

RE-PENSAR LAS IDENTIDADES CULTURALES EN LA ERA DE LA CIBERCULTURA

DRA. LAURA LÓPEZ RIVERA

RESUMEN:

A partir de una perspectiva sociocultural y del análisis de algunos conceptos como convergencia mediática, diversidad y homogeneidad cultural, participación comunitaria y movilidad espacial; se comprende el impacto que han tenido en la configuración de las identidades culturales algunas situaciones que se han generado en la actualidad gracias a la mediatización (convergencia de medios de comunicación y tecnologías de información y comunicación).

SEMBLANZA

Doctora en Ciencias Políticas y Sociales (UNAM), Maestra en Educación (ITESM) y Licenciada en Comunicación (UIA). Profesora en el posgrado de Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas de la UNAM, Coordinadora de Acreditación del CONAC (Consejo de Acreditación de la Comunicación A.C) laura_lopezr@yahoo.com

INTRODUCCIÓN:

El lenguaje es el medio por el cual los significados se crean y se comunican, es la dimensión que permite conocer-nos (construir-nos); por ello, el lenguaje es fundamental en la conformación de los procesos identitarios.

Por un lado, entendemos al mundo por la forma como lo *construimos* a través de los lenguajes verbales, escritos, sonoros, figurativos o audiovisuales; al mismo tiempo, nuestra identidad la conformamos y comunicamos a través de la interacción con el otro. De esta manera, lo que significa ser persona lo define por un lado la cultura; por otro, el lenguaje y las prácticas sociales que dependen del contexto socio-cultural.

La identidad cultural es al mismo tiempo un proceso simbólico y social. Simbólico ya que supone la manera como otorgamos sentido a las relaciones y a las prácticas sociales; es la forma como clasificamos y diferenciamos las

cosas dentro de nuestras relaciones y a través de nuestras representaciones sociales; es social ya que las identidades se aprenden en el proceso de interacción social.

El lenguaje que utilizan las tecnologías de información y comunicación (TICS) y su apropiación y consumo está transformando las experiencias cotidianas y con ello la forma como millones de personas construyen su identidad cultural e interaccionan con su mundo. Por ello, en la actualidad la identidad debe re-pensarse en un contexto en el cual las comunidades participan en la convergencia mediática, en espacios no tan sólo locales, sino en marcos más extensos como los globales, que es en donde se construyen identidades compartidas en diversos países del mundo, y en procesos móviles en los cuales la proximidad y la presencia adquieren otro significado.

En este sentido, el artículo que aquí se presenta tiene como objetivo reflexionar sobre la apropiación simbólica de las tecnologías para re-pensar la configuración de las identidades culturales. Para ello se analizará el impacto de algunos procesos como la convergencia mediática, la diversidad y homogeneidad cultural, la participación comunitaria y la movilidad espacial, tienen en esta configuración identitaria.

CONVERGENCIA MEDIÁTICA

El concepto de mediatización que propone Silverstone es de gran utilidad, ya que rompe con la separación entre medios de comunicación y TICS, al reconsiderar estas dos instancias como circulación de significados y no como soportes tecnológicos aislados. Esto implica para Silverstone (2004) que los significados se mueven entre los textos y a lo largo del tiempo, a través del espacio y de los espacios (en lo público y privado, en lo individual, local y global), fluyen en las conversaciones y en convergencia con otros medios. Por ello, los significados no tienen punto de partida ni fin ya que se ubican en los hechos y experiencias de la vida cotidiana y en las transmisiones (Silverstone, 2004).

Para Jenkins (2008) la convergencia es un concepto amplio que abarca todos los ámbitos de nuestra vida individual y social, se observa entre las telecomunicaciones, las tecnologías de información y los medios de comunicación. Ocurre en diferentes niveles de la vida, en los nacionales y en

los globales¹, entre el “hardware y software”, entre las empresas y en las redes y los contenidos, en donde se da la fragmentación del relato y la pantalla, el ritmo acelerado y el desarrollo de estructuras narrativas cada vez más complejas.

La convergencia implica un cambio tanto en el modo de codificación como en el de decodificación. Del lado de la producción se generan productos que combinan diversos lenguajes, así mismo se vinculan medios tradicionales llamados de representación con los digitales dentro de un formato interactivo, y se posibilita la integración de las pantallas. En el consumo, se presenta la convergencia reconfigurando la relación entre consumidores y productores, diluyendo las diferencias entre ellos a través de la personalización de los contenidos, el consumo asincrónico, el intercambio y ofreciéndole al usuario la posibilidad no tan sólo de crear sus contenidos sino también de distribuirlos (Scolari, 2008).

La convergencia mediática se entiende así dentro de las lógicas culturales y no sólo como un soporte tecnológico, se produce en el pensamiento de los consumidores y mediante sus interacciones sociales. Se define por procesos plurales, dinámicos, contradictorios y en permanente transformación.

Para comprender la convergencia es de gran utilidad el concepto de *articulación* que propone Stuart Hall (en Barker, 2003, p. 62)², quien plantea que las relaciones entre elementos deben concebirse como una coexistencia en donde se configuran diversos vínculos con diferentes grados de intensidad y de dirección, dependiendo de las características del contexto socio-cultural, económico y político. Dado que las relaciones entre estos elementos no son permanentes, éstas pueden romperse y articularse de otra manera en cualquier momento.

Así por ejemplo, la convergencia que se da entre la codificación y decodificación puede entenderse como un proceso contradictorio, que al mismo tiempo que estructura relaciones de poder de arriba (industrias mediáticas y nuevas tecnologías) hacia abajo (individuos), se define por la apropiación de los sujetos, en donde estas fuerzas se ven reconstruidas. Estas relaciones se transforman permanentemente.

En relación a los modos de acceder a las tecnologías de información y comunicación, que es la que interesa en este estudio por perfilar algunas

situaciones que re-configuran a las identidades culturales, se presentan tres situaciones que vale la pena analizar:

1. Una interdependencia en el uso convergente de las multipantallas (celular, computadora, televisión, entre otros), que generan múltiples modos de relación con los contenidos, dependiendo de la situación sociocultural y las demarcaciones del sujeto (sexo, edad, clase social, nacionalidad, entre otras).

Por ejemplo, el creciente y generalizado uso del celular entre personas de diferentes países y edades, motivaría a pensar que su consumo borra las diferencias de nacionalidad y edad entre estos grupos. Es evidente que desde un punto de vista tecnológico, la operación del *gadget* determina un nivel de homogeneidad, pero si analizamos los usos y el tipo de información que almacenan los jóvenes y lo comparamos con los usos y apropiación de los adultos en los diversos espacios socioculturales, encontraremos diferencias significativas, que no sólo se definen por la edad, sino también por el género, la nacionalidad, la clase social e incluso el momento o la situación de apropiación.

2. Un uso convergente en una sola pantalla: por ejemplo, en relación a las tecnologías móviles como el celular que puede utilizarse para comunicarse o interactuar con los otros, ver películas o series, tomar fotografías, guardar información, agendar actividades, entre otros.

3. El Uso de las pantallas en espacios socioculturales y reales convergentes: esta modalidad sugiere pensar en varios espacios que convergen cuando el individuo está apropiándose de las tecnologías. Por ejemplo, un joven que se encuentra situado en su escuela en la Ciudad de México y que al mismo tiempo a través de su *lap-top* se pone en contacto con una película estadounidense, e interacciona con una persona que se encuentra en Madrid.

La aproximación a estas situaciones que se describen a partir de la convergencia en la apropiación tecnológica, nos hace pensar en la configuración de las identidades, en donde el individuo es capaz de articular diversos espacios reales y socioculturales al mismo tiempo y de utilizar la tecnología de diversas formas para diferentes propósitos.

Esto implica que las personas desarrollen la capacidad de adaptarse al permanente cambio, de imaginar las diversas posibilidades de los soportes tecnológicos, de pensar un mundo más amplio, sin límites espaciales, ni fronteras culturales.

DIVERSIDAD Y HOMOGENEIDAD CULTURAL

Otro concepto fundamental para comprender la forma como se van construyendo las identidades culturales en la era de la mediatización es el de diversidad y homogeneidad cultural. En la actualidad las nuevas configuraciones culturales que se han generado a partir de las TICS, los medios de comunicación y la creación de los mercados globales, han provocado que el concepto de *identidad cultural* adquiera una gran importancia en los estudios sobre la cultura y sea objeto de una resignificación teórica profunda, que abarca desde el debate entre los especialistas contemporáneos, preocupados por concebir una identidad sólida y estable, hasta el enfoque postmoderno donde la identidad es percibida al interior de procesos móviles, multidireccionales y creativos.

Las dos versiones más extremas de este debate en torno a la identidad cultural son definidas por Stuart Hall como esencialista y contingente. En la esencialista se concibe que las identidades están completamente construidas y separadas unas de otras, por lo que pueden y deben permanecer sin contaminarse entre ellas (Hall, en Grossberg, 2002, p. 89). La identidad es compartida por todos los individuos de una nación sin importar clase social, etnia, género o edad. Se deriva lógicamente de esta perspectiva que una demarcación cultural como la raza sea un rasgo definitorio de la identidad, o que la historia conciba algunas características identitarias como verdades, ya que no cambian ni cambiarán a lo largo del tiempo.

La segunda perspectiva sobre la identidad cultural definida por Hall como contingente, concibe a las identidades como relacionales e incompletas, cambiantes, en procesos de construcción permanentes. Por lo tanto, las identidades culturales son específicas de una época y de un lugar en particular. Se imagina a un sujeto “descentrado”, constituido por identidades múltiples y cambiantes.

Es evidente que en esta actual lógica de la mediatización, la concepción contingente es el enfoque más congruente para explicar la conformación de las identidades culturales como una realidad compleja en constante configuración, ya que la circulación de significados por los medios y sobre a través de las TICS posibilitan la construcción de diversas identidades, dado que los múltiples

espacios de interacción le dan al individuo diferentes escenarios culturales a partir de los cuales producirá sentido de su mundo.

La identidad es entendida dentro de las diversas interacciones que entablamos, ya que, como sujetos, nos situamos de forma diferente en los espacios sociales donde nos relacionamos con los otros. Dependiendo de los roles sociales que desempeñamos, construimos diversas representaciones de nosotros mismos. Por eso, podemos considerarnos sujetos de identidades plurales y contradictorias, hechas de fragmentos parciales, que pueden coexistir en conflicto y por ello generan diversas posiciones, a saber identidades fragmentadas.

De esta manera, las múltiples narrativas que constituyen al ser humano tienen que ver con las diversas relaciones sociales establecidas con el otro, las cuales dependen de la posición del sujeto, de los diversos contextos donde se interactúa, siempre cambiantes, y por supuesto del lenguaje, que como ya se ha mencionado no es estático y refiere a diversos sentidos.

Ante esta situación, relacionada con la multiplicación de estos mundos y lógicas sociales típicas de la vida moderna, surge un debate con dos posiciones: un enfoque plantea la manera de re-territorializar a los medios y las tecnologías, es decir, establecer la relación entre medios y territorio, donde se afirma que estas tecnologías deben contribuir a la diferenciación e integridad de las culturas locales y regionales, en contra de las peligrosas fuerzas homogeneizadoras. Otro en donde se piensa en el encuentro de culturas como una serie de negociaciones, de reappropriaciones, donde la "globalización recontextualiza y reinterpreta el localismo cultural, y lo hace en formas que son equívocas y ambiguas" (Morley y Robins, 2002, p. 118).

Frente a estos dos enfoques nuestra postura es que si bien es cierto que estos procesos producen homogeneidad, también lo es que generan resistencia, que reafirman y fortalecen a las identidades locales o incluso crean nuevas identidades. Se generan así diferentes formaciones identitarias según la cultura impactada, el momento histórico vivido y la forma como se lleve a cabo el proceso. Sin duda existe la posibilidad de una homogeneidad cultural en algunos aspectos, que borre las diferencias culturales entre las naciones. A su vez, la globalización puede generar procesos de resistencia que ayuden a

reafirmar las identidades locales y nacionales; o puede crear nuevas identidades culturales.

Sin embargo, aún cuando es claro que no aceptamos el esquema de un dominio unidireccional en los procesos de comunicación, de ninguna manera subestimamos las relaciones de poder que se observan en los procesos identitarios. Tanto los flujos internacionales de comunicación como las migraciones producen identidades plurales donde se manifiestan inequidades y relaciones de poder, a la vez que negociaciones y reapropiaciones.

El individuo situado en esta problemática, se verá a sí mismo participando en mundos diversos, en una interacción con el otro en donde influirá y se verá influido, construyendo nuevas aproximaciones y significados hacia su mundo, pero también hacia el de los demás. Negociando esta diversidad cultural, en donde la diferencia no es fundamental, lo trascendente es ver a los demás como los “otros” situados en su propio contexto y desde allí pensarlos.

Con ello, se construye un significado a partir del propio contexto y no se valora ni se juzga, sólo se comprende. Esto sugiere la conformación de sujetos en quienes la tolerancia cultural se da de una forma más natural, porque el mismo contexto así lo posibilita.

PARTICIPACIÓN COMUNITARIA

El concepto de participación se propone como una manera de comprender el comportamiento de los sujetos ante los procesos de creación en la codificación y decodificación de mensajes. En aras de entender el concepto se elaborará una comparación entre tres dimensiones diferentes: texto, audiencia y productor-consumidor. La tercera, la de los productores-consumidores, es la que interesa, ya que es en donde se ubica a los sujetos que participan en el mundo de la cibercultura.

Dimensión textual	Dimensión de las audiencias activas	Dimensión de los productores-consumidores
Se estudia la posición del espectador desde el texto	Se estudian las lecturas de la audiencias en la interacción entre el sujeto y el texto	Se estudian los procesos de producción e interacción entre los individuos
El significado se deduce del <i>sentido</i> del texto	El significado se produce a través de la <i>negociación</i> entre el texto y la audiencia situada en un contexto sociocultural específico	El significado se construye en la <i>participación</i> entre las comunidades
<i>Análisis</i> del sentido del texto	<i>Actividad y reflexividad</i> en la producción de significado	<i>Creatividad e interacción</i> en la producción y consumo de mensajes
Literatura	Medios de representación (cine, televisión, radio y prensa)	TICS

Tabla de elaboración propia para comparar las tres dimensiones

Como se puede observar en la tabla anterior, la dimensión de los productores-consumidores implica pensar en comunidades que interaccionan y que participan en la construcción de un saber colectivo. Se conciben como productores y participantes culturales y no sólo como consumidores, que pueden ser críticos o no, como en el caso de las audiencias activas.

Los miembros de esta cultura de participación perciben que sus contribuciones son importantes y forman parte de los discursos del otro. Jenkins (2009) los conceptualiza como creadores de nuevos mundos, activos, migratorios, interconectados socialmente y persiguiendo fragmentos de una inteligencia colectiva para crear una pluralidad de significados de manera coordinada, aunque no se conozcan entre sí.

Son actores del cambio, comunidades en acción que transforman continuamente la realidad y organizan las relaciones entre los individuos. El poder de esta manera se ejerce de una forma más horizontal, rompiendo el esquema de una influencia unidireccional, de arriba hacia abajo, entre individuos aislados.

Con este escenario se sugiere que la construcción del saber colectivo a través de la colaboración es un valor fundamental para estas comunidades. Así

mismo, se antoja pensar en la importancia que adquiere la producción creativa de mensajes, las habilidades de autogestión y las competencias para la sociabilidad mediatizada.

MOVILIDAD ESPACIAL

Para Katz y Rice (2005) el espacio y el comportamiento público se han visto alterados por la llegada de los medios móviles en donde “se privilegia al distante sobre el otro co-localizado, dando como irónico resultado una tensión continua al estar en alguna otra parte sin importar dónde pueda estar uno físicamente” (Katz y Rice, 2005). El espacio es ahora más significativo que nunca y se presenta en nuevas dimensiones: sin fronteras ni límites, en una situación en la cual un individuo al mismo tiempo puede estar en contacto con dos o más realidades. Un espacio multidimensional, a la vez público y privado, ficticio y real, local y global. Un espacio articulado con otros espacios, en donde la relación del presente con el pasado y el futuro ha perdido importancia. En estas lógicas contemporáneas, interactuar con el *otro* no necesariamente significa compartir el mismo espacio, podemos estar en contacto con otras culturas a través del celular, el cine, la televisión, la industria del libro, el disco o la Internet. Doreen Massey (en Morley, 1996, p. 330) plantea que los lugares ya no deben ser vistos como algo internamente homogéneo, sino como “espacios de interacción en donde las identidades locales son construidas a través de los recursos (materiales y simbólicos) que puede que no estén en el origen de lo local, pero que sin embargo son auténticos”. Es gracias a la convergencia del “dentro” y el “afuera” que podemos entender cómo lo local asume lo externo, lo resignifica y le da un sentido propio que sólo se podrá ver en esta interacción.

Un concepto parecido al de Massey es el de “viaje” de James Clifford (1997), quien aboga por pensar en la noción de espacio y no en la de nación. El “espacio” ya no está funcionando como una frontera o un límite para comprender las dinámicas de los grupos sociales. Ahora es más adecuado hablar de un encuentro entre viajeros. La noción es interesante ya que propone concebir a las culturas en sus puntos de encuentro, en sus articulaciones y negociaciones, más que en su pureza o especificidad. En esta lógica se puede

entender un mundo híbrido, interconectado, con múltiples migraciones y diversos contactos interculturales a través de los medios y las tecnologías y con las economías regionales y globales.

En esta misma perspectiva, Edwuard Soja (en Morley y Robins, 2002, p. 107). afirma que ahora es más significativo el espacio que el tiempo, el hacer de la geografía más que el hacer de la historia .

Lo que las nuevas tecnologías hacen posible es un nuevo tipo de relación entre espacio y tiempo: a través de su capacidad de transgredir fronteras y subvertir territorios, están implicados en un complejo inter-juego de desterritorialización y re-territorialización (Dupuy, 1988). Es particularmente significativa la relación entre límite y espacio que esto trae consigo. Las cosas no están ya definidas ni distinguidas, en la manera como alguna vez estuvieron, por sus límites o fronteras (Morley y Robins, 2002, p. 75).

El espacio mediático en esta época, en donde se ubica al de transmisión cuando nos referimos a los medios de comunicación y al de producción e interacción en relación a las TICS, ha cobrado más importancia que el espacio geográfico. Conocemos al otro por la circulación mediatizada y si ese otro no está representado en este espacio mediático, pues entonces no existe. Las culturas ya no están delimitadas por un espacio específico, se han traspasado fronteras y por ello es fundamental entender la identidad en sus espacios globales y globales, públicos y privados, ficticios y reales.

De esta manera las tecnologías, sobre todo las móviles, han modificado la percepción del espacio, la noción de proximidad y presencia ya no son las mismas de antes. La ubicuidad mediatizada forma parte de la vida cotidiana.

Ante este panorama se imagina un individuo con gran capacidad de ubicarse en diversos espacios, lo cual implica dos capacidades fundamentales: la de poder asumir constantemente una identidad cultural para ubicarse dentro de un contexto de interacción espacial y simbólico y la de desarrollar simultáneamente múltiples tareas (multitasking) de una forma discontinua y rápida.

REFLEXIÓN FINAL

Estamos ubicados en un nuevo contexto sociocultural que es imprescindible comprender si tenemos la pretensión de analizar las configuraciones identitarias en la actualidad. Viviendo en una diversidad de espacios, asumimos diferentes identidades, experimentando una crisis de identidad a nivel global (Barker, 2003; Hall, 1996; Bauman, 2007).

Situados en un ambiente de creación colectiva a través de una nueva organización social: las *comunidades*, en donde no se comparten los mismos espacios y a veces tampoco las demarcaciones culturales (género, nacionalidad, clase social, edad, etnia, religión, entre otras); nos constituimos como grupos cohesionados por los mismos intereses.

En estos ambientes simbólicos ha emergido la *participación* como una característica fundamental de estos nuevos tiempos. Con ella, se han modificado paradigmas en donde los procesos de codificación y decodificación se percibían como instancias aisladas. Ahora, la producción y el consumo se comprenden en convergencia.

El dominio de lo espacial sobre lo temporal es otro rasgo que debe destacarse. La ubicación espacial simultánea en varios mundos es ahora posible y se ha generalizado sobre todo en las personas jóvenes para quienes la proximidad y presencia adquieren otra lógica, que muchas veces los adultos no comprendemos.

Ante este panorama que se ha perfilado, se vislumbran las características de los individuos que son fundamentales para re-pensar los nuevos procesos de inserción al mundo contemporáneo:

1. Participación activa en grandes *comunidades* en red
2. Desarrollo de una nueva sociabilidad mediatizada
3. Utilización de la tecnología para crear, difundir e interpretar información
4. Desarrollo de la crítica, la argumentación y los procesos de investigación para manejar los conocimientos que provienen de la inteligencia colectiva³ (audio, imágenes, base de datos)
5. Desarrollo de la tolerancia hacia la diversidad cultural, partiendo de una percepción del otro en donde se reconoce su existencia en su propio contexto

6. Análisis y reflexión sobre los mundos reales , ficticios y las opiniones, a través del concepto de articulación de Stuart Hall, en donde se establecen diversos vínculos con diferentes grados de intensidad y dirección, dependiendo del contexto sociocultural
7. Uso convergente de la tecnología a través de variados lenguajes (escrito, hablado, audio, video, fotografías, etc.) y de distintos soportes tecnológicos (multipantallas)
8. Ubicación en varios espacios socioculturales y reales simultáneamente, sin perder la esencia de lo que somos

NOTAS

¹ Este nivel será desarrollado en el inciso de diversidad y homogeneidad que se incorpora a continuación.

² La noción del concepto “articulación” es de Stuart Hall y se publica en una entrevista que realiza Lawrence Grossberg, posteriormente incorporada en su artículo “On postmodernism and articulation: an interview with Stuart Hall”, que editan David Morley y Kuan-Hsing Chen. La traducción al castellano es tomada del libro: Barker, Chris (2003). *Televisión, globalización e identidades culturales*, Buenos Aires, Paidós Comunicación, núm. 143.

³ Concepto utilizado por Pierre Levy (2007, p. 174) en donde se hace referencia a: “una inteligencia variada distribuida por todo, valorizada sin cesar, puesta en sinergia en tiempo real, que va a parar a una movilización óptima de las competencias. Tal como la entiendo, la finalidad de la inteligencia colectiva es poner los recursos de amplios colectivos al servicio de personas y de los pequeños grupos y no a la inversa”.

BIBLIOGRAFÍA

Aguado, Juan Miguel e Inmaculada José Martínez (Coord.). (2008). *Sociedad móvil. Tecnología, identidad y cultura*. Madrid: Ensayo Biblioteca nueva.

Barker, Chris. (2003). *Televisión, globalización e identidades culturales*. Buenos Aires: Paidós comunicación 143.

Bauman, Zygmunt. (2007). *Tiempos líquidos. Vivir en una época de incertidumbre*. Barcelona: Tusquets Editors.

Buckingham, David. (2008). *Más allá de la tecnología. Aprendizaje infantil en la era de la cultura digital*. Buenos Aires: Editorial Manantial.

Jenkins, Henry. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona, Buenos Aires y México: Paidós.

Jenkins, Henry. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: media education for the 21st century*. Estados Unidos: MIT Press (consultado en línea a través de Amazon Kindle).

Grossberg, Lawrence. (1996). “On postmodernism and articulation. An interview with Stuart Hall”, en Morley, David y Chen, Kuan-Hsing (eds.). (1996). *Stuart Hall. Critical dialogues in cultural studies* (131-173). Londres y Nueva York: Routledge.

_____. (2002). “Identity and cultural studies: is that all there is?”, en Hall, Stuart y Du Gay, Paul (edit.), *Questions of cultural identity* (87-107). Londres: Sage.

Hall, Stuart. (1980). “Endoding-decoding”, en Stuart Hall y otros (comps.), *Culture, media, language*. Londres: Hutchinson.

_____. (1996). "The meaning of new times", en Morley, David y Chen, Kuan-Hsing (edits.). (1996). *Stuart Hall. Critical dialogues in cultural studies*, (223-237). Londres y Nueva York: Routledge

Hall, Stuart y Paul du Gay (edit.) (2002). Questions of cultural identity. Londres: Sage.

Katz, James y Ronald Rice. (2005). Consecuencias sociales del uso de Internet. Barcelona: Editorial UOC, Colección Nuevas Tecnologías y Sociedad.

Levy, Pierre. (2007). Cibercultura. La cultura de la sociedad digital. Barcelona: Antropos y México: Universidad Autónoma Metropolitana.

Morley, David y Kevin Robins. (2002). Spaces of identity. Global media, electronic landscapes and cultural boundaries. Cornwall, T.J International Ltd.

Morduchowicz, Roxana (Coord.) (2008). Los jóvenes y las pantallas, nuevas formas de sociabilidad. Barcelona: Gedisa.

Scolari, Carlos. (2008). Hipermediaciones. Elementos para una teoría digital interactiva. Barcelona: Gedisa

Silverstone, Roger. (2004). *¿Por qué estudiar los medios?* Madrid: Amorrortu.