**GT03 – Revolución 3.0, Cultura Digital y Medios de Comunicación.**

**Equipo de coordinación:**

* [Ana Wortman](https://www.alas2022.com/ana-wortman/) (Argentina)
* Luis Javier Cintrón Gutiérrez (Puerto Rico)
* Maximiliano Dueñas Guzmán (Puerto Rico)

**Resumen:**

Este Grupo de Trabajo se propone analizar teórica y empíricamente las dinámicas de la digitalización en la producción, circulación y consumo de bienes culturales. La también llamada *era de internet* ya tiene una historia y supone un antes y un después en la cultura y el arte contemporáneos. Así, por ejemplo, en el campo del cine, debemos hablar, de la proliferación de ámbitos de circulación, desde la exhibición en salas a festivales, crecimiento de plataformas de contenido por *streaming* y *on demand*, como Netflix y muchas otras, sitios piratas, redes sociales, etcétera.

La digitalización de la cultura impacta en la emergencia de nuevos géneros musicales, como el folklore digital, el trap, el funk carioca entre muchos otros, así como de nuevas formas del surgimiento de artistas, promoción y posicionamiento en la escena. También se han desarrollado nuevas formas de lectura a partir de la emergencia de nuevos dispositivos. El acceso a bienes culturales vía plataformas, constituye un desafío a las teorías sociológicas vinculadas al estructuralismo de Pierre Bourdieu y sus discípulos e investigadores tanto de USA, el mundo anglosajón, como de América Latina, en términos de cómo se define el gusto y las prácticas culturales en la llamada cultura digital, así como también a las perspectivas sociológicas cercanas a la teoría crítica y las industrias culturales.

En el campo de los medios de comunicación conviven viejas y nuevas formas de acceso a la producción mediática. Es así como podemos ver televisión no solo en el aparato de TV, sino acceder a las producciones audiovisuales en diversas pantallas, lo mismo ocurre con la radio, a la cual podemos conectarnos mediante aplicaciones en el teléfono celular. Por último, en la producción de información, como en el campo del surgimiento de nuevas estéticas, las redes sociales constituyen una forma de comunicación emergente y global que sigue creciendo, diversificándose y generan nuevos lenguajes comunicacionales.

En el plano de las políticas culturales-artísticas de los países latinoamericanos, nos interesa reflexionar en viejos y nuevos planos, teniendo en cuenta los cambios culturales arriba mencionados así como también cuestiones de geopolítica cultural.

Además, nos parece fundamental para entender, la lógica de la gestión cultural contemporánea y sus nuevas formas de organización, abordar la producción cultural en relación con la conformación de los públicos. Este tema aparece vinculado a la cuestión de los espacios sociales donde estos públicos se constituyen, teatros, salas de cine, salones literarios, galerías, centros culturales, en contextos urbanos de rápida transformación. Y más recientemente en formas virtuales. Así es como alguna bibliografía especializada y los gobiernos hacen referencia a industrias y ciudades creativas, y en ese sentido, nos interesa reflexionar acerca de la repercusión que tienen estas nuevas propuestas en el ámbito latinoamericano y caribeño.

**Líneas Temáticas:**

1. Plataformas de *streaming*, algoritmos, redefinición del gusto y prácticas culturales (cine, música, series, teatro).
2. Industrias culturales, conglomerados mediáticos y formas emergentes en la red.
3. Redes sociales, circulación de bienes culturales y nuevos lenguajes comunicacionales.
4. Sociedad civil y proyectos culturales. El fenómeno de los centros culturales independientes.
5. Políticas culturales y artísticas en América Latina y El Caribe. (Festivales como nueva lógica de presentación de bienes culturales y desarrollo espacial). Programas de Formación digital de artistas.
6. Economía creativa y digitalización cultural y artística.
7. Gestión cultural y artística, uso de las redes y nuevas formas comunicacionales para la gestión.