

SOCIALIZACIÓN Y REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA DE LAS TICS DIGITALES

La interactividad en las relaciones sociales

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERACTIVOS CREAN A PARTIR DE SUS USOS OTRO TIPO DE SOCIALIZACIÓN

**Jhoanna Rivillas Díaz**Universidad de Manizales. Colombia
jhoannita@hotmail.com

Siguiendo a Castells (2003) y a Buckingham (2000), se trata de entender cómo a finales del siglo XX se produjo una transformación social, política, económica y cultural basada en la revolución tecnológica de las TIC digitales. Progresivamente estas tecnologías, a diferencia de otras, se fueron incorporando en la cotidianidad de las personas, inclusive en las interacciones que se dan en las familias. Inicialmente fue el computador personal y progresivamente fueron apareciendo otros dispositivos conectados a Internet, en pantalla, portables, miniaturizados, diseñados nanotecnológicamente, con mayor velocidad en sus procesadores y con mayor capacidad de almacenamiento.

Esta revolución tecnológica según teóricos y experiencias propias como investigadora a través del registro etnográfico de la cotidianidad de las familias, ha suscitado ciertas dinámicas familiares en las cuales los procesos de socialización comienzan a construirse en torno a unos patrones culturales, al parecer generados por usos y apropiaciones de los medios de comunicación interactivos. Las expresiones e interacciones en las familias transcurren también en medio de íconos, símbolos e imágenes de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. La pre-

sencia de estos medios, el empleo que le dan los integrantes de la familia, transforman las diferentes formas en que se conoce y da a conocer la realidad sociocultural y política donde se desenvuelven y generan nuevas prácticas sociales. Por ejemplo, no sólo se accede a los saberes por medio del lenguaje oral cara a cara o a través de los libros, sino también a partir de las redes sociales digitales, los foros de debate virtual, chats, entre otras aplicaciones.

Usos y apropiaciones de los medios de comunicación interactivos en la vida cotidiana, carga material y simbólica.

Los medios de comunicación interactivos crean a partir de sus usos otro tipo de socialización a la que se originó con la oralidad y la escritura, construyendo nuevos repertorios simbólicos o formas discursivas en las interacciones sociales, introduciendo cambios en las formas de conocer, percibir, sentir. Pero «el medio no se limita a vehicular o traducir las representaciones existentes, ni puede tampoco sustituirlas, sino que ha entrado a constituir una escena fundamental de la vida pública» (Martín Barbero, 2003, pág. 14). Lo anterior, conlleva a pensar en una nueva manera de transmitir los productos culturales, como los

libros, la música, las obras de arte, ahora publicadas también a través del internet.

La socialización en las familias comienza a estar mediada por los usos y apropiaciones de los medios de comunicación interactivos, éstos parecen hacer parte importante de la gran variedad de prácticas sociales, que suponen nuevos lenguajes integradores de textos escritos y audiovisuales, generando una manera distinta de interactuar socialmente que traspasa los límites del tiempo y el espacio a través de la red denominada internet. Por esta vía, la socialización no sólo se da en las relaciones cara a cara, sino además desde lo que se percibe en las pantallas y de otros interlocutores de variadas culturas.

Pensar en nuevos espacios de interacción y prácticas sociales donde las experiencias de los sujetos capaces de lenguaje y acción, los repertorios simbólicos creados y organizados históricamente por una sociedad, la recepción y producción de sentidos transcurren en presencia de los medios de comunicación interactivos, es pensar en una cultura mediática, dado que la sociedad ha comenzado a apropiarse y a usar dichos medios en la cotidianidad de sus prácticas sociales, como el proceso de interacción e intercambio de significados que se da en las familias.

Los medios de comunicación interactivos parecen posibilitar un actor enfrentado tanto al consumo como a la producción, trastornan profundamente lo que era la relación puntual de la gente con las diversas modalidades de la cultura. «En otras partes he llamado a este cambio la presencia de un *paisaje cultural distinto*, en donde los medios están definiendo y redefiniendo las nuevas escenas culturales a partir de las cuales se construye una nueva cultura que cada día nos reconoce y nos identifica» (Bisbal, 1999, p. 61).

Un acercamiento al concepto de cultura mediática

A finales del siglo XX con el surgimiento del internet y la revolución de los avances digitales, comienzan a darse una serie de transformaciones en la vida social. El uso y apropiación de los medios de comunicación interactivos, parecen generar otras formas

de ser y estar en el mundo. Surge una variedad representacional de lenguajes que extienden los históricamente construidos, como el oral y el escrito; la relaciones sociales trascienden la mutua presencia; cambian las formas de realizar algunas actividades laborales, así como las maneras de aprender y construir significados que comienzan a estar mediadas por los medios de comunicación interactivos, configurando esto lo que se ha denominado cultura mediática.

Transformación en las formas tradicionales de socialización

La cultura mediática guarda relación con las nuevas formas de entender y vivir la realidad, del ser humano relacionarse con el entorno y con los demás, en una realidad con presencia de medios de comunicación interactivos. También está marcada por unas herramientas digitales en la vida de las personas e intervenida por pantallas, sin embargo, no está centrado en los medios sino en los usuarios de éstos, dado que son los seres humanos quienes interpretan imágenes, símbolos, ideas, representaciones de la realidad, desde su bagaje cultural y cognitivo, y a su vez generan y asumen prácticas sociales, formas discursivas, reglas vinculativas a partir de los usos y apropiaciones de dichos medios.

Se trata de un fenómeno contemporáneo que está marcado por la presencia de los medios de comunicación interactivos en la vida de las personas. Cuando se habla de los medios, desde Martín Barbero (2003), no sólo se refiere a los recursos tecnológicos sino también al contenido lingüístico, la intención semántico comunicativa, contextual y discursiva socio-cultural en la configuración y construcción de dichos medios, dado que detrás de estos hay una construcción selectiva del conocimiento social, están cargados de intenciones hacia las audiencias.

Así, la referencia para hablar de cultura mediática no es lo instrumental, más bien es la definición y re-

Surge una variedad representacional de lenguajes que extienden los históricamente construidos, como el oral y el escrito

definición de las escenas culturales a partir de nuevas formas y experiencias comunicativas brindadas por los medios de comunicación interactivos, los cuales desde su accesibilidad, inmediatez y de interacción en línea, parecen formar parte importante de la vida cotidiana de los seres humanos. Posibilidad de interacción antes limitada con el uso de los medios de comunicación masiva, pues los avances tecnológicos hasta ese momento permitían que la información llegará a muchas personas a la vez, con escasa interactividad.

Los medios de comunicación llamados masivos (*mass media*) mantenían un emisor que dirigía mensajes, producía contenidos y los transmitía, los destinatarios eran considerados consumidores pasivos al no poder aportar o transformar inmediatamente el contenido de dichos mensajes. Ejemplo de estos medios son la televisión análoga, la prensa, la radio. Con la llegada del internet, los mensajes se envían y llegan al receptor de manera instantánea, es posible tener un constante intercambio de contenidos mediáticos; los usuarios no sólo reciben información, sino que también

Las audiencias tienen un papel activo, interpretan y significan los mensajes que circulan en los medios, redefinen el rumbo

tienen la oportunidad de participar en la emisión de los contenidos e interpelación de estos (receptor activo), es decir, hay un proceso de interacción en la cual los sujetos tienen una particular forma de acción social en los mensajes y relaciones con

otros sujetos.

Los medios de comunicación interactivos al hacer parte de las interacciones cotidianas entre los seres humanos, se han convertido en bienes simbólicos, culturales construidos socialmente para la adaptación y transformación del medio, lo cual traspasa la concepción instrumentalista de estos, que los percibe como bienes materiales y desde sus usos prácticos, hacia una perspectiva que los ubica dentro de una práctica sociocultural cargada de sentidos, trascendiendo lo ideológico y comercial.

Las audiencias como sujetos activos en los usos y apropiaciones de los medios de comunicación interactivos.

Desde la cultura mediática como fenómeno en el que ocurren una serie de transformaciones en los procesos sociales y culturales, Martín Barbero (2003), traspasa la idea de la influencia de los medios de comunicación en la degradación cultural, para dar paso al poder de la audiencia sobre la configuración de su propio mundo. Este interés del autor en dejar de ver las audiencias como clases dominadas, se refleja cuando plantea: «algunos comenzamos a sospechar de aquella imagen del proceso en la que no cabían más figuras que las estrategias del dominador, en la que todo transcurría entre unos emisores-dominantes y unos receptores-dominados sin el menor indicio de seducción ni resistencia, y en la que por la estructura del mensaje no atravesaban los conflictos ni las contradicciones y mucho menos las luchas» (p. 9)

En este sentido las audiencias tienen un papel activo, interpretan y significan los mensajes que circulan en los medios, quizás no de la misma manera a como se codificaron; redefinen el rumbo de estos desde sus contextos y perspectivas influenciadas por factores sociológicos y psicológicos. Hablar del papel activo de los usuarios, teniendo en cuenta sus resistencias y las diferentes formas en que perciben los contenidos de los medios, es ver a los sujetos como actores que se apropian y transforman las prácticas de interacción social dependiendo de las redes de significación que construyen.

Desde el punto de vista anterior, se cuestiona el carácter dominador que algunos autores le han dado a los contenidos que circulan por los medios de comunicación interactivos, y se realza la resignificación que los receptores hacen de estos, teniendo en cuenta que «cuando se reconoce que al consumir también se piensa, se elige y reelabora el sentido social hay que analizar cómo interviene esta área de apropiación de bienes y signos en formas más activas de participación que las que habitualmente se ubican bajo el rótulo de consumo.» (García, 1995, p. 27).

De este modo, el consumo de los medios no es vis-

to como recepción pasiva, sino desde el componente personal y colectivo donde se ponen en juego los significados que median las relaciones del sujeto con el exterior y consigo mismo. La preocupación no se centra en la dominación de los medios, sino en la cultura desde los usos y apropiaciones de los medios de comunicación interactivos, que a su vez transforman las formas en las que se da el contacto con los otros, de ahí que se exprese: es todo el proceso de socialización el que está transformándose de raíz al cambiar el lugar desde donde se mudan los estilos de vida. «Hoy esa función mediadora la realizan los medios de comunicación de masas». Ni la familia, ni la escuela — viejos reductos de la ideología— son ya el espacio clave de la socialización, «los mentores de la nueva conducta son los films, la televisión, la publicidad», que empiezan transformando los modos de vestir y terminan provocando «una metamorfosis de los aspectos morales más hondos». Lo cual implica que la verdadera crítica social ha cambiado también de «lugar»: ya no es la crítica política, sino la crítica cultural. (Martín Barbero, 2003, p.44).

En cuanto a la cultura mediática como fenómeno sociocultural, en el cual están envueltos los usos y apropiaciones que los seres humanos hacen de los medios de comunicación interactivos, es importante mencionar a García (1995), quien plantea que «nada de esto existe, o se transforma, sino porque los hombres nos relacionamos y construimos significados en sociedad» (p.18). Desde esta perspectiva, se cuestiona el poder de la configuración de lo social a partir de los actores comunicacionales, dado que los medios logran ciertos pensamientos y acciones en las personas, siempre insertados en tramas de interacción social como en el barrio y la escuela. Puede decirse entonces que el poder de los medios varía en función de las condiciones históricas enmarcadas dentro de unas diferencias culturales, como los supuestos ideológicos y los valores sociales que propician la producción de sentidos a través de diversos recursos simbólicos.

Presencia de los medios de comunicación interactivos en la socialización

Considerando la transformación en el proceso de socialización planteada por Martín Barbero (2003), a

raíz de los medios de comunicación interactivos, es importante presentar algunas tendencias en cuanto a socialización se refiere.

Comprender la constitución del sujeto como individuo y ser social dentro de un grupo humano y una cultura, así como los roles que cumplen cada uno de los actores participantes, ha sido una de las preocupaciones de las Ciencias Sociales. Mead (1973), autor del interaccionismo simbólico, plantea que la constitución del sujeto se da gracias a la interacción social, en la cual están en juego una serie de símbolos que adquieren significado para unos y otros. Igualmente destaca el papel del contexto histórico social en la experiencia del ser humano, «desde su nacimiento el niño está sumergido en un medio sociocultural diferenciado: pertenece a un cierto pueblo, a una época a una clase, es decir, se halla en un grupo dotado de especificaciones históricas concretas» (p.16). Por otro lado destaca la importancia de la participación de los otros en el acto social; en el sentido conductista, las palabras, gestos y acciones de los demás, se convierten en símbolos significativos para conductas posteriores.

Blumer (1982), también desde la corriente de pensamiento denominada Interaccionismo Simbólico, se preguntó por las relaciones sociales, el papel del lenguaje dentro de la interacción y cómo se produce el significado. En una de sus obras, plantea que las personas construyen los significados a través de la interacción. El accionar del ser humano es posible de comprender a través de los roles que cumplen en la estructura social, de ahí que «las actividades de cada miembro se producen primordialmente en respuesta o en relación con las de los demás» (p.5).

La socialización en contextos situados: relaciones cara a cara

Berger y Luckman (2001), organizan la discusión en torno al papel del establecimiento de las instituciones, roles y normas, la dialéctica entre la naturaleza y el mundo socialmente construido. Hacen aproximaciones a las diferentes instituciones donde se da la

El poder de los medios varía en función de las condiciones históricas enmarcadas dentro de unas diferencias culturales e ideológicas

socialización de los sujetos, como la familia, considerando que aquella transcurre dentro de una construcción intersubjetiva y compartida entre el hombre y el mundo social. El hombre nace con predisposición hacia la sociedad y luego llega a ser miembro de la misma a través de un proceso que inicia cuando el individuo asume al mundo en el que ya viven otros, y luego lo hace suyo proyectándolo en la conciencia. Proyectar el mundo en la conciencia, es denominado internalización, es aquí donde se considera al hombre miembro de la sociedad.

Los autores mencionados denominan socialización primaria, a la primera por la que el individuo atraviesa en la niñez. En cada contexto existen unos significantes que mediatizan el mundo para él y lo modifican según idiosincrasias individuales, biográficamente arraigadas (de los padres o cualquier otro individuo). Los adultos son quienes disponen las reglas del juego aunque el niño no sea un simple espectador

pasivo. Desde estos planteamientos la socialización es vista como un proceso unidireccional, donde los adultos tienen un rol activo, y los niños, niñas y jóvenes, son actores pasivos. Cuando la presencia del otro se ha establecido en la conciencia del

individuo y comienza a percatarse de la existencia de otros mundos llamados instituciones (iglesia, barrio, colegio), ampliándose en los contextos de desenvolvimiento, se habla de la socialización secundaria.

Estos procesos de socialización en los que los otros se vuelven comprensibles para el sujeto en las experiencias de su práctica cotidiana, es denominado el momento de objetivación, posibles según los autores, a partir de la relación cara a cara, mencionándose al respecto: «en la situación *cara a cara* el otro es completamente real. Esta realidad es parte de la realidad total de la vida cotidiana y, en cuanto tal, masiva e imperiosa» (Berger & Luckman, 2001, p.47).

Por la misma línea que divide la socialización en primaria y secundaria, se encuentra Quintana (1993), quien plantea que la socialización supone interacción entre los individuos, participando activamente de la reconstrucción del sistema social donde viven y ac-

túan. Desde esta mirada interaccionista, la socialización es vista también como un proceso de integración dialéctica del individuo a la sociedad, reconociendo la tendencia progresiva del niño en la interacción hacia la autonomía personal.

En los primeros años de vida, la socialización se lleva a cabo en la familia, vista como aquel grupo de personas con las cuales los niños y niñas establecen sus primeras interrelaciones. Es llamada socialización primaria o también socialización parental, y puede darse de manera informal cuando los adultos y los niños logran que los unos y los otros interioricen ciertas enseñanzas sin haberlo planeado, y bien, de manera formal y sistemática cuando se buscan propósitos específicos en los sujetos. Los integrantes del grupo doméstico son considerados a su vez, socializadores y socializados, dado que cada uno actúa sobre los demás y a su vez es influenciado por las acciones de los otros; se concibe al individuo dentro de un proceso continuo de socialización, en una relación bidireccional con la sociedad, ésta ejerce influencia sobre el individuo, quien igualmente da respuestas y reacciona ante la sociedad. Teniendo en cuenta las consideraciones anteriores, la socialización es vista como: un proceso de influjo mutuo entre una persona y sus semejantes, un proceso que resulta de aceptar las pautas de comportamiento social y de adaptarse a ellas. Esto no implica que la persona deje de ser un individuo. De la misma manera que no se puede decir que una persona «se hace humana» porque aprende a usar su inteligencia, así tampoco se puede decir que una persona «se hace social» porque aprende la manera de tratar con otras personas. El ser humano es una persona social desde que comienza a existir, pero a lo largo de su vida está sujeto a continuos cambios y adaptaciones. Este desarrollo se observa no sólo en las distintas etapas entre la infancia y la vejez, sino también en personas que cambian de una cultura a otra, o de un status social a otro, o de una ocupación a otra (Fichter, 1994, p.40)

Igualmente se expresa que la socialización no sólo es llevada a cabo en ambientes tradicionales como la familia y la escuela, existen varias agencias significativas como los grupos de iguales y los medios de comunicación que inciden en el desenvolvimiento de los seres humanos. En consecuencia, la socialización es un

Las nuevas especies mediáticas generan transformaciones en la forma de socialización que traspasan fronteras de tiempo y espacio

proceso de interacción constante en el que unos y otros aprenden formas de vida, de pensar y estar en el mundo, acorde con el cuadro social de referencia.

La emergencia de los contextos virtuales en la socialización

Sin embargo, las teorías tradicionales de socialización comienzan a ser revaluadas, dado que en un principio estas interacciones se experimentaban cara a cara. Con la aparición de nuevas especies mediática, como los medios de comunicación interactivos se han generado transformaciones en las formas de socialización que traspasan las fronteras del tiempo y el espacio dada las condiciones de la virtualidad. Hay un gran interrogante en cuanto a las formas en que las familias socializan hoy, en medio de los usos y apropiaciones de los medios de comunicación interactivos.

Retomando el planteamiento anterior, puede visualizarse que los espacios de socialización tradicional, han ido redefiniéndose bajo el vínculo, organización, funcionamiento y desarrollo de medios de comunicación interactivos. La construcción actual de las sociedades transcurre con altos niveles de participación dentro de actividades propias de la cultura mediática como navegar por internet, comunicarse por medio del teléfono celular y del chat, juegos virtuales, entre otros. Mead (1997) plantea tres tipos de cultura que conviven en la sociedad actual, y que modifican las formas tradicionales de socialización, a saber: la posfigurativa, cofigurativa y prefigurativa.

En la posfigurativa, las costumbres, ideologías y formas de vivir de los ancianos determinan el acontecer de las colectividades, ejemplo de ésta son las sociedades primitivas que extraen la autoridad del pasado. Los cambios son tan lentos e imperceptibles que no se puede imaginar un futuro distinto al de las vidas pasadas, por tal motivo, la vida de los adultos proporciona la pauta básica del aprendizaje. Los niños y niñas aprenden primordialmente de sus mayores.

Tres tipos de cultura que conviven en la sociedad actual, y que modifican las formas tradicionales de socialización, posfigurativa, cofigurativa y prefigurativa.

En la cofigurativa, los pensamientos y accionar de los ancianos no son la base de las colectividades; tanto los niños, niñas y jóvenes se relacionan con sus contemporáneos y aprenden mutuamente, lo cual modi-

fica las lógicas de transmisión de formas de vivir y saber centradas en los más mayores.

Y la prefigurativa marcada por la ruptura generacional, en la cual los niños, niñas y jóvenes tienen un papel más activo en la cultura, marcan la pauta con el manejo de las nuevas tecnologías y por ende, se modifica el proceso de socialización tradicional en el cual ejercen dominio y control los adultos. En este último tipo de cultura, los adultos aprenden de los jóvenes, es el reflejo del período en que vivimos. Se habla además de una comunidad mundial, donde las personas no sólo comparten con los de su entorno más cercano, sino también con grupos humanos de otros territorios a través de las computadoras.

Los que nacieron y crecieron en medio de esta revolución tecnológica, naturalizaron el entorno digital y fueron construyendo sentido, inteligibilidad y sociabilidad a partir de estas condiciones socio-técno-culturales, y son llamados por Prensky (2001), «Nativos Digitales». Con relación al término «Nativos Digitales», se han suscitado una serie de debates, al considerarse que el uso de los medios de comunicación interactivos es cuestión de aptitudes y adaptación a un contexto donde la tecnología es un medio, la cual se aprende usándola y no porque se haya nacido con ella. Desde este punto de vista, el ser humano está predispuesto a aprender y se adapta a las diferentes circunstancias. Adultos y niños en menor o mayor grado han aprendido a usar los medios de comunicación interactivos, no siendo entonces unos ni otros «Nativos Digitales».

En cuanto a que los niños, niñas y jóvenes juegan un papel activo en la cultura, caracterizado actualmente por los usos y apropiaciones de los medios de comunicación interactivos, Neil Postman (2001), considera que la televisión capta los intereses de grandes audiencias e influye en muchas ocasiones de manera negativa en el desarrollo de los infantes, sin desconocer también los posibles efectos positivos, al respecto plantea: «la televisión ha alcanzado el status de *metamedio*, es decir el de instrumento que dirige no sólo nuestros conocimientos del mundo, sino también nuestra percepción de las maneras de conocer» (Postman,

La socialización tradicional se redefine bajo el vínculo, la organización y el desarrollo de los medios de comunicación interactivos

2001 p.83). Además habla de la muerte de la infancia tras los contenidos de la cultura propia de los adultos, que circulan sin control por los diferentes medios, lo cual los aleja de las experiencias propias de la etapa que viven.

David Buckingham (2008) no se refiere a la pérdida de la infancia tras la llegada de los nuevos medios, al contrario, habla de un nuevo momento en la historia en el cual hay una transformación en las experiencias culturales de los niños y niñas; la crianza se da en un contexto diferente o bien complementario al de los padres, por la presencia de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones ampliando las opciones disponibles para la interacción. De lo anterior se desprende: «los nuevos medios suelen retomar las formas de cultura infantil y juvenil ya existentes, en lugar de eclipsadas o desplazarlas, y construyen a partir de allí; por ese motivo, no tendría sentido analizar los nuevos medios aislándolos de los antiguos» (Buckingham, 2008, p. 109).

Experiencias e intercambios sociales en mundo online y offline

Contemplando entonces la presencia de los medios de comunicación interactivos en la vida familiar, su incorporación en el contexto de la cultura mediática, puede plantearse desde Sander (1990), que la socialización primaria que se daba sólo en presencia de los

miembros de la familia, posiblemente no se da en todas las familias contemporáneas, dado que indirectamente intervienen otros agentes socializadores como los medios, que acercan a otras culturas, incluso antes de que los niños y niñas lo experi-

menten por sí mismos. Los juegos de consola o en el ordenador por ejemplo, son parte del entretenimiento y ocio de los niños y niñas, compartido en ocasiones con los adultos; los chats y mensajes de texto no son usados solamente para comunicarse con familiares que están al otro lado del mundo, también son empleados por los que comparten un mismo espacio físico.

Así, el bagaje experiencial de la socialización depende directamente de los contextos sociales situa-

dos y de lo indirecto o mediado, siendo esto último el complemento de las experiencias vividas, mas no la sustitución. De hecho, Pindado (2003), plantea que las vinculaciones con los medios son parte del desarrollo vital, no aislables en ningún caso del resto de agentes sociales.

Surgen entonces las siguientes preguntas en cuanto a la posibilidad de interacción que ofrecen los medios: ¿la interactividad modifica las formas en que se establecen las relaciones sociales en la vida cotidiana? ¿cómo se transforman las coordenadas clásicas del espacio y el tiempo a través de los usos y apropiaciones de los medios comunicación interactivos?

Referencias.

Barbero, M. y otros. (1999). Proyectar la Comunicación. Colombia: Editores Tercer Mundo.

Barbero, M. (2003). De los medios a las mediaciones. Colombia. Editorial Gustavo Gili S.A.

Berger, P & Luckmann T. (2001). La construcción social de la realidad. Amorrortu Editores.

Bisbal, M (1999) Pensar la cultura de los medios. Claves sobre realidades massmediática. Universidad Católica Andrés Bello. Venezuela.

Blumer, H. (1982). Interaccionismo Simbólico. Hora SA Editora.

Buckingham, D. (2008). Más allá de la tecnología. Aprendizaje infantil en la cultura de la era digital. Ediciones Manantil SRL, Argentina.

Buckingham, D. (2000). Crecer en la era de los medios electrónicos. Madrid: Morata.

Castells, M. (2003). La era de la Información. El poder de la identidad. Madrid: Alianza Editorial.

Castells, M. La era de la información. Tomo I, Economía, Sociedad y Cultura. Recuperado de: <http://es.scribd.com/doc/7108031/Castells-Manuel-La-Era-de-La-Infomaciontomo-I#download>.

Corrales, M. (2002). Reseña de «Los niños como audiencias. Investigación sobre recepción de medios" de Maritza López de la Roche, Jesús Martín Barbero, Amanda Rueda y Stella Valencia Convergencia. Revista de Ciencias Sociales, vol. 9, núm. 27, enero-abril, 2002 Universidad Autónoma del Estado de México Toluca, México.

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10502710>.

Del Rio, P. y otros. (2004). Pigmalión. Informe sobre el impacto de la televisión en la infancia. Fundación Infancia y Aprendizaje. Madrid.

Nos podemos preguntar: ¿la interactividad modifica las formas en que se establecen las relaciones sociales en la vida cotidiana?

Fichter, Joseph, (1995). Sociología. Barcelona, editorial Herder.

Garay, L. (2013) Estudiantes, usos de tecnologías digitales en ámbitos de vida cotidiana y escolar. Retos de formación para los docentes. Revista de Ciencias Sociales, segunda época No 23.

García, Néstor. (1995). Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. México Editorial Grijalbo.

Giraldo, M. (2012). De la cultura de masas a la cultura mediática. Un análisis de los media desde la comunicación.

Gorato, F. (2013). La interacción social en la comunicación contemporánea. Revista de ciencias sociales, segunda época N° 23.

Mead, G. (1973). Espíritu, Persona y Sociedad. Ediciones Paidós, Madrid.

Mead, M. (1997). Cultura y Compromiso. Estudio sobre la ruptura generacional. Gedisa, Barcelona, España.

Marín, J. (2014) Estudios cinematográficos: revisiones teóricas y análisis. Número 71. Primera revista electrónica en América Latina especializada en comunicación. www.razonypalabra.org.mx.

Marín, J. (2010). La era digital: nuevos medios, nue-

vos usuarios y nuevos profesionales. En Razón y Palabra, n° 71.

Martínez-Salanova, E. (1998). Educación familiar y socialización con los medios de comunicación. En Comunicar 10, pp. 45-51.

Pierre, Levy (2007). Cibercultura: la cultura de la sociedad digital. Anthropos. México.

Pindado, J. (2003). Tesis doctoral. El papel de los medios de comunicación en los adolescentes de Málaga. Universidad de Málaga.

Postman, N. (2001). Divertirse hasta morir. Discurso público en la era del «show business». Ediciones de la Tempesta, Barcelona.

Postman, N. (2012). La desaparición de la Niñez. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. España.

Prensky, M. (2011). Enseñar a nativos digitales. Ediciones SM, España.

Prensky, M. (2001). Nativos digitales inmigrantes digitales. En On the Horizon (MCB University Press, Vol. 9 No. 6.

Sander, E. (1990): «Los medios de comunicación en la vida cotidiana de la familia. Relación generacional y cultura juvenil», Infancia y Sociedad, 3, 19-29.

