectivamente (Wallerstein, 1999). Estos autores han sido identificados con las tradiciones funcionalista, crítica y comprehensiva, respectivamente.

En la primera mitad del siglo XX, distintas disciplinas convergieron en preguntas por los procesos de comunicación: la sociología, la psicología, la ciencia política, la cibernética, entre otras. La sociología fue uno de los orígenes de los estudios de comunicación como campo, aunque no fue el único. La sociología de la comunicación de masas, heredera de la tradición funcionalista de Durkheim, se desarrolló principalmente en Estados Unidos y se concentró en preguntas sobre la propaganda, los efectos de los medios, la influencia de los líderes de opinión y la dinámica de grupos (De Moragas i Spá, 1990; Mattelart & Mattelart, 1997). La Escuela de Frankfurt y su teoría crítica, heredera de la tradición marxista, se desarrolló primero en Europa y se concentró en preguntas por la cultura de masas, las industrias culturales y la dominación (Maigret, 2005; Mattelart & Mattelart, 1997). Hubo otras importantes tradiciones, tanto en el origen como en el desarrollo y consolidación del estudio de los medios y la comunicación en el siglo XX, pero no es asunto de este artículo realizar una revisión exhaustiva del campo sino situar los vínculos entre sociología, estudios de comunicación y estudios de internet.

El estudio de los medios y los procesos de comunicación ha sido relevante para la sociología por diversas razones. Thompson (1995) argumentó que para comprender la modernidad era necesario entender primero el desarrollo de los medios de comunicación y su impacto en las sociedades. En esto coincide Martín-Barbero (2010, p. XXIX), quien reconoce el lugar de los medios como “espacios claves de condensación e intersección de múltiples redes de poder y de producción cultural”. También Castells (2001) ha planteado que la revolución tecnológica, centrada en las tecnologías de información y comunicación, está profundamente vinculada a la reestructuración del modo capitalista de producción, a partir de la década de 1980. En ese sentido, de acuerdo con Martín-Barbero:

Lo que la revolución tecnológica de este fin de siglo introduce en nuestras sociedades no es tanto una cantidad inusitada de nuevas máquinas sino un nuevo modo de relación entre los procesos simbólicos —que constituyen lo cultural— y las formas de producción y distribución de los bienes y servicios: un nuevo modo de producir, inextricablemente asociado a un nuevo modo de comunicar, convierte al conocimiento en una fuerza productiva directa (Martín-Barbero, 2002).

Desde la sociología, los medios y la tecnología no son relevantes por sí mismos, sino porque a través de su estudio podemos comprender las sociedades contemporáneas. En los estudios de comunicación, la pregunta central es cómo construimos sentido juntos (Fuentes Navarro & Luna Cortés, 1984), se trata de una pregunta por un proceso transversal a otros procesos y contextos, que nos permite, entre otras cosas, ser sociedad.

La comunicación y la cultura digital

Las tecnologías de información y comunicación, principalmente internet, se han vuelto cada vez más relevantes en la vida social, política y económica de nuestros tiempos. En estas décadas se han registrado cambios relacionados con la incorporación de la tecnología en distintas esferas. De modo más evidente, se aprecia la transformación en las formas de producción y consumo, así como de interconexión alrededor del mundo, la disolución del modelo *masivo*, la incorporación a la expresión pública por parte de actores sociales que no habían tenido acceso a los medios tradicionales (Castells, 2001; Jensen, 2010; Martín-Barbero, 1987, 2002; Scolari, 2008; Trejo Delarbre, 2016).

Sin embargo, se trata también de un entorno en el cual son cada vez más evidentes y radicales las desigualdades. Desde finales de los años 80, Jesús Martín-Barbero (1987) sostenía que “lo que las nuevas tecnologías ponen al descubierto [...] es el desfase entre la nueva era ‘de la información’ y la vieja organización social y política aún moldeada sobre los restos de la Revolución Industrial” (p. 188).

En términos generales, la discusión sobre comunicación digital se refiere a los procesos de producción, circulación y consumo de contenidos, en entornos interconectados tecnológicamente. Se caracterizan por la digitalización, la reticularidad, la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad (Scolari, 2008). El estudio de estos objetos se ha integrado en una zona interdisciplinaria relativamente joven. Desde distintas vías de llegada, los estudios de comunicación mediada por computadora, cibercultura, nuevos medios e internet han sido convergentes en interrogar la comunicación en línea.

La línea de comunicación mediada por computadora registró un interés inicial en las tecnologías y las posibilidades de interacción a través de ellas, desde en los años 70. Para la siguiente década, ya se vislumbraba la capacidad de agencia de los usuarios. En los años siguientes han continuado sus aportaciones al estudio de la comunicación en entornos virtuales (Baym, 2002).

La línea de cibercultura se ha concentrado en el estudio del lenguaje, las relaciones y los grupos sociales en los entornos digitales. Dos conceptos clave han sido comunidad e identidad. Dos obras pioneras en esta línea fueron *The virtual community* de Howard Rheingold, publicado en 1993, cuyo concepto central es comunidad; y *Life on the screen* de Sherry Turkle, publicado en 1995, cuyo concepto clave es identidad (Silver, 2000). Los estudios críticos de cibercultura incorporaron la contextualización histórica, social y cultural de los procesos de comunicación en internet (Scolari, 2008; Silver, 2006).

El estudio de los *nuevos* medios se ha interesado por el reconocimiento de los cambios y continuidades en los procesos de comunicación en medios, con la aparición de nuevas

generaciones de medios digitales interactivos (Scolari, 2008; Silverstone, 1999). De hecho, *tomaron prestados* conceptos de las tradiciones clásicas en los estudios de medios: los efectos de los medios, la teoría de los usos y gratificaciones, los estudios de audiencias, la economía política crítica, la ecología mediática y los estudios culturales (Gillespie, Boczkowski & Foot, 2014). En esta línea se ha abordado la incorporación de los *nuevos* medios a un complejo ecosistema mediático y a la vida cotidiana de los sujetos.

Los estudios de internet se reconocen como un punto de convergencia entre todos los abordajes anteriores (Burnett, Consalvo & Ess, 2010; Ess & Consalvo, 2011; Silver, 2006). Según Ess y Consalvo (2011, p. 1), la especificidad de esta línea descansa en el estudio de distintos tipos de comunicación e interacción humana facilitados por internet, es decir, el énfasis se sitúa más en los procesos comunicativos que en las tecnologías que los hacen posibles. Se abordan los aspectos políticos, económicos, culturales, psicológicos, entre otros, sobre las tecnologías, sus usos, contextos y políticas (Dutton, 2013).

Finalmente, de acuerdo con Dutton y Graham (2014), las grandes preguntas de los estudios contemporáneos de internet se concentran en el poder y la influencia, la equidad y las brechas, la calidad y la diversidad, las jerarquías y las redes, la identidad y la comunidad, la libertad de expresión y la conexión, la privacidad y la seguridad, la construcción social de la tecnología, así como la gobernanza de internet. Estas tradiciones de estudio, en cuyos inicios se planteaban abordajes descriptivos han transitado hacia análisis más complejos de las prácticas de los usuarios, los contextos de uso de las tecnologías y los vínculos con otras esferas de la vida social.

Las transformaciones en las prácticas

La incorporación de internet ha tenido implicaciones en distintos escenarios de la vida social, como la vida cotidiana, la educación, la política, la salud, las empresas y, por supuesto, el arte y las industrias creativas, como se verá en los siguientes párrafos.

En la vida cotidiana, ha habido una ampliación en la capacidad de comunicarse simultáneamente mediante distintas vías con otras personas y/o grupos de personas y un borramiento de los límites entre lo público y lo privado (Flores, 2010; Gómez, 2012).

En la educación las tecnologías han sido elementos clave en los cambios, a partir de la incorporación de recursos digitales tanto en lo formal como en los espacios y recursos de libre acceso (Brunner, 2002; Cobo & Moravec, 2011). Wikipedia ha sido central para el cuestionamiento de la gestión del conocimiento basado en saberes expertos y la opción por el conocimiento abierto, cuya producción se da en una lógica colaborativa y reticular (Ricaurte-Quijano & Carli Álvarez, 2016).

En el escenario político, distintos grupos de la sociedad civil han apropiado las redes digitales para diversos propósitos. El movimiento zapatista tuvo su primer sitio web desde 1994 —antes que la propia Presidencia de la República en México— (Islas, López & Gutiérrez, 2000). En los años recientes, la presencia de las redes sociodigitales fue clave en la Primavera Árabe en los países del norte de África, los Indignados en España, Occupy Wall Street en Estados Unidos, #YoSoy132 en México, la Nuit Debout en Francia, entre

otros (Castells, 2012; Gómez & Treré, 2014; Pleyers, 2016; Reguillo, 2013; Toret, 2013). De ahí que algunos autores hablen de movimientos en red y de tecnopolítica (Castells, 2012; Toret, 2013). Han surgido colectivos hacktivistas como Anonymous y WikiLeaks, que han abierto discusiones sobre libertad de expresión, privacidad y transparencia de la información (Assange, Appelbaum, Müller-Maguhn & Zimmermann, 2012; Brevini, Hintz & McCurdy, 2013; Coleman, 2013; Olson, 2013). En el lado de la política formal también ha habido experiencias en torno a las redes, para favorecer la participación ciudadana (Ferro & Molinari, 2010; Hepburn, 2012).

El escenario de la salud ha experimentado en los años recientes un cruce interesante con la industria de los videojuegos, mediante la aplicación de tecnologías de realidad virtual, como Oculus Rift, con propósitos terapéuticos (Kateros et al, 2015).

En el escenario empresarial ha sido muy evidente, por un lado, el crecimiento inusitado de las grandes corporaciones tecnológicas, como Microsoft, Apple, Google y Facebook, que protagonizan grandes luchas en términos principalmente económicos, pero también políticos y culturales. Se observa algo que ya habíamos visto con los medios tradicionales: la tendencia hacia la concentración de la propiedad, que implica una orientación hacia prácticas monopólicas, un cuestionamiento sobre la privacidad y la gestión de los datos personales, así como sobre sus relaciones con las agencias de seguridad en Estados Unidos (Arthur, 2015; Puddephatt, 2011). Pero también se observa la proliferación de nuevos modelos de negocios basados en intercambios comerciales en línea sin intermediarios, que han posibilitado la inserción de otros actores en las prácticas económicas de alcance global (Jonas, 2016).

Finalmente, en el escenario del arte y las industrias creativas, han sido evidentes las transformaciones. Con internet, se han gestado nuevos circuitos de producción y circulación de productos artísticos y/o mediáticos. El periodismo ha vivido cambios importantes con la multiplicación de recursos digitales y la orientación hacia la cobertura en tiempo real, que ya existía en la era de la televisión, pero que se ha intensificado con las redes (Salaverría & García Avilés, 2008).

En ninguno de estos escenarios puede atribuirse la responsabilidad total de los cambios a la incorporación de las tecnologías, pero sin duda éstas se han entrelazado con otros factores sociohistóricos en la gestación de los cambios que hoy son parte de nuestro pasado inmediato y nuestro presente:

La innovación tecnológica no es un acontecimiento aislado. Refleja un estado determinado de conocimiento, un entorno institucional e industrial particular, una cierta disponibilidad de aptitudes para definir un problema técnico y resolverlo, una mentalidad económica para hacer que esa aplicación sea rentable, y una red de productores y usuarios que puedan comunicar sus experiencias de forma acumulativa, aprendiendo a utilizar y crear (Castells, 2001, p. 63).

Las transformaciones en las miradas

En estos 25 años, la red se ha estudiado desde distintos encuadres teóricos. En este ensayo, me centraré en dos propuestas teóricas relativamente recientes, las de Manuel Castells y Klaus Bruhn Jensen. Ambas convergen en la consideración de la comunicación digital en un marco más amplio de contextos y prácticas de comunicación. Ambos autores presentan desplazamientos importantes respecto a sus propuestas teóricas previas.

Castells (2009), desde la sociología, ha planteado en *Communication power* un marco de análisis social de la comunicación. Considerando el alcance, la comunicación solía dividirse en interpersonal y masiva. Con la emergencia de internet, el autor identifica una tercera forma de comunicación, que llama auto-comunicación de masas. Es *auto* porque los contenidos son auto-generados, auto-dirigidos y auto-seleccionados en internet, pero también es de masas por el alcance. Las tres formas coexisten en el entorno mediático contemporáneo, el cual ha experimentado una serie de cambios: la transformación tecnológica, desplazamientos en la estructura organizacional / institucional de la comunicación, tensiones en la dimensión cultural y expresión de relaciones sociales de poder. Años antes, su trilogía *The information age* estuvo focalizada en la revolución informática y sus implicaciones en lo social, el concepto clave era información. En *Communication power* el concepto clave fue comunicación.

Jensen (2010), desde los estudios de medios, en *Media convergence. The three degrees of network, mass, and interpersonal communication*, parte del reconocimiento de las materialidades de la comunicación. Con base en ellas, plantea la existencia de tres grados de comunicación que corresponden a medios materiales. El primer grado se refiere al cuerpo y las herramientas, entendiendo al cuerpo humano como la primera condición material para la comunicación interpersonal. El segundo grado se refiere a las tecnologías, como los medios masivos y la reproducción técnica. Mientras que el tercer grado se refiere a las meta-tecnologías, ya que las tecnologías digitales permiten reproducir y recombinar los medios previos de representación e interacción. En ese sentido, el autor ha propuesto desplazar los estudios de medios hacia los estudios de comunicación. Recordemos que también años antes, en *A handbook of media and communication research* y otras obras, Jensen no hablaba de estudios de comunicación sino de estudios de medios, como una apuesta por cierta especificidad del campo en torno a la investigación de los medios.

En términos de metodología, la etnografía ha tenido una presencia fuerte en los estudios de internet, desde la publicación de *Virtual ethnography* de Christine Hine, en el año 2000. La misma autora ha sugerido desplazamientos en los modos de entender y practicar la etnografía en entornos digitales: la etnografía multisituada, que enfatiza el acercamiento a los contextos de producción, *online* y *offline* (Hine, 2009) y, recientemente, la etnografía de internet en la lógica E3: incrustado, encarnado y cotidiano (*embedded, embodied, everyday*, las tres E corresponden a las iniciales en inglés). El enfoque etnográfico en los estudios de internet tiene como elemento central las prácticas que realizan los sujetos (Gómez Cruz & Ardèvol, 2013), que en contextos digitales dejan rastros que pueden ser seguidos por los investigadores, tales como comentarios, hipervínculos, registros, entre otros (Hine, 2009).

En los años recientes, se ha registrado además una tendencia creciente hacia la utilización de métodos basados en *big data* para el estudio de la comunicación en internet. El término *big data* se refiere a conjuntos de datos cuyos volúmenes, variedad y velocidad son tan grandes que requieren de técnicas estadísticas muy sofisticadas para su organización, procesamiento y análisis (Kitchin & McArdle, 2016). El empleo de este tipo de datos se orienta a la lógica cuantitativa que permite hacer generalizaciones e inferencias a partir del trabajo con grandes volúmenes de información. Estos métodos son cada vez más utilizados, aunque también han sido cuestionados, principalmente en términos éticos, ya que se discute el acceso a los datos y la protección de la privacidad.

Las redes académicas

Más allá de las transformaciones en las prácticas de comunicación en internet y de las miradas teórico-metodológicas sobre ellas, otro elemento importante para sostener la discusión es la participación de los investigadores en redes académicas. En los campos de la sociología y la comunicación hay diversas asociaciones con distintos niveles de alcance.

La International Sociological Association (ISA), fundada en 1949 bajo el auspicio de la UNESCO, reúne a los sociólogos del mundo y busca contribuir en el avance del conocimiento sociológico sobre el mundo (ISA, 2016). En ella, el comité de investigación 14 se enfoca en la sociología de la comunicación, el conocimiento y la cultura, aunque las discusiones sobre objetos de estudio de comunicación están presentes también en otros comités de investigación, como el 23 sobre sociología de la ciencia y la tecnología, el 47 sobre movimientos sociales, el 51 sobre sociocibernética, entre otros.

La International Association for Media and Communication Research (IAMCR) es la organización académica internacional más importante en el campo de la comunicación. Fue constituida en 1957, también bajo el auspicio de la UNESCO (Fuentes Navarro, 2016; Hamelink & Nordenstreng, 2016). Aunque no tiene una sección especial para los estudios de internet, se discute sobre ello en las secciones de audiencias, políticas de comunicación y tecnología, comunicación comunitaria y medios alternativos, comunicación participativa, comunicación política, así como en los grupos de trabajo acerca de brecha digital y cultura visual.

La Association of Internet Researchers (AoIR) fue fundada en 1998 (Silver, 2006). Se trata de una asociación internacional que integra investigadores de diversas áreas, cuyos objetos de estudio giran en torno a internet y la tecnología. En los congresos anuales se han abordado asuntos como los imaginarios sobre lo digital, el activismo digital, la participación, las generaciones, entre otros.

La Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC) fue constituida en 1978 y tiene como referente a la IAMCR (Fuentes Navarro, 2016). En ella, el grupo temático 19 está dedicado a la comunicación digital, redes y procesos. Asimismo, el grupo 10 es acerca de comunicación, tecnología y desarrollo,

Por otro lado, hay diversas publicaciones académicas focalizadas en los estudios de internet. En la segunda mitad de la década de 1990, cuando los estudios de internet comenzaron a consolidarse, iniciaron dos publicaciones significativas: el *Journal of*

Computer Mediated Communication en 1995 y *New Media & Society* en 1999 (Silver, 2006). En 2015 se presentó *Social Media + Society*.

Pensar el futuro

Esta mirada a los 25 años más recientes permite observar una serie de transformaciones en torno a internet. En términos de tecnología, se ha pasado del internet basado en texto al basado en hipertexto, de una red basada en la información a una red en la que se ha explotado la lógica reticular. Se habla ya de la red semántica y del internet de las cosas. Hemos de ver mucho más en los próximos años. En términos de prácticas, hemos visto transformaciones que se vinculan, por un lado, con la tecnología disponible, pero también y sobre todo con el contexto. Lo relevante aquí no es la presencia de internet por sí mismo, sino la capacidad de los sujetos para apropiarlo y transformarlo. En términos de miradas teórico-metodológicas sobre la comunicación en internet, hemos conocido distintas propuestas y hemos optado por algunas y no por otras, hemos visto también que en los tiempos recientes hay propuestas convergentes que consideran a la comunicación en internet en relación con otras formas y contextos de comunicación. Finalmente, hemos visto cómo en las redes académicas ha crecido el interés por discutir sobre comunicación y cultura digital.

En estos años también hemos visto cómo la globalización como proceso ocupa un lugar central en las discusiones de sociología y comunicación. De manera específica, la discusión sociológica contemporánea se ha orientado, entre otros asuntos, a pensar en la sociología global, la sociología del sur y la sociología del futuro o de las posibilidades (De Sousa Santos, 2006; Schulz, 2015; Wieviorka, 2015).

Resulta significativo que los temas de dos congresos internacionales sobre sociología y comunicación hayan hecho referencia al tiempo este año. El ISA Forum de la International Sociological Association, celebrado en julio en la Universidad de Viena, fue nombrado “The futures we want: Global sociology and the struggles for a better world” / “Los futuros que queremos: Sociología global y las luchas por un mundo mejor” (ISA, 2015). La IAMCR Conference que se llevó a cabo también en julio en la Universidad de Leicester, se llamó “Memory, commemoration and communication: Looking backwards, looking forward” / “Memoria, conmemoración y comunicación: Mirar atrás, mirar adelante” (IAMCR, 2015) y el planteamiento era justamente mirar hacia atrás para poder mirar hacia adelante e intervenir sobre la realidad social.

Mientras en las redes académicas se piensa en el futuro y en las posibilidades de cambio social, en el mundo somos testigos del fortalecimiento de posiciones conservadoras que van en contra de los derechos que tanto costó alcanzar y que producen nuevas olas de discriminación y represión, así como de afanes de control y comercialización de las redes. Internet puede entenderse como un espacio desde donde es posible transformar la realidad, pero también como un espacio de reproducción del orden social dominante (Coleman, 2010). Es un buen momento para recordar las ideas revolucionarias que estuvieron presentes en el origen de la World Wide Web: descentralización, no discriminación, diseño

desde abajo, universalidad y consenso (Berners-Lee, 2015). “Now our lives are changing fast”, dice la canción de Arcade Fire. Ojalá tengamos la capacidad y la valentía para ser actores centrales en esos cambios.

Referencias Bibliográficas

- Arthur, C. (2015). **Las guerras digitales. Apple, Google, Microsoft y la batalla por internet**. México: Editorial Océano.
- Assange, J., Appelbaum, J., Müller-Maguhn, A. & Zimmermann, J. (2012). **Cypherpunks. La libertad y el futuro de internet**. México: Editorial Planeta.
- Baym, N. (2002). Interpersonal life online. En L. Lievrouw, & S. Livingstone, **The handbook of new media**. Londres: Sage.
- Berners-Lee, T. (2015). **History of the web**. Disponible en: <http://webfoundation.org/about/vision/history-of-the-web/>
- Brevini, B., Hintz, A. & McCurdy, P. (2013). **Beyond WikiLeaks. Implications for the future of communications, journalism and society**. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Brunner, J.J. (2002). Globalización, educación, revolución tecnológica. **Educación Superior**, II(1), pp. 111-136.
- Burnett, R., Consalvo, M. & Ess, C. (2010). Introduction. En R. Burnett, M. Consalvo & C. Ess, **The handbook of internet studies** (págs. 1-7). West Sussex: Wiley Blackwell.
- Castells, M. (2001). **La era de la información: economía, sociedad y cultura. Volumen I: La sociedad red**. México: Siglo XXI Editores.
- Castells, M. (2009). **Communication power**. New York: Oxford University Press.
- Castells, M. (2012). **Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de internet**. Madrid: Alianza Editorial.
- Cobo, C. & Moravec, J. (2011). **Aprendizaje invisible. Hacia una nueva ecología de la educación**. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Coleman, G. (2010). Ethnographic approaches to digital media. **Annual Review of Anthropology**, 39, 487-505.
- Coleman, G. (2013). **Coding freedom. The ethics and aesthetics of hacking**. New Jersey: Princeton University Press.
- De Moragas i Spá, M. (1990). **Teorías de la comunicación: investigaciones sobre medios en América y Europa**. Barcelona: Gustavo Gili.
- De Sousa Santos, B. (2006). **Conocer desde el sur. Para una cultura política emancipadora**. Lima: Fondo Editorial de la Facultad de Ciencias Sociales.
- Dutton, W. (2013). Internet studies: The foundations of a transformative field. En W. Dutton, **The Oxford handbook of internet studies** (págs. 1-23). Oxford: Oxford University Press.

- Dutton, W.H. & Graham, M. (2014). Introduction. En M. Graham & W. H. Dutton, **Society and the internet. How networks of information and communication are changing our lives** (págs. 1-20). Oxford: Oxford University Press.
- Ess, C. & Consalvo, M. (2011). Introduction: What is internet studies? En M. Consalvo & C. Ess, **The handbook of internet studies** (págs. 1-8). West Sussex: Wiley-Blackwell.
- Ferro, E. & Molinari, F. (2010). Making sense of Gov 2.0 strategies: “No citizens, no party”. **eJournal for eDemocracy and Open Government**, 2(1), 56-68.
- Flores Márquez, D. (2010). Miradas propias y ajenas: El sentido de reflexividad en el blogging autobiográfico. **Razón y Palabra**, 73.
- Fuentes Navarro, R. & Luna Cortés, C. E. (1984). La comunicación como fenómeno sociocultural. En F. Fernández Christlieb & M. Yépez Hernández, **Comunicación y teoría social** (págs. 97-108). México: UNAM.
- Fuentes Navarro, R. (2016). Cuatro décadas de internacionalización académica en el campo de estudios de la comunicación en América Latina. **Disertaciones**, 9(2), pp. 8-26.
- Gillespie, T., Boczkowski, P. J. & Foot, K. A. (2014). Introduction. En T. Gillespie, P. J. Boczkowski & K. A. Foot, **Media technologies. Essays on communication, materiality, and society** (págs. 1-17). Massachusetts: MIT.
- Gómez Cruz, E. & Ardèvol, E. (2013). Ethnography and the field in media(ted) studies: A practice theory approach. **Westminster Papers**, 9(3), 27-41.
- Gómez Cruz, E. (2012). **De la cultura Kodak a la cultura Flickr. Una etnografía sobre fotografía digital**. Barcelona: Editorial UOC.
- Gómez, R. & Treré, E. (2014). The #YoSoy132 movement and the struggle for media democratization in Mexico. **Convergence. The International Journal of Research into New Media Technologies**, 20(4), 1-15.
- Hamelink, C. & Nordenstreng, K. (2016). Estudiando la historia a través de la Asociación Internacional para el Estudio de la Comunicación Social (IAMCR). **Disertaciones**, 9(2), pp. 46-67.
- Hepburn, P. (2012). Is this local e-democracy? How the online sphere of influence shaped local politics. Empirical evidence from the Manchester Congestion Charge referendum. **eJournal of eDemocracy and Open Government**, 4(1), 45-66.
- Hine, C. (2004). **Etnografía virtual**. Barcelona: UOC.
- Hine, C. (2009). Question one. How can qualitative Internet researchers define the boundaries of their projects? En A. N. Markham & N. K. Baym, **Internet inquiry** (págs. 1-19). Thousand Oaks: Sage.
- Hine, C. (2015). **Ethnography for the internet. Embedded, embodied and everyday**. London / New York: Bloomsbury Academic.
- IAMCR (2015). **Memory, commemoration and communication: Looking back, looking forward**. Disponible en: <http://iamcr.org/leicester2016>

- ISA (2015). 3rd ISA Forum of Sociology. ***The futures we want: Global sociology and the struggles for a better world***. Disponible en: <http://www.isa-sociology.org/forum-2016/>
- Islas, O., C. E. López y F. Gutiérrez (2000). La propaganda por la Presidencia de la República en Internet. **Revista Mexicana de Comunicación**, 65, pp. 16-20.
- Jensen, K. B. (2010). **Media convergence. The three degrees of network, mass, and interpersonal communication**. London / New York: Routledge.
- Jonas, A. (2016). Share and share dislike: The rise of Uber and AirBNB and how New York City should paid nice. **Journal of Law and Policy**, 24(1), pp. 205-239.
- Kateros, S., Georgiou, S., Papaefthymiou, M., Papagiannakis, G. & Tsioumas, M. (2015). A comparison of gamified, immersive VR curation methods for enhanced presence and human-computer interaction in digital humanities. **International Journal of Heritage in the Digital Era**, 4(2), pp. 221-233.
- Kitchin, R. & McArdle, G. (2016). What makes Big Data, Big Data? Exploring the ontological characteristics of 26 datasets. **Big Data & Society**, preprint, pp. 1-10.
- Martín-Barbero, J. (1987). *Procesos de comunicación y matrices de cultura*. México: FELAFACS / Gustavo Gili.
- Martín-Barbero, J. (2002). Tecnicidades, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo. **Diálogos de la Comunicación**, 64, 9-24.
- Martín-Barbero, J. (2010). **De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía**. Barcelona: Anthropos Editorial / UAM Azcapotzalco.
- Mattelart, A. & Mattelart, M. (1997). **Historia de las teorías de comunicación**. Barcelona: Paidós.
- Olson, P. (2013). **We are Anonymous. Inside the hacker world of LulzSec, Anonymous, and the global cyber insurgency**. New York: Back Day Books.
- Pleyers, G. (2016). **#NuitDebout: Le retour des indignés ?** Disponible en: <https://theconversation.com/nuitdebout-le-retour-des-indignes-57183>
- Puddephatt, A. (2011). **Mapping digital media: Freedom of expression rights in the digital age**. New York: Open Society Foundations.
- Reguillo, R. (2013). Disidencia: Frente al desorden de las cajas abiertas - México, breve y precario mapa de lo imposible. **Emisférica**, 10(2).
- Ricarte-Quijano, P. & Carli Álvarez, A. (2016). El proyecto Wiki Learning: Wikipedia como entorno de aprendizaje abierto. **Comunicar**, 49(4).
- Salaverría, R. & García Avilés, J.A. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: Retos para el periodismo. **Trípodos**, 23, pp. 31-47.
- Schulz, M.S. (2015). **On the futures we want, global sociology, and the struggles for a better world**. Disponible en: <http://futureswewant.net/markus-s-schulz-futures-english/>

- Scolari, C. (2008). **Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva**. Barcelona: Gedisa.
- Silver, D. (2006). Introduction. Where is internet studies? En D. Silver & A. Massanari, **Critical cyberculture studies** (págs. 1-14). New York: NY University Press.
- Silverstone, R. (1999). What's new about new media? Introduction. **New Media & Society**, 1(1), 10-12.
- Thompson, J.B. (1995). **The media and modernity. A social theory of the media**. California: Stanford University Press.
- Toret, J. (2013). **Tecnopolítica: La potencia de las multitudes conectadas. El sistema 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida**. Barcelona: Internet Interdisciplinary Institute / Universitat Oberta de Catalunya.
- Trejo-Delarbre, Raúl (2016). **New media and social mobilizations**. Disponible en: <http://futureswewant.net/raul-trejo-delarbre-new-media/>
- Vaughan-Nichols, Steven J. (2011). **Before the Web: the Internet in 1991**. Disponible en: <http://www.zdnet.com/article/before-the-web-the-internet-in-1991/>
- Wallerstein, I. (1999). El legado de la sociología, la promesa de la ciencia social. En R. Briseño León, & H. Sonntag, **El legado de la sociología, la promesa de la ciencia social** (págs. 11-61). Caracas: Nueva Sociedad, URCCCH UNESCO, CENDES.
- Wieviorka, Michel (2015). **Towards a global sociology of social movements today**. Disponible en: <http://futureswewant.net/michel-wieviorka-global-sociology-english/>



UNIVERSIDAD
DEL ZULIA



espacio
abierto

Cuaderno Venezolano de Sociología

Vol 25, N°4 _____

Esta revista fue editada en formato digital y publicada en diciembre de 2016, por el Fondo Editorial Serbiluz, Universidad del Zulia. Maracaibo-Venezuela

www.luz.edu.ve
www.serbi.luz.edu.ve
produccioncientifica.luz.edu.ve