

Chasqui

Comité Editorial

- Fernando Checa Montúfar, docente de la Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador, director general del CIESPAL.
- César Ricardo Siqueira Bolaño, docente e investigador de la Universidade Federal de Sergipe (UFS). Presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigación de la Comunicación (ALAIIC).
- Ernesto Villanueva, docente de la Universidad de Las Américas de Puebla y miembro de la Fundación Fundalex, México.
- Marcial Murciano, docente de la Universidad Autónoma de Barcelona, España.
- Efendy Maldonado, docente e investigador de la Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinós), Brasil.
- María Cristina Mata, Argentina.
- Gabriel Kaplún, docente e investigador de la Universidad de la República, Uruguay.
- Erik Torrico, docente de la Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia.
- Rafael Roncagliolo, director del Institute for Democracy and Electoral Assistance (IDEA) del Perú.
- Ernesto Carmona, presidente de Federación Latinoamericana de Periodistas, capítulo Chile.
- Bruce Girard, presidente de Comunica.org.
- Gaëtan Tremblay, docente investigador de la Université du Québec à Montréal

Consejo de Redacción

- Gustavo Abad, periodista, comunicador, docente investigador de FLACSO Ecuador y secretario general del CIESPAL.
- Raquel Escobar, comunicadora y coordinadora de Planificación y Sostenibilidad del CIESPAL.
- Alexandra Ayala, comunicadora, articulista de opinión y coordinadora de Investigación del CIESPAL.

Créditos

Centro Editorial y Documentación
Raúl Salvador R.

Editor
Pablo Escandón M.
pescandon@ciespal.net

Concepción gráfica
Diego S. Acevedo A.

Suscripciones
Isaías Sánchez
isanchez@ciespal.net

Impresión Editorial QUIPUS - CIESPAL

Portada
Jorge Fernández
Foto: Archivo histórico de Ciespal

Consejo de Administración

Presidente
Édgar Samaniego
Rector de la Universidad Central del Ecuador

Luis Mueckay
Delegado del Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio e Integración

Cecilia Herbas
Delegada del Ministerio de Educación

Héctor Chávez V.
Delegado de la Universidad Estatal de Guayaquil

Embajador Pedro Vuskovic
Representante de la Organización de Estados Americanos

Amparo Naranjo
Secretaria Permanente de la Comisión Ecuatoriana de
Cooperación con UNESCO

Vicente Ordóñez
Presidente de la Unión Nacional de Periodistas

Roberto Manciati
Representante de la Asociación Ecuatoriana de
Radiodifusión

Susana Piedra
Representante de la Federación Nacional de Periodistas

Fernando Checa Montúfar
Director General del CIESPAL

Publicación trimestral
Edición junio 2012
Número: 118

Chasqui es una publicación del CIESPAL, incluida en el catálogo y archivo de Latindex. Miembro de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura <http://www.felafacs.org/rederevistas>, Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe en Ciencias Sociales y Humanidades <http://redalyc.uaemex.mx>. Todos los derechos reservados. Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa. Las colaboraciones y artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no expresan la opinión del CIESPAL.

En esta edición



Portada: Jorge Fernández

3 Jorge Fernández:
artífice del pensamiento
comunicacional latinoamericano
Fernando Checa Montúfar

6 Un momento oportuno
Margarida María Krohling Kunsch

8 Superar la condición periférica
Ana Sílvia Lopes Davi Médola

10 El Pensamiento Comunicacional
de Jorge Fernández
José Marques de Melo

17 La política en el relato periodístico
ecuatoriano: cómo contar la
historia de una democracia
postergada
Un acercamiento al relato
periodístico de Jorge Fernández
Salazar sobre la política
ecuatoriana
Raquel Escobar

Ensayos

22 Periodismo sin poder
Un estudio de un caso en Elpaís.
com; El mundo.es y ABC.es
Francisco de Assis Cordeiro da Silva

28 Los estudios de comunicación
social/periodismo en el Ecuador.
Una visión crítica al rol de la
universidad y la academia
María Isabel Punín Larrea

37 La radio en América Latina y el
Caribe. Mapa interactivo
Tito Ballesteros López

42 Da opinião pública para a
inteligência coletiva:
produção colaborativa e em rede
Rejane de Oliveira Pozobon

48 Comunicación Organizacional:
simetrías y asimetrías en la era de
la globalización
Renato Dias Baptista

52 Un recorrido sobre el autor:
su problematización en Gadamer,
Jauss y Eco
Mariana Patricia Busso

57 Construcción de la investigación
comunicacional:
una propuesta metodológica
Jiani Adriana Bonin

62 Traçados da corrupção no Brasil:
a enunciação visual em charges
políticas
Fabiano Maggion

68 ¿Hallaremos el radicalismo no
riguroso?
Imágenes y rastros sobre
el pensamiento crítico
latinoamericano en comunicación
Eduardo Gutiérrez

74 Aquela mulher sou eu?
A telenovela brasileira na
construção das identidades na
velhice
Laura Hastenpflug Wottrich

79 Un acercamiento a las nuevas olas
del cine latinoamericano: el caso
de Ecuador
Gabriela Alemán



Ubicuidad y comunicación: los Smartphones

Sebastian Ramiro Castro Rojas

Doctor en Comunicación Social, docente e investigador por la Universidad Nacional de Rosario. Área de Interés: Transformación socio-cultural. Comunicación, Redes Digitales y Tecnologías de la Información y la Comunicación.

scastrorojas@gmail.com

Recibido: marzo 2012. Aprobado: junio 2012.

Resumen

Este trabajo pondrá especial atención en indagar cómo la irrupción y masificación de los teléfonos inteligentes (Smartphones) en los últimos años están produciendo un nuevo espacio de interacciones y vínculos comunicativos mediatizados por interfaces digitales. Estas transformaciones socio-comunicativas tienen a los teléfonos inteligentes como dispositivos de vínculo en el espacio social y son producto de la modificación en las formas de trabajar, consumir, socializarse con la cuarta pantalla: el teléfono móvil como un medio omnipresente. Además, se abordará cómo en los últimos años desde un sólo dispositivo se centralizan y convergen las tareas que antes eran exclusivas de las otras pantallas como la PC o la TV. La convergencia de pantallas y aplicaciones es un rasgo distintivo que muestra como los dispositivos móviles han transformado los ritos sociales de interacción.

Palabras clave: Interacciones – vínculos – móviles - Smartphones

Resumo

Este trabalho porá especial atenção em indagar como a irrupción e masificação dos telefones inteligentes (Smartphones) nos últimos anos estão a produzir um novo espaço de interações e vínculos comunicativos mediatizados por interfaces digitais. Estas transformações sócio-comunicativas têm aos telefones inteligentes como dispositivos de vínculo no espaço social e são produto da modificação nas formas de trabalhar, consumir, socializarse com a quarta tela: o telefone móvel como um médio omnipresente. Ademais, abordar-se-á como nos últimos anos de um só dispositivo se centraliza e converger as tarefas que dantes eram exclusivas do outros telas como o PC ou a televisão. A convergencia de telas e aplicações é um rasgo distintivo que mostra como os dispositivos móveis transformaram os ritos sociais de interação.

Palavras-chave: Interações – laços – móveis - Smartphones



*"En los 80, fue la PC; en los 90, internet.
Hoy, la revolución es el móvil"*

(Rheingold, 21)

Introducción

La revolución de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) que se originaron en el último cuarto de siglo XX, introdujo importantes cambios en las formas sociales, productivas y comunicacionales.

La telefonía móvil es la tecnología que ha experimentado la mayor y más rápida penetración en la sociedad. Se ha desarrollado de forma vertiginosa como plataforma de comunicación y de acceso a contenidos.

En sus comienzos, los dispositivos móviles fueron concebidos estrictamente para realizar comunicaciones de voz. Luego, se fueron sumando nuevas aplicaciones por parte de los fabricantes y servicios por parte de las operadoras. Los avances tecnológicos han permitido que en la actualidad, podamos enviar sms, sacar fotos, escuchar música, navegar por internet, enviar mails, usar el GPS, descargar juegos, organizar las actividades del día, chequear las cuentas bancarias, escribir en el blog, entre muchas otras cosas.

La rápida expansión y adopción de los teléfono móviles han generado cambios sociales y culturales en la sociedad, han modificado las formas de comunicación, de acceder a la información y las maneras en que los individuos se relacionan entre sí. La telefonía móvil ha producido una transformación en los ritos sociales de interacción. El uso de las TIC ha modificado la forma de trabajar, aprender, colaborar, jugar, pasar el tiempo y socializar de los individuos.

Según advierten Aguado Juan Miguel y Martínez Inmaculada el carácter personal, la translocalidad y la conectividad permanente, no solo ha favorecido la implantación global de la telefonía móvil, sino que han hecho posible que su inserción en la vida cotidiana haya provocado notables transformaciones en numerosos aspectos de la vida social (156).

En la actualidad, se reconoce que la tecnología interactúa a diario y en diversos espacios con las personas, permitiéndoles mantenerse en contacto mutuo. Los dispositivos tecnológicos se han convertido en la compañera fiel más que en una herramienta, un fin en sí misma, que extiende tecnológicamente nuestro sistema nervioso central "hasta implicarnos con toda la humanidad e incorporada toda en nuestro ser" (Mc Luhan, 26).

Los cambios se visualizan en nuestra vida cotidiana, en las maneras de trabajar, estudiar, consumir o vincularse y en la percepción del tiempo, del espacio. La telefonía móvil incide de forma decisiva en el problema del movimiento, donde la conectividad no depende ya del lugar, sino de la persona y donde la accesibilidad deja de ser discontinua a ser continua. De ahí la importancia del móvil como un complemento insustituible del sujeto social (Aguado y Martínez, 157).

El teléfono móvil ha permeado el tejido social de manera impensada y se ha convertido en un objeto muy personal, los dispositivos móviles van con los sujetos a todas partes. Hay un lazo inquebrantable entre el teléfono y su dueño.

Teniendo en cuenta la evolución del dispositivo junto con los avances en los estándares tecnológicos de las redes digitales, se instala el teléfono móvil como símbolo de la convergencia digital. Como mencionan Aguado Juan Miguel y Martínez Inmaculada el teléfono móvil es un dispositivo englobador de dispositivos digitales, en una misma terminal conviven gran cantidad de aplicaciones, funciones y servicios que permiten hacer múltiples acciones (158).

Este desarrollo de los dispositivos móviles cobra relevancia por la centralidad que los sujetos le otorgan al mismo. Las actividades y tareas que antes estaban contenidas en espacios y tiempos de trabajo se ven modificadas por el uso de los teléfonos móviles. La evolución que en los últimos diez años se ha experimentado en los dispositivos, las telecomunicaciones y las formas de comunicarse, vincularse, interaccionar por parte de los sujetos nos permiten reflexionar sobre como se han modificado las formas de comunicación, de trabajo y de experimentar los vínculos sociales. Los Smartphones son hoy los dispositivos que marcan una nueva manera de establecer relaciones, trabajar en la sociedad actual.

Comunicación móvil y ubicua

Las TIC han producido importantes cambios socio-culturales entre los sujetos. La implantación del teléfono móvil modificó el comportamiento público, alteró los conceptos de espacio público y privado, las relaciones humanas, las costumbres, las formas de comunicarse, entre otras cuestiones.

Se reconoce que el teléfono celular ha adquirido un lugar privilegiado para los individuos, por ello el móvil está considerado dentro del "conjunto de artefactos que se han mundanizado o popularizado: la cultura es cada vez más influenciada por el incremento de estas sofisticadas tecnologías de comunicación e información que incrementan las capacidades personales" (Ruelas 153).

Los dispositivos de comunicación móvil enlazan las prácticas sociales en múltiples lugares. El espacio de interacción social queda redefinido mediante la creación de un subespacio de comunicación entre la gente, que utiliza su espacio para construir una red de comunicación con otros espacios. La gente está aquí y allá, en múltiples aquí y allá, en una combinación incesante de lugares (Castells et al. 268).

El teléfono móvil se ha convertido en un medio omnipresente, puesto que ofrece la posibilidad de conectar y ser contactado, con independencia de donde se encuentren tanto el que llama como el que es llamado (Höflich y Rössler 81). El uso habitual de los celulares confirma lo que Misa Matsuda llama "comunidad íntima a tiempo completo" (cit en Castells et al. 150). En palabras de Fortunati nos hemos convertido en caracoles: "llevamos nuestro hogar de relaciones a espalda" (cit en Castells et al. 270).

El teléfono móvil modifica la presencia y ausencia de los individuos en el espacio social, la configuración social del espacio y del tiempo (Fortunati 9). La distancia y el lugar no mueren, sino que se reconceptualizan y reestructuran creando un nuevo sentido de pertenencia en nuestra red de relaciones. La posibilidad de conexión hace que los otros estén virtualmente presentes.

Los usuarios de los celulares pueden estar lejos y cerca a la vez, pueden estar disponibles en cualquier momento, pero no hace falta que estén presentes, pueden encontrarse a grandes distancias, pero estar conectados, es decir, ausentes pero presentes en un espacio comunicativo virtual. "Los móviles tienen la particularidad de dotar de cierto grado de presencia a los ausentes, de encarnar la presencia virtual de aquellos cuyos números están en nuestra lista de contactos, de aquellos que nos llaman o envían sms, cuya presencia puede actualizarse en cualquier momento mientras lo llevamos con nosotros" (Lásen, Finkel y Gordo 18).

El investigador finlandés Pasi Mäenpää formuló que en la cultura móvil uno vive permanentemente con un pie en el futuro [...]. Los lugares y los tiempos no se planifican con antelación; la gente se pone de acuerdo (o simplemente actúa así espontáneamente, sin acuerdo previo) para llamar "cuando llegan". Esto limita menos la vida, porque es posible organizar cada día según los acontecimientos que se producen sobre la marcha (cit en Rheingold 220).

"La comunicación móvil extiende y refuerza la plataforma tecnológica de la sociedad en red, una sociedad cuya estructura y prácticas sociales están organizadas alrededor de redes microelectrónicas de información y comunicación. Los dispositivos de comunicación móvil permiten los negocios en red y la oficina móvil, el trabajador móvil, la descentralización de la producción y

la gestión en el mundo empresarial, y la conexión directa de los servicios públicos y los usuarios" (Castells et al. 394).

Mientras el número de conexiones móviles no deja de aumentar, el número de líneas de teléfonos fijos ha experimentado una constante caída. Los hogares de las parejas jóvenes y las personas que viven solas, han adoptado como único medio de comunicación al teléfono móvil.

El teléfono fijo es un aparato que da soporte a instituciones supraindividuales al conectar oficinas, locales fijos y obliga a las personas a estar en cierto lugar y usar intermediarios institucionalizados para comunicarse mutuamente, el teléfono móvil ejerce un impacto regresivo y subversivo en el sentido de que posibilita a las redes microsociales informales comunicarse eficientemente, más allá de controles institucionales (Ruelas 158).

La comunicación móvil y la portabilidad inalámbrica facilitan la comunicación personalizada, así la persona es quien se convierte en el objetivo de la comunicación. Es el individuo y no un hogar (como el teléfono fijo).

Tanto en la Argentina, como en el resto del mundo, la comunicación inalámbrica ha tenido un éxito inesperado. En lo que respecta al año 2011 y según los datos brindados por la Consultora Prince & Cook, el segmento de los teléfonos móviles cerró el año con 13,5 millones de equipos vendidos, un récord absoluto para el país. Los Smartphones, en el 2011 llegaron a registrar 3,2 millones de unidades vendidas, según datos de la Consultora Carrier & Asociados, representado así 1 de cada 4 celulares vendidos en Argentina. Esta cifra representa el rumbo que están tomando los usuarios para comunicarse entre sí. Los Smartphones incorporan nuevas aplicaciones y servicios que no se encuentran disponibles en los otros teléfonos.

En la Argentina, se encuentran activas 57 millones de líneas móviles según datos de la Comisión Nacional de Comunicación (CNC) aunque consultoras privadas calculan que 35 millones del total, son las que se encuentran en uso. Es difícil llevar un registro exacto de las líneas activas, por ejemplo los planes prepagos siguen vigentes por siete meses, si el cliente no le realiza recargas. Por lo tanto, hay en el mercado gran cantidad de líneas que no trafican (no consumen) pero se encuentran activas y forman parte de las estadísticas que se publican.

Los Smartphones en la Argentina

El crecimiento de la venta de los Smartphones en los últimos tres años demuestra que los sujetos están adquiriendo dispositivos móviles con funciones que antes estaban pensadas para la PC, notebook, netbook

o Tablets. La mayoría de los celulares vendidos en la Argentina entre 2009 y 2011 están incluidos en las categorías de Smartphones y social phones.

Hay cuatro categorías o modelos de teléfonos celulares: Los teléfonos básicos: equipos que permite la comunicación de voz y de SMS con cámara de fotos de baja resolución y escasa capacidad para reproducir archivos de audio. Los denominados feature phones, dispositivos con capacidad de reproducir archivos MP3, cámara de alta resolución y distintos ajustes para mejorar las capturas. Los teléfonos sociales, equipos con múltiples funciones de mensajería. Teclado QWERTY o pantalla táctil, que sin ser Smartphones permiten el uso de aplicaciones tales como el mail, mensajería instantánea (Messenger, Yahoo, WhatsApp) y diversas redes sociales (Facebook y Twitter). Por último, los Smartphones, equipos con sistemas operativos propios y la posibilidad de cargar nuevas aplicaciones, pudiendo realizar mayor cantidad de tareas que cualquiera de las categorías anteriores.

En los últimos tres años (2009, 2010 y 2011) los dispositivos móviles que mayor crecimiento de venta tuvieron fueron los social phones y los Smartphones.

Los equipos sociales registraron un aumento espectacular del 600% y los Smartphones crecieron en un 225%. Según datos de la encuesta "Mercado celular argentino" realizada por la Consultora Carrier y Asociados. Los usuarios comienzan a valorar las nuevas aplicaciones y todas las herramientas que brindan los social phones y los Smartphones.

Los equipos básicos continúan dominando en volumen, pero retrocedieron en las ventas de un 51% en el 2009 a un 38% en el 2010, y a un 20% en 2011. Durante este período las ventas continuaron orientadas a los equipos sociales y a los Smartphones. El mayor avance estuvo por el lado de los teléfonos sociales que pasaron de un 14% al 28% de participación del mercado. Esta categoría de celulares está causando furor en muchas esferas de usuarios y generaron grandes ventas, logrando que 1 de cada 3 equipos sea un teléfono social ("Mercado celular argentino").

Con respecto a los Smartphones, continúan en alza la venta de estos dispositivos y se registró un crecimiento del 113% en unidades que representaba prácticamente 1 de cada 4 celulares vendidos durante el año pasado. Según el informe "Indicadores y Mercado TIC en Argentina 2011: e-Argentina", de la Consultora Prince & Cooke, en el 2011 se vendieron 13,7 millones de móviles en Argentina, de los cuales alrededor de un 24% eran Smartphones.

En cuanto al acceso y consumo digital los Smartphones van delante de los Tablets, según el informe de Julio de 2012

de la consultora COMSCORE ya que "el consumo digital desde dispositivos conectados (incluyendo teléfonos móviles, tablets, etc.) alcanzó el 2,1% del total de páginas vistas de Internet generadas en Marzo de 2012. Al analizar el tráfico de no-computadores, los teléfonos móviles registran un 70,4% de actividad, y las tablets un 25,2% ("Smartphones y Tablets Cada Vez Mas Utilizados Para Acceder Al Contenido Online en Argentina")

La convergencia y los dispositivos tecnológicos

Los dispositivos tecnológicos no sólo representan el aparato físico, tangible, maleable que permite establecer el vínculo comunicativo, sino que en ellos aparecen presentes otras representaciones simbólicas que los mismos detentan. Siguiendo a Foucault "El dispositivo mismo es la red que se establece entre estos elementos" (23). Además "el dispositivo es cualquier cosa que tenga de algún modo la capacidad de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar y asegurar los gestos, las conductas, las opiniones y los discursos, la navegación, las computadoras, los celulares y por que no, el lenguaje mismo, que es quizás el más antiguo de los dispositivos" (Agambem 22).

En esta línea es que se cruzan las ideas de dispositivo, convergencia y se pueden entender a los Smartphones como un metadispositivo. La convergencia digital entendida como un símbolo de los nuevos dispositivos tecnológicos que confluyen en los teléfonos móviles. Cuando hablamos de convergencia nos referimos a que un dispositivo móvil nos permite realizar desde llamadas de voz, enviar SMS, MMS hasta la integración con otros medios de prensa, como video, cine, TV, Internet, audio y una amplia oferta de servicios como el mail, publicidad, información de mercados, transferencias bancarias, gestión de datos, ocio electrónico, información meteorológica y de tránsito. El teléfono móvil se caracteriza por la integración convergente de formatos y servicios, es decir, en un metadispositivo digital de comunicación y acceso (Aguado y Martínez 319).

La plena convergencia digital promete un acceso a la información en tiempo real y en cualquier parte del mundo, la posibilidad de comunicarse con alguien donde quiera que esté, mediante textos, gráficos, videos o audio.

Los dispositivos móviles han perneado todo el tejido social atravesando con la tecnología todos los segmentos socioculturales. Se puede establecer que el teléfono móvil se convirtió en un metadispositivo, que conquistó a usuarios con características diferentes pero con la misma finalidad, comunicarse entre sí.

Estos dispositivos dotados de nuevas aplicación y usos para los individuos aumentan radicalmente las maneras de interaccionar, pero también los restringe. "La misma tecnología puede utilizarse como arma de control social y como medio de resistencia. Los efectos beneficiosos conllevan también consecuencias nocivas" (Rheingold 24).

Notas de cierre

Una de las claves de la comunicación móvil es la conectividad permanente, es decir, el celular no conecta lugares, conecta personas. Por el uso del móvil estamos siempre en contacto permanente. Ya no hay distancias, ni espacios estamos siempre disponible para vincularnos. Esta disponibilidad de los individuos a todo momento y en todo lugar ha provocado notables

transformaciones en la vida social y transformaciones socio-culturales.

La telefonía móvil parece ser un canal de comunicación que penetra hasta lo más íntimo de nuestra vida privada, sin discriminar lugares ni momentos. Siempre que el teléfono esté prendido, somos sujetos disponibles para ser localizados. Mediante el teléfono celular el otro (amigo, hermano, familiar) encarna la presencia de forma constante, la ubicuidad, y siempre puede ser actualizada.

Estos metadispositivos tecnológicos han perneado y modificado las formas de interacción, de vinculación de los individuos. Por ello, debemos preguntarnos y visibilizar que "No se trata de diseñar nuevas herramientas, sino de reflexionar sobre qué se puede hacer con ellas" (Rheingold 21).

Bibliografía

- Agamben, Giorgio. "¿Qué es un Dispositivo?". Conferencia pronunciada en la Universidad Nacional de La Plata. 15 de diciembre de 2011. <<http://ayp.unia.es/r08/IMG/pdf/agamben-dispositivo.pdf>>
- Aguado, Juan Miguel y Martínez, Inmaculada. "De la Web social al Móvil 2.0: el paradigma 2.0 en el proceso". El profesional de la información VOL.18, N°2 (2009) 155-161. 02 de agosto de 2012 <<http://www.elprofesionaldeinformacion.com/contenidos/2009/marzo/05.pdf>>
- Aguado, Juan Miguel y Martínez, Inmaculada. "El Proceso de Mediatización de la telefonía móvil: de la interacción al consumo cultural". Revista de Estudios de Comunicación Zer, VOL. 11, N° 20 (2006) 319-343. 20 de mayo 2012 <<http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer20-15-aguado.pdf>>
- Castells, Manuel, et al. Comunicación Móvil y Sociedad. Una Perspectiva Global. Barcelona: Ariel, 2006
- Castells, Manuel. La Era de la Información. La Sociedad Red. Buenos Aires: Siglo XXI, 1999.
- COMSCORE. "Comunicado de prensa", http://www.comscore.com/es/Press_Events/Press_Releases/2012/7/Smartphones_and_Tablets_Drive_a_Growing_Share_in_Argentina. 30 de Julio <http://www.comscore.com>
- Enrique Carrier. "Crecimiento inteligente." <http://www.comentariosblog.com.ar/category/mercado/>. 2012. Blog de Carrier y Asociados. 30 de Julio 2012 <http://www.comentariosblog.com.ar/>.
- Fortunati, Leopoldina y Manganelli Anna María "El Teléfono móvil de los Jóvenes". Revista Estudios de Juventud N° 57, INJUVE Instituto de la Juventud España, (2002) 59-78. 20 de Noviembre de 2011. <<http://www.injuve.es/contenidos.item.action?id=149095362&menuId=1969776808>>
- Foucault, Michel. Vigilar y Castigar. Madrid: Siglo XXI, 1975.
- Höflich, Joachim y Rössler Patrick (2002). "Más que un Teléfono. El teléfono Móvil y el Uso del SMS por parte de los adolescentes alemanes". Estudios de Juventud N° 57, INJUVE Instituto de la Juventud España, (2002) 79-93. 20 de Noviembre de 2011. <<http://www.injuve.mtas.es/contenidos.downloadatt.action?id=1842680381>>
- Lasén, Amparo "Lo Social como Movilidad: Usos y Presencia del Teléfono Móvil". Política y Sociedad Vol. 43 - Número 2, (2006) 153-167. 18 de Agosto 2010. <<http://sociologiacultura.pbworks.com/f/alasen.pdf>>
- Lasén, Amparo, Finkel, Lucila y Gordo, Ángel "Usos del teléfono móvil y comunicación de pareja: un ejemplo de mediación tecnológica de subjetividades". Ponencia presentada en el IX Congreso Español de Sociología, Federación Española de Sociología (FES). Barcelona 13-15 de septiembre 2007.
- Marshall, Mc Luhan Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del cuerpo humano. Barcelona: Paidós, 1996
- Rheingold, Howard. Multitudes Inteligentes. La Próxima Revolución Social. Barcelona: Gedisa, 2004.
- Ruelas, Ana Luz. "El Teléfono Celular y las Aproximaciones para su Estudio". Nueva Epoca Comunicación y Sociedad N° 14 Universidad de Guadalajara, (2010) 143-167. 15 de enero de 2012. <<http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n14/n14a6.pdf>>

Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui

Normas de publicación

Extensión:

La extensión máxima de todos los ensayos será de 3000 palabras (tres mil), sin contar con referencias bibliográficas, que serán integradas al final del texto bajo el subtítulo de Bibliografía.

Formato de citación:

El formato de citación bibliográfica será MLA, descrito más abajo. Los pies de página se utilizarán para un comentario o para una precisión, mas no para señalar publicación de donde se basa la afirmación.

Resúmenes y palabras clave:

El autor enviará un resumen de no más de 10 líneas en idiomas castellano y portugués, así como mínimo tres palabras clave en castellano y portugués.

Biografía de los autores:

Los autores enviarán sus datos académicos en no más de diez (10) líneas en las cuales destacarán su vinculación académica, publicaciones y actual cargo, aparte de su dirección de correo electrónico.

Derechos de publicación

El autor cede a la Revista Chasqui los derechos de publicación y edición, en virtud de lo cual, la revista puede difundir los textos de todos los colaboradores por todos los medios que considere pertinentes por vía electrónica, digital y mediante bases de datos científicas.

Derechos de autor

El autor conserva los derechos sobre su texto.

Ilustraciones y gráficos

El autor de los textos puede enviar orientaciones para la ilustración con gráficos o fotografías.

Si envía material de apoyo gráfico tiene que hacerlo en archivo adjunto en formato .jpg de 300 dpi.

Envío de textos:

Todo trabajo será realizado en Word y grabado con la extensión .doc. al correo electrónico: chasqui@ciespal.net

Comunicación con los autores:

El editor se comunicará luego de 15 días de recibido el trabajo con el, la o los autores del texto para informarles acerca de la aceptación, corrección o negación del ensayo, para su posterior publicación o modificación por parte del o los autores.

Formato MLA para obras citadas

Recursos Impresos

Libro de un autor:

Autor (nombre invertido). Título del libro. Ciudad: casa editora, año de publicación.

Ej.:

Marqués, René. La víspera del hombre. San Juan, PR: Editorial Cultural, 1988.

2 ó 3 autores: el 1er nombre se invierte, los otros van en orden natural. (El orden, según aparece en página de título).

Ej.: Del Rosario, Rubén, Esther Melón de Díaz y Edgar Martínez Masdeu.

4 o más autores, se invierte el 1º, seguido por coma, y se añade "et al" (y otros).

Ej.: Vega, Ana Lydia, et al.

Artículo o capítulo de un libro:

Autor (nombre invertido). "Título del tema". Título del libro. Autor o editor (si aplica). Ciudad: casa editora, año de publicación. Páginas.

Ej.:

Rojas, Emilio. "Matute, Ana María". Diccionario de autores de todos los países y todos los tiempos. Barcelona: Hora, 1988. 288-89.

Enciclopedia reconocida:

"Tema consultado". Título enciclopedia. Año de edición.

Ej.:

"Matute, Ana María". World Book Encyclopedia. Ed. 2003.

Diccionario:

"Término". Número de definición. Título del diccionario. Año de edición.

Ej.:

"Vanguardismo". Def. 1b. Diccionario de la lengua española. Ed. 2001.

Revista:

Autor. "Título del artículo". Título de la revista. Fecha de publicación: páginas.

Ej.:

Tumulty, Karen. "Where the Real Action Is." Time. 30 Jan. 2006: 50-53.

Recursos audiovisuales

Entrevista:

Nombre invertido de persona entrevistada. Entrevista. Fecha de entrevista.

Ej.:

Vega, José Luis. Entrevista. 5 de diciembre de 2007.

Recursos electrónicos

Página de Internet:

Autor. "Título de la página consultada". Fecha de publicación en la Web. Título del portal Web. Fecha de acceso a la página <dirección de la página consultada>.

Ej.:

Matute, Ana María. "Vida". 2007. Ana María Matute: página oficial. 20 de septiembre de 2007 <<http://www.clubcultura.com/clubliteratura/clubescritores/matute/gal07.htm>>.

Revista en línea:

Autor. "Título página Web". Título de la revista. Fecha de publicación. Fecha de acceso <Dirección completa de la página consultada>.

Ej.:

Ayuso Pérez, Antonio. "Yo entré en la literatura a través de los cuentos". Espéculo. Universidad Complutense de Madrid. (Marzo – junio 2007). 15 de septiembre de 2007 <<http://www.ucm.es/info/especulo/numero35/matute.html>>.

Enciclopedia en línea:

Autor (si aplica). "Título artículo". Título enciclopedia. Editor. Fecha de acceso <dirección de la página consultada>.

j.:

"Matute, Ana María". Encyclopaedia Britannica. 2006. Encyclopaedia Britannica Online. 2 de octubre de 2007 <<http://www.britannica.com/eb/article-9126180>>.

Nota:

Para otros casos, consultar: Gibaldi, Joseph. MLA Handbook for Writers of Research Papers (6a Edición). New York: The Modern Language Association of America, 2005.

O consultar en línea: http://www.middlebury.edu/academics/lis/lib/guides_and_tutorials/style_citation_guides/mla_style_guides/mlastyleespanol.htm