



<http://digithum.uoc.edu>

Dossier «Perspectives actuals de la recerca sobre ciències humanes i socials. La recerca als Estudis d'Arts i Humanitats de la UOC»

Mediaccions

Elisenda Ardèvol (coord.)
Estudis d'Arts i Humanitats
mediaccions@gmail.com

Data de presentació: març de 2011

Data d'acceptació: abril de 2011

Data de publicació: maig de 2011

Resum

Aquest article presenta l'activitat de recerca del grup Mediaccions sobre cultura digital i l'estudi de les transformacions de les pràctiques culturals per mitjà de les mediacions tecnològiques, especialment relacionades amb internet i els nous mitjans. L'estudi de la cultura digital, tal i com l'entendem, inclou un conjunt heterogeni d'actors, pràctiques, dispositius materials i narratives relacionades amb la producció cultural contemporània, a la qual ens acostem des d'una perspectiva empírica, qualitativa i interdisciplinària.

Les nostres línies de recerca actuals estan relacionades amb l'anàlisi de pràctiques creatives emergents vinculades a la participació dels usuaris en la creació de continguts, que inclouen des de les pràctiques productives en vídeo o fotografia fins al cinema col·laboratiu o les pràctiques de cocreació entre usuaris, artistes i indústries culturals. Atenent el circuit de la cultura, no només examinem les tensions en l'àmbit de la producció, distribució, regulació i consum, sinó també processos identitaris, subjectivitats i formes de sociabilitat que emergeixen en la relació entre els usuaris i les tecnologies de la informació i la comunicació. En aquesta direcció es tracta d'explorar els processos de corporalització i les pràctiques de gènere en les interaccions digitals, l'experiència subjectiva dels actors socials en el disseny tecnològic, o bé la generació d'identitats col·lectives entorn de la tecnologia, com en el cas dels bloguistes i les formes d'activisme que articulen internet com a eina de transformació social.

Paraules clau

cultura digital, metodologies qualitatives, teoria de pràctiques, creació de continguts, experiència d'usuari, materialitat, tecnologies digitals

Mediaccions

Abstract

This article describes the activities of the Mediaccions research group, which studies digital culture and changes in cultural practices as mediated by technology, focusing, in particular, on the internet and the new media. The study of digital culture covers a wide range of agents, practices and material and narrative devices linked to contemporary cultural production, all of which we examine from an empirical, qualitative and interdisciplinary perspective. Our current research includes analysis of emerging creative practices in which individuals participate in content creation; this covers anything from video and photography production to collaborative cinema and co-creation by users, artists and the culture industry. In terms of the culture circuit, we examine not only tensions in the fields of production, distribution, regulation and consumption, but also in identities, subjectivities and forms of sociability that arise in the relationship between users and the information and communication technologies. We explore embodiment and gender issues in digital interactions, the subjective experience of social agents in technological design and the generation of collective identities using technology, as happens with bloggers and activists who use the web as a tool for social change.

Keywords

digital culture, qualitative methodologies, theory of practice, content creation, user experience, materialisation, digital technologies



Cultura digital

El grup de recerca Mediacions¹ té com a temàtica principal l'estudi de la cultura digital i les transformacions de les pràctiques culturals per mitjà de les mediacions tecnològiques.

L'extensió de les tecnologies de la informació i de la comunicació i la popularització d'eines i plataformes de producció i difusió audiovisuals han afavorit que en els darrers anys s'hagi produït una autèntica explosió de creacions fetes al marge dels circuits institucionals i industrials de la cultura. Aquest tipus de produccions fetes amb pocs mitjans, impulsades per individus i col·lectius considerats «no professionals» i que trien habitualment internet com a camp base d'operacions, constitueixen un fenomen emergent de creixent importància, que s'emmarca dins allò que es coneix com a *continguts generats per usuaris*. El nostre interès per aquest fenomen no es basa només en el seu possible interès estètic, sinó en els seus processos de producció i de difusió, que apunten a noves formes d'interacció social que s'impliquen en formes participatives en tots els camps de la cultura.

D'aquesta manera, definim la cultura digital com un conjunt ampli de pràctiques, dispositius materials i narratives relacionats amb la producció cultural contemporània a partir de l'ús de les tecnologies digitals de la comunicació i de la informació. La cultura digital es constitueix com un objecte d'estudi complex, tenint en compte les seves múltiples dimensions, els seus contextos, les seves pràctiques i tecnologies. Volem eludir de manera explícita l'auto-limitació que comporta l'estudi de formes culturals o tecnologies específiques des d'una visió excessivament compartimentada. La nostra anàlisi de la cultura digital es decanta cap a les pràctiques culturals relacionades amb la producció visual, les tecnologies digitals i la seva imbricació a internet, i que podem definir com l'estudi de les pràctiques creatives dels mitjans digitals i l'emergència de noves formes culturals que redefeixen les relacions entre productors i públics i entre la vida quotidiana, la sociabilitat i els camps de la creació cultural. Així, no es tracta, per exemple, d'estudiar els videojocs, sinó de com els videojocs es relacionen amb altres pràctiques i formes culturals; no es tracta d'estudiar una determinada plataforma com Facebook, sinó analitzar com Facebook articula noves formes de mediació en la interacció social i noves formes de producció i intercanvi cultural. Els nostres estudis són sobre pràctiques culturals concretes, però no sobre blogs, videojocs o pel·lícules o sobre determinades plataformes digitals o xarxes socials, de manera que és per mitjà del diàleg i la comparació entre diferents recerques que podem analitzar com s'articulen o es posen en relació les pràctiques de producció simbòlica, l'aspecte material de la tecnologia i l'experiència subjectiva dels agents socials.

Aproximació teòrica i metodològica

La composició de Mediacions és interdisciplinària, amb investigadors procedents de diferents disciplines com l'antropologia, la comunicació audiovisual, les belles arts, el disseny, la sociologia i els estudis socials de la ciència i la tecnologia. La trajectòria d'especialització en els nostres diferents àmbits de recerca, però, convergeix en l'anàlisi dels diferents aspectes de la cultura digital. La cohesió del grup s'ha anat construint a partir de trobar interessos de recerca comuns que han perfilat unes línies de recerca compartides i activitats conjuntes. Aquest procés d'aproximació des de les diferents perspectives i trajectòries disciplinàries ha portat a definir un objecte d'estudi comú centrat en les pràctiques culturals i en les tecnologies digitals, i a fer especial èmfasi en els aspectes visuals i creatius, en els usos i en les apropiacions d'aquestes tecnologies per part de diferents col·lectius i en el context de la vida quotidiana.

L'estudi dels aspectes socials de la tecnologia ha fet palesa en les últimes dècades la necessitat d'una aproximació interdisciplinària. Els estudis socials de la ciència i de la tecnologia han mostrat la fertilitat dels enfocaments multidisciplinaris a partir d'estudis caracteritzats per la seva orientació empírica. El mateix ha succeït en els estudis de comunicació, especialment en els estudis de recepció, en què l'anàlisi interpretativa del text i els estudis d'impacte dels mitjans de comunicació han donat pas a altres aproximacions alternatives basades en el treball de camp etnogràfic i en l'anàlisi d'allò que la gent fa amb els mitjans i a través dels mitjans, sense desestimar els processos materials que hi intervenen. L'estudi social d'internet i de les tecnologies digitals de la comunicació i de la informació amb les quals s'integra també ha estat una empresa interdisciplinària que s'ha alimentat dels estudis antropològics sobre l'emergència d'una cultura digital, dels estudis socials, psicosocials, cognitius i lingüístics de la interacció mediada per ordinador i dels estudis de disseny, usos i apropiacions de l'artefacte cultural des de la sociologia i els estudis de comunicació, entre altres.

L'estudi de la cultura digital, tal com l'entendem, és a dir, l'anàlisi d'un conjunt heterogeni de pràctiques, dispositius materials i narratives relacionats amb la producció cultural contemporània, presuposa el creuament d'aquests tres enfocaments, que ja són per si mateixos interdisciplinaris. En aquesta direcció, la nostra proposta és orientar l'estudi de la cultura digital a partir d'un enfocament interdisciplinari sense perdre'ns en l'intent. És a dir, anar construint a poc a poc, a partir de recerques concretes i parcials, un corpus de treballs empírics sobre diferents pràctiques culturals que ens permeti desenvolupar una mirada complexa, crítica i comparativa

1. Actualment, el grup Mediacions és reconegut per la Generalitat de Catalunya des de l'any 2009 i és format per Elisenda Ardèvol, Gemma San Cornelio, Antoni Roig, Begonya Enguix, Ruth Pagès, Edgar Gómez-Cruz, Adolfo Estalella, Jaume Ferrer i Débora Lanzeni. Per a més informació, vegeu: <<http://mediaciones.es>>.



al nostre objecte d'estudi. Esperem que els resultats aportin una nova perspectiva per a la comprensió de les pràctiques en el camp de la producció i de la innovació culturals.

La necessitat de dotar-nos de noves tècniques i mètodes d'anàlisi per a l'obtenció de dades en l'estudi de la cultura digital constitueix part de la nostra preocupació reflexiva pel desenvolupament del coneixement científic social. La nostra preocupació específica és de quina manera, per mitjà de les tecnologies digitals, és possible articular noves formes de producció de coneixement (Hine, 2006; Wouters *et al.*, 2009). Malgrat la nostra procedència interdisciplinària, compartim una mateixa aproximació metodològica basada en l'elaboració d'estudis empírics basats en diferents contextos i formes culturals (videojocs, blogs, fotografia, vídeo, etc.). Ens interessa especialment la mediació tecnològica en la producció cultural i les transformacions en el circuit de la cultura (Hall, 1997) en el context de convergència tecnològica i dels mitjans afavorit per l'emergència de noves formes culturals participatives i col·laboratives.

L'enfocament qualitatiu i etnogràfic de la nostra recerca per a la producció de dades empíriques es basa fonamentalment en l'estudi de casos i el treball de camp intensiu, en la producció de dades heterogènies difícilment parametrizables i en la interpretació i en l'anàlisi d'aquestes dades tenint en compte la perspectiva dels actors (humans i no humans). Això vol dir que en el disseny de la recerca hem de tenir en compte les diferents agències que intervenen en la formació del nostre objecte d'estudi i com participen en la definició d'allò que volem saber, en els resultats pràctics que volem obtenir i en la relació ètica que establim. El potencial d'aquesta aproximació metodològica rau en la possibilitat d'extreure elements de reflexió comuns de diferents projectes de recerca que aparentment s'adscriuen a camps temàtics i disciplinaris diferents. D'aquesta manera, acceptem la multidisciplinarietat i la plurifocalitat de la nostra recerca.

Una de les nostres preocupacions principals és el desenvolupament d'eines teòriques per a l'anàlisi multidisciplinària de la cultura digital partint d'una aproximació basada en l'estudi de les pràctiques que respongui a la pregunta: què fa la gent amb els mitjans i les tecnologies digitals? (Couldry, 2004). Aquesta aproximació teòrica està prou desenvolupada en les ciències socials per a constituir un punt de referència, des dels treballs de Bourdieu, Foucault o de Certeau fins a Knorr Cetina, Schatzki o Von Savigny (a partir de Wittgenstein) i les aportacions actuals de Couldry o de Bird i Postill en l'antropologia dels mitjans. La nostra aproximació orientada a l'anàlisi de les pràctiques permet establir un punt de partida comú entre les diferents aproximacions disciplinàries i defugir plantejaments «mediacèntrics» (la influència dels mitjans de comunicació), «textcèntrics» i «culturalistes», basats exclusivament en la interpretació dels textos o productes culturals, i «tecnocèntrics» (determinisme tecnològic). A més, aquesta aproximació basada en l'anàlisi de les pràctiques unifica els diferents projectes de recerca i permet una gran llibertat d'experimentació

amb diferents marcs teòrics, alhora que no ens obliga a definir *a priori* les categories d'anàlisi en cada recerca particular, aspecte que ens ha estat útil per a qüestionar algunes assumpcions i idees preconcebudes. D'aquesta manera articulem la construcció del nostre objecte d'estudi amb el desenvolupament d'una reflexió metodològica i la cerca de noves perspectives teòriques.

Producció del grup

Fins ara, les nostres línies de recerca s'han materialitzat en el desenvolupament d'investigacions concretes sobre la cultura digital, en l'anàlisi de les transformacions de diferents pràctiques culturals —cinema, art, joc, producció amateur en fotografia i vídeo, activisme, periodisme ciutadà, gènere i presentació del cos— en diferents entorns tecnològics: comunitats virtuals, webs, blogs, xarxes socials. A continuació presentem un breu esbós de les línies de recerca que hem estat treballant com a projectes de recerca col·lectius i de desenvolupament de tesis doctorals en el marc definit pel grup.

Pràctiques creatives en els nous mitjans

Henry Jenkins (2003, 2006) descriu el context de creació cultural contemporània a partir de la complexa i a vegades conflictiva interacció entre la perspectiva corporativa i la perspectiva de la cultura participativa. La nostra investigació explora els processos creatius que es produeixen en l'àmbit dels nous mitjans en sentit general, però especialment se centra en les noves formes productives que tenen lloc en la intersecció entre les indústries i la creació amateur, independent o artística. En aquest sentit, analitzem de manera crítica els conceptes de cocreativitat, així com el de participació de públics i d'audiències en la producció audiovisual, i mirem d'entendre com es configuren tots aquests fenòmens en el context de la cultura actual.

La nostra trajectòria de recerca de pràctiques creatives emergents vinculades a la participació dels usuaris en la creació de continguts audiovisuals, tant a títol personal dels investigadors que formen part de l'equip, com per mitjà del grup de recerca Mediacions, comença a partir de la teorització dels videojocs en el context de la cultura audiovisual, prenent l'enfocament metodològic de la teoria de pràctiques i el concepte de joc com a base i característica dels nous mitjans (Roig *et al.*, 2009; Ardèvol *et al.*, 2011). D'una banda, hem estudiat el fenomen de les autoproduccions en el context de les pràctiques mediàtiques associades als nous mitjans (Ardèvol *et al.*, 2007), en el qual ens centrem en l'estudi de produccions de vídeo a internet d'una manera més localitzada, a partir de l'estudi de les representacions del metro de Madrid a internet. Aquest treball previ ens va permetre delimitar una metodologia que combina diferents mètodes qualitius, com ara l'anàlisi dels vídeos, més l'observació i l'anàlisi del context



d'exhibició i de producció (internet), així com la perspectiva dels mateixos creadors mitjançant entrevistes. D'altra banda, també hem abordat amb especial interès les formes de producció audiovisual col·laboratives en xarxa i la seva relació amb les indústries culturals (San Cornelio *et al.*, 2007). Aquestes recerques inicials posen de manifest molts interrogants sobre l'especificitat de les formes d'autoproducció de vídeo a internet, en especial la vinculació d'aquestes creacions a la realitat local en un context altament globalitzat com és internet.

Actualment, aquesta línia temàtica es desenvolupa en el marc del projecte d'R+D sobre pràctiques creatives i participació en els nous mitjans (HAR2010-18982) finançat pel Ministeri de Ciència i Innovació, en el qual també abordem, entre altres, les col·laboracions entre artistes i indústria (Pagès *et al.*, 2009), la producció de cinema col·laboratiu (Roig, 2009) o les pràctiques de cocreació d'una comunitat de *modders*, actualment en desenvolupament.

La presentació del cos a internet

La imbricació de cossos i identitats esdevé central en la interacció personal per les xarxes socials. L'estudi de la identitat personal amb relació a la presentació del cos per mitjà de la imatge és un tema que també ens ha interessat com a eix clau en la configuració de la cultura digital. Aquesta línia de recerca s'inscriu en un projecte d'R+D sobre la presentació del cos en els espais públics (SEJ2007-60792). Es tracta de treballar i analitzar les estratègies i els mecanismes de corporalització (*embodiment*) en les interaccions digitals i també les pràctiques de gènere a internet, entenent que és fonamental analitzar les interseccions entre cos i gènere en la CMO (comunicació mediada per ordinador).

Dins d'aquesta línia, hem desenvolupat un estudi comparatiu a partir d'un treball de camp a Match.com, una xarxa de relacions personals d'abast mundial i orientació predominantment heterosexual (Ardèvol, 2005) i un treball de camp prolongat sobre gènere (Enguix, 2010), concretat per a aquest projecte en l'anàlisi d'una pàgina web de relacions homosexuals, Bearwww. L'objectiu era analitzar com es relacionen les imatges corporals a internet amb les nostres pràctiques socials quotidianes i com internet es constitueix com un espai privilegiat per a l'estudi de noves estratègies de presentació d'un mateix, considerant les interaccions dels usuaris i els efectes d'aquestes interaccions sobre aquestes estratègies (Enguix *et al.*, 2010a).

La cosificació de les relacions interpersonals i de la identitat de la persona és una pràctica rellevant en un entorn que, en principi, es creia que potenciava l'anonimat, invisibilitzava el cos i dissolia la relació unívoca entre cos i identitat. Les relacions personals a internet no constitueixen un procés de descorporalització de la identitat ni una transformació de les tipificacions corporals, sinó que amplifiquen les tendències culturals sobre la representació de la masculinitat i de la feminitat, i en alguns casos contribueixen a

visibilitzar i legitimar identitats i cossos resistents, com en el cas dels «óssos» dins del col·lectiu gai. Però, al mateix temps que el cos s'escenifica com a objecte de consum, les relacions personals tendeixen a organitzar-se a partir de models de mercat (Enguix *et al.*, 2010b).

Subjectivitat i pràctiques en fotografia digital

Les pràctiques creatives dels usuaris d'internet no només alteren el ritme de les indústries culturals, sinó que també apunten a noves formes de sociabilitat i de construcció de subjectivitats. En aquesta direcció, la recerca doctoral d'Edgar Gómez, que s'inscriu dins del grup, intenta donar compte de com la relació entre la producció digital d'imatges i les plataformes en línia actuals utilitzades per a difondre aquestes imatges generen noves formes de subjectivitats i sociabilitats. Les funcions socials de la fotografia, expressades en estudis sociològics i antropològics canònics com els de Bourdieu o Chalfen o fenomenològics com el de Barthes, semblen inadequades per a explicar els fenòmens que crea la fotografia digital. El treball de camp etnogràfic, presencial i en línia, se centra particularment en un grup de fotògrafs agrupats en la plataforma Flickr, per tal de poder descriure i explicar algunes de les pràctiques fotogràfiques digitals i com la «imatge en xarxa» es constitueix com un element clau de la cultura digital. Mentre que la fotografia analògica es caracteritza fonamentalment pel seu caràcter representacional, la «imatge en xarxa» ho fa per la seva capacitat connectiva i com a interfície.

Les imatges en xarxa s'analitzen en dos grans blocs en la seva recerca: a) d'una banda, s'estudia la relació de les pràctiques de fotografia digital amb la formació de subjectivitats com a formes d'entendre i actuar en el món; subjectivitats que es van constituint per mitjà de la pràctica fotogràfica en la vida quotidiana i amb la socialització de la pràctica en els col·lectius en què les persones interactuen (Gómez, 2008); b) d'altra banda, s'analitzen les transformacions en el camp cultural de la fotografia a partir d'aquestes pràctiques individuals i col·lectives, apuntant especialment dos casos: el dels autoretrats, pràctica antigament reservada a la fotografia artística i que ara és la pràctica paradigmàtica de la fotografia digital; i la divisió entre professionals i amateurs, divisió que per molt temps va configurar el camp fotogràfic i que la fotografia digital difumina.

La materialitat de l'esperança en la pràctica bloguista

Una altra de les línies de recerca relacionada amb la cultura digital és l'estudi de la pràctica del *blogging* ['blogueig'] i les transformacions socials i polítiques que s'associen a les tecnologies digitals i la naturalesa d'aquests discursos amb relació a les pràctiques



quotidianes. Concretament, Adolfo Estalella ha dut a terme una recerca doctoral sobre les esperances que es dipositen en internet com a eina de transformació social. El treball de camp s'ha centrat en un grup de bloguistes intensius espanyols, persones que practiquen el que Estalella anomena *blogueig apassionat*, una pràctica bloguista intensiva i perllongada al llarg del temps, que fan persones que s'impliquen activament en la construcció de la blogosfera i que dipositen intenses expectatives de transformar la societat per mitjà d'internet i de les tecnologies digitals cap a una més gran democratització, especialment en el camp de la cultura i de la política.

Una de les estratègies metodològiques principals ha estat la utilització d'un «blog de camp» del mateix investigador, que el permetia entrar en contacte amb els bloguistes i conèixer de primera mà el significat d'aquesta pràctica intensiva, al mateix temps que participava en trobades presencials. En la seva pràctica quotidiana, els bloguistes posaven en joc molts altres dispositius i artefactes a més del blog, com serveis d'imatges, de vídeos i dipòsits d'enllaços favorits. Tots ells formaven part de la pràctica bloguista quotidiana. En les trobades presencials es posava de manifest l'articulació entre els discursos polítics, el blog i tot un grup de dispositius materials, per exemple, les fotos que es prenién específicament per a ser publicades en aquests serveis i a través d'aquests serveis en el blog. L'elaboració del blog no es limita, per tant, a l'escriptura, sinó que implica altres pràctiques com la fotografia, la reflexió sobre la utilitat dels blogs, etc. (Estalella *et al.*, 2007).

Per mitjà del seguiment d'aquests bloguistes apassionats, l'etnografia analitza l'emergència, la circulació i les condicions materials de possibilitat de les esperances, i assenyalava l'estreta relació entre les temporalitats intensives del blogueig i la particular orientació cap al futur que hi ha en els mateixos dispositius, dues dimensions de l'esperança inscrites en la infraestructura material que fa possible el blogueig (Estalella, 2008).

Disseny de l'experiència, realitat virtual i mitjans locatius

Amb el nom genèric de *nous mitjans*, alguns autors defineixen un conjunt de tecnologies, dispositius, pràctiques i tendències que connecten fenòmens tan diversos com la innovació tecnològica, la transformació social, la comunicació i el disseny. La tecnologia digital que caracteritza aquests mitjans ha donat lloc a un extens conjunt d'artefactes interactius. No tots es basen en internet ni tots són únicament aplicacions en línia. Alguns exemples els trobem en el desenvolupament actual dels anomenats *mitjans locatius*, en els projectes de «realitat augmentada» i en altres sistemes interactius basats en models de realitat virtual. Per això, Jaume Ferrer estudia en el seu projecte doctoral sistemes de realitat virtual com a experiència compartida i fa una etnografia sobre el disseny d'artefactes interactius i les expectatives dels dissenyadors a l'hora d'imaginar les experiències d'ús, en contrast amb les experiències

que viuen els usuaris que no han participat directament en el seu disseny, sovint un nombre de persones molt més ampli i heterogeni (Soler-Adillon *et al.*, 2009).

En la mateixa direcció, ens interessa desenvolupar línies de recerca sobre les transformacions socials i culturals en la conceptualització de l'espai i l'experiència del lloc de les tecnologies digitals relacionades amb la geolocalització. Aquesta línia de recerca l'apuntem a partir d'una reflexió inicial sobre projectes artístics que utilitzen aquestes tecnologies en les seves intervencions i que, a més, tenen un fort component d'experimentació i compromís social (San Cornelio, 2008, 2010).

En definitiva, les línies de recerca del grup Mediaccions són obertes a les diferents anàlisis de la cultura digital i a la creixent imbricació entre tecnologies, producció cultural i transformacions socials. És per això que pensem que aquest focus ampli de l'estudi de les pràctiques en la vida quotidiana ens permet orientar-nos cap a la comprensió de la innovació cultural.

Referències bibliogràfiques

- ARDÈVOL, E.; SAN CORNELIO, G. (2007). «"Si quieres vernos en acción: YouTube.com"». *Prácticas mediáticas y autoproducción en Internet*. *Revista Chilena de Antropología Visual*. Vol. 10, núm. 2.
- ARDÈVOL, E.; ROIG, A.; GÓMEZ, E. [et al.] (2010, juny). «Pràctiques creatives i participació en els nous mitjans». *Quaderns del CAC*. Núm. 34, vol. XIII (1), pàg. 27-36.
- ARDÈVOL, E.; ROIG, A.; SAN CORNELIO, G. [et al.] (2010). «Playful Media Practices. Theorising New Media Cultural Production». A: Birgit BRÄUCHLER, John POSTILL (eds.). *Theorising Media As Practice*. Londres: Berghahn Books.
- ARDÈVOL, E. (2005). «Catálogo de sueños». A: Elisenda ARDÈVOL, Jordi GRAU (coord.). *Antropología de los Medios*. *Actas X Congreso de Antropología: Culturas, poder y mercado (Sevilla)*. Pàg. 37-58.
- COULDRY, N. (2004). «Theorising Media as Practice». *Social Semiotics*. Vol. 14, núm. 2, pàg. 115-132.
- ENGUIG, B. (2010). «Géneros, Sexualidades y Representación: El Orgullo En Los Medios». A: Ana PEIXINHO, Clara SANTOS, Maria João SILVEIRINHA (eds.). *Género e Culturas Mediáticas / Gender and Media Cultures*. Pàg. 635-671.
- ENGUIG, B.; ARDÈVOL, E. (2010a). «Cuerpos "hegemónicos" y cuerpos "resistentes": el cuerpo-objeto en webs de contactos». A: Josep MARTÍ, Yolanda AIXELÀ (coords.). *Desvelando el Cuerpo: Perspectivas desde las Ciencias Sociales y Humanas*. Barcelona: Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Institución Milá y Fontanals, Altafulla. Pàg. 333-351.
- ENGUIG, B.; ARDÈVOL, E. (2010b). «Bodies in Action: performing gender and identity in online settings». A: Bianca Maria PIRANI; Ivan VARGA (eds.). *Acting Bodies and Social Networks: A*



- bridge between technology and Working Memory*. Lanham: University Press of America. Pàg. 359 -370. ISBN: 978-0-7618-4997-1
- ESTALELLA, A.; ARDÈVOL, E. (2007). «Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de internet» [article en línia]. *Revista FQS*.
- ESTALELLA, A.; ARDÈVOL, E. (2010). «Internet: instrumento de investigación y campo de estudio para la antropología visual». *Revista Chilena de Antropología Visual*. Núm. 15, pàg. 1-21.
- ESTALELLA, A. (2008). «Blogging as fieldwork. More than producing knowledge, performing reality in ethnography» [article]. A: 'In the game' preconference. Copenhagen: AoIR.
- GÓMEZ, E. (2008). «Imagen pública-privada y ética: Reflexiones desde una investigación etnográfica sobre las prácticas de fotografía digital». A: Elisenda ARDÈVOL, Adolfo ESTALELLA, Daniel DOMÍNGUEZ (coords.). *La Mediación tecnológica en la Práctica Etnográfica*. Ankulegi. Pàg. 167-182.
- GÓMEZ, E.; ARDÈVOL, E. (2011). «Playful embodiment: Body and identity performance on the Internet». *Quaderns de l'ICA*. Núm. 26.
- HALL, S. (1997). *Representation, Signifying Practices*. Londres: Sage.
- HINE, Ch. (2006). *New Infrastructures for Knowledge Production: Understanding E-science*. Idea Group Inc.
- JENKINS, H. (2004). «The cultural logic of media convergence». *International Journal of Cultural Studies*. Londres: Sage Publications.
- KNORR CETINA, K.; SCHATZKI, T. R.; VON SAVIGNY, E. (2000). *The Practice Turn in Contemporary Theory*. Routledge.
- LASÉN, A.; GÓMEZ-CRUZ, E. (2009). «Digital Photography and Picture Sharing: Redefining the Public/Private Divide». *Knowledge, Technology & Policy*. Vol. 22, núm. 3, pàg. 205-215.
- PAGÈS, R.; SAN CORNELIO, G.; ROIG, A. (2009). «Talent and Creativity Wanted: Models of collaboration between creators and media industries». *Second Nature: International Journal of Creative Media*. Núm. 1, pàg. 62-76.
- PAGÈS, R.; SAN CORNELIO, G.; ROIG, A. [et al.] (2009). «Formes emergents de col·laboració entre la indústria audiovisual i la creació independent». *Trípodos*. Pàg. 1127-1134.
- ROIG, A. (2008). «Las industrias audiovisuales y los nuevos medios». A: Jaume DURAN, Lydia SÁNCHEZ (eds.). *Industrias De La Comunicación Audiovisual*. Barcelona: Edicions Universitat de Barcelona.
- ROIG, A. (2009). «¿Un futuro open source? Una primera aproximación a modelos emergentes de producción cinematográfica basados en la noción de apertura». *Trípodos*. Extra 2009, pàg. 971-980.
- ROIG, A. (2009). *Cine en conexión: producción industrial y social en la era cross-media*. Barcelona: Ediuoc.
- ROIG, A.; SAN CORNELIO, G.; ARDÈVOL, E. [et al.] (2009). «Videogame as media practice: an exploration of the intersections between play and audiovisual culture». *Convergence. The Journal of Research Into New Media Technologies*. Vol. 15.
- SAN CORNELIO, G.; ALBERICH, J.; ALSINA, P. [et al.] (2010) *Exploraciones creativas. Prácticas artísticas y culturales de los nuevos medios*. Barcelona: Ediuoc.
- SAN CORNELIO, G. (2008). «Locative Media y práctica artística: exploraciones sobre el terreno». *Artnodes*. Núm. 8, pàg. 1-8.
- SAN CORNELIO, G. (2008). *Arte e identidad en Internet*. Barcelona: Editorial UOC. ISBN: 978-84-9788-698-7.
- SAN CORNELIO, G. (2010). «Mapas, teléfonos móviles y narraciones dislocadas; posibilidades de los locative media». *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, núm. 40, pàg. 115-128.
- SAN CORNELIO, G. (2008). «Locative Media y práctica artística: exploraciones sobre el terreno». *Artnodes*, núm. 8, pàg. 1-8.
- SOLER-ADILLON, J.; FERRER, J.; PARÉS, N. (2009, 3-5 de juny). «A novel approach to interactive playgrounds: the interactive slide project». *Proceedings of the 8th international Conference on interaction Design and Children* (Como, Itàlia). Nova York: IDC '09. ACM. Pàg.: 131-139.
- WOUTERS, P.; BEAULIEU, A. (2009) «E-Research as Intervention». A: NICHOLAS W. JANKOWSKI (ed.). *E-Research Transformation in Scholarly Practice*. Nova York: Routledge.

**CITACIÓ RECOMANADA**

ARDÈVOL, Elisenda (coord.) (2011). «Mediaccions». A: Begonya ENGUIX, Narcís FIGUERAS, Francesc NÚÑEZ (coord.). «Perspectives actuals de la recerca sobre ciències humanes i socials. La recerca als Estudis d'Arts i Humanitats de la UOC» [dossier en línia]. *Digithum*. Núm. 13, pàg. 62-68. UOC. [Data de consulta: dd/mm/aa].
<<http://digithum.uoc.edu/ojs/index.php/digithum/article/view/n13-mediaccions/n13-mediaccions-cat>>
ISSN 1575-2275



Els textos publicats en aquesta revista estan subjectes –llevat que s'indiqui el contrari– a una llicència de Reconeixement 3.0 Espanya de Creative Commons. Podeu copiar-los, distribuir-los, comunicar-los públicament i fer-ne obres derivades sempre que reconegueu els crèdits de les obres (autoria, nom de la revista, institució editora) de la manera especificada pels autors o per la revista. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/es/deed.ca>.

Mediaccions

Grup de Recerca en Cultura Digital
Estudis d'Arts i Humanitats i Estudis d'Informació i Comunicació (UOC)
<http://mediaciones.es/>
mediaccions@gmail.com

El grup és format per investigadors de diferents trajectòries i disciplines, com ara antropologia social i cultural, sociologia, estudis de comunicació, belles arts, disseny i estudis de ciència, tecnologia i societat, i hi participen professors dels Estudis d'Arts i Humanitats i dels Estudis d'Informació i Comunicació de la UOC.

Contacte:
Elisenda Ardèvol
eardevol@uoc.edu

Estudis d'Arts i Humanitats
Universitat Oberta de Catalunya
Av. Tibidabo, 39-43
08018 Barcelona

