

Jóvenes y la vida digital: De hacer vida (pos) moderna

Héctor Gómez Vargas*

Resumen

Con el presente trabajo se reflexiona que parte de lo que sucede en la relación de los jóvenes con los nuevos medios de comunicación tiene sus antecedentes cuando emerge la modernidad y los medios de comunicación han tenido un papel importante en la constitución de un sujeto moderno. Lo que se vive ahora es en parte la extensión de ese proyecto pero bajo los entornos de la hipermodernidad, por ello lo que viven los jóvenes son las experiencias de hacer una vida más allá de los planteamientos de la primera modernidad y del trabajo de los medios de comunicación tradicionales.

Abstract

In this paper we reflect that part of what happens in the relationship of young people with new media has its roots when it emerges modernity and the media have played an important role in the establishment of a modern subject. What is now live is partly the extension of that project but under hypermodernity environments, so what young people are living experiences make a life beyond the approaches of early modernity and media work traditional communication.

Palabras clave: Jóvenes, nuevos medios, digital, modernidad, subjetividad, social media.

Keywords: Young, new media, digital, modernity, subjectivity, social media.

*Profesor de la Dirección de Investigación y Posgrado, y del Departamento de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Iberoamericana León.
hector.gomez@leon.uia.mx

Presentación

Jóvenes y comunicación aumentada

En su libro, *Los adolescentes del siglo XXI. Los consumos culturales en un mundo de pantallas*, Roxana Morduchowicz (2013:11) comienza con la siguiente pregunta: “¿Cuánto pueden cambiar los adolescentes en seis años?”. Formula la pregunta porque en una investigación que realizó seis años antes en Argentina (Mourdochowicz, 2008) el medio de comunicación predominante entre los adolescentes argentinos era la televisión. Dice Morduchowicz (2013:11):

En el año 2006, sólo la mitad de los chicos tenía teléfono celular, y casi todos escuchaban música en CD. Los adolescentes de hace seis años miraban películas en videocassetas. En ese momento, cuatro de cada diez jóvenes usaban walkman y discman. El IPOD y el MP4 prácticamente no existían entre los adolescentes: solo el 1% tenía esta tecnología, que estaba limitada de manera exclusiva a los más grandes, los jóvenes entre 15 y 17 años.

La misma Mourduchowicz (2013:12) expresa que los cambios no son menores porque hablan de las transformaciones en los jóvenes, es decir, “la manera como los adolescentes forman su identidad, se relacionan con el otro, adquieren saberes, construyen conocimientos, incorporan aprendizajes y conciben el mundo”. Estas observaciones comienzan a ser generalizadas: investigaciones realizadas en los últimos años (Rideout; Roberts y Foher, 2010; Lucas; Robb; Takeuchi y Kotler, 2011) señalan que con el cambio de los medios y las tecnologías de información se advierte una modificación en el comportamiento, en la subjetividad y en la vida de los adolescentes a un punto tal de que se discute que sí se puede hablar de generaciones digitales (Buckingham, 2006) y, por tanto, transformaciones radicales en la vida de los jóvenes. Pero, ¿eso es todo?

Autores que trabajan el tema de la nueva comunicación y las audiencias en los años recientes pretenden generar una visión de doble observación porque para ir más allá de lo evidente, por lo cual al emplear sus miradas teóricas y analíticas podemos entender que algo sucede con los jóvenes al ser formateadas sus vidas por la tecnología dominante, en el momento de transitar de la infancia a la adolescencia. Como expresa recientemente Carles Feixa (2014) la evolución del ciberespacio y los nuevos medios tienen varias fases y es a través de ellas por donde se pueden localizar diferencias entre generaciones de adolescentes. Estas visiones permiten entrar a explorar aquellas formas sociales que los nuevos medios han alterando y, con ello, la ampliación de figuras sociales que se disponen para la convivencia social, teniendo en la figura de la red una de las principales manifestaciones para comprender transformaciones radicales como la de los adolescentes.

Retomando reflexiones de Raymond Williams (2011), sobre lo que los medios han hecho a la sociedad con el ascenso de la modernidad, Gtilin (2005:39) expresa que lo que no tiene precedentes es que un individuo se sienta acompañado “por personas que no están físicamente presentes en el mismo espacio”, y esto lleva a considerar una reliquia de la modernidad: los trabajos de Simmel sobre el sentir de las personas y que, desde entonces, los distintos medios de comunicación permiten dos pautas claves de la mediatización social: organizar los estados de ánimo y generar la sensación de

La manera como los adolescentes forman su identidad, se relacionan con el otro,

conexión. Es por ello que expresa Gitlin que el desarrollo de los medios de comunicación en la actualidad no solamente habla de una sociedad de información, la búsqueda de información por la información, sino para sentir y estar con otros que sienten igualmente, una sociedad empática¹ (Rifkin, 2010) que favorece una sociedad de comunicación: estar en común afectivamente.

Para sentir y estar
con otros que sienten
igualmente, una sociedad
empática

Para Gitlin (2005:66), los medios han provocado una experiencia humana: la sensación de conexión con el mundo. Podríamos pensar entonces que los nuevos medios abren nuevas formas de experimentar la conexión con el mundo, y en el caso de los jóvenes es más evidente porque crecen en ese punto de transición entre la sociedad de la información, resultado final de la modernidad, y la sociedad de la comunicación, que se abre con los albores de la hipermodernidad. Es decir, estamos en otra manera de organizar las sensibilidades, los estados de ánimo, las sensaciones de conectar con el mundo, de sentirse acompañados con personas que no están presentes en el mismo espacio. El proyecto deviene de la alteración del mundo, la cultura por lo mediático, es decir, la entrada al hiper mundo, la hipermodernidad y los hipermedios.

Modernidad, medios y sujetos modernos

A principios de los noventa, John B. Thompson (1998:55) señalaba en su libro, *Los media y la modernidad*, que la presencia y desarrollo de los medios de comunicación y de transporte afectaron la manera como los individuos experimentaron las características espaciales y temporales. Para la propuesta de Thompson sobre los medios de comunicación como un factor constructivo de la modernidad, el impacto en la manera como se experimentó el espacio y el tiempo tuvo por lo menos tres impactos importantes.

En primer lugar, dice Thompson, los medios han conformado una “historicidad mediática”, es decir, la percepción del pasado y, también, la manera como el pasado afecta la vida de cada persona porque “depende cada vez más de una creciente reserva de formas simbólicas mediáticas”. En segundo lugar, los medios han conformado una “experiencia mediática”, una manera de percibir el mundo es mucho más de lo que permite la experiencia inmediata y meramente personal, y ello conlleva a que la percepción del mundo está mediada de manera creciente de formas simbólicas que provienen de los medios. Pero, no solamente se ha afectado la percepción del pasado y de la experiencia de las personas, en tercer lugar se ha dado una “sociabilidad mediática”, es decir, la manera como las personas generan un sentimiento de pertenencia a grupos y comunidades y, más allá del sentimiento que emana de una historia y un lugar que se comparte, ha emergido la importancia de las formas simbólicas que provienen de los medios que han alterado el sentido de pertenencia a grupos y comunidades con las que comparten experiencias. Dice Thompson (1998:57) que “sentimos que pertenecemos a grupos y comunidades que se han constituido, en parte, a través de los *media*”.

¹ La propuesta de Rifkin no es sobre la sociedad empática sino sobre una civilización empática. En su trabajo Rifkin hace ver que lo que hemos tenido como civilización es una de las distintas posibilidades que se asomaron desde la antigüedad, y lo que ahora parece emerger es una civilización cuyos rasgos predominantes tienden a la empatía.

Una manera de sintetizar las ideas que Thompson, que desarrolla a lo largo de su libro, es que hay un fuerte impacto en la conformación de las subjetividades y la auto-identidad de las personas y en la vida social, y que ambos pueden ser vistos como parte del proyecto de la modernidad ya que implica, por un lado, la manera como los medios impactaron en las interacciones sociales, y en la experiencia del yo en un mundo mediático.

Para Thompson, el desarrollo de las sociedades modernas ha sido el proceso para la emergencia de subjetividades cuyo yo tiende a ser más reflexivo e indefinido porque recurren a sus propios recursos para construir su identidad personal, pero que igualmente, simultáneamente, “el proceso de formación del yo se nutre progresivamente de materiales simbólicos mediáticos, expandiendo de manera espectacular el abanico de opciones disponibles a los individuos, y relajando –sin destruir- la conexión entre la formación del yo y los lugares compartidos” (1998:269).

Las reflexiones de Thompson se remiten a un momento cuando la comunicación masiva se está abriendo ante la llegada de los nuevos medios, y sus reflexiones abrían a explorar la manera como la mediatización se venía conformando como algo fundamental para comprender a la sociedad, la vida social, la biografía de las personas. Ahora el contexto es otro, y más que una ruptura con las visiones de Thompson, hay una serie de aspectos que es necesario indicar para observar cómo las personas están realizando una vida desde lo digital (Solove, 2004).

Hacer vida (pos) moderna

Un primer aspecto a considerar es el rol que tiene en este proceso la gente joven, y sobre todo la manera como han crecido incorporándola en sus vidas, en la misma experiencia de crecer y transitar de la infancia a la adolescencia.

Steven Best y Douglas Kellner (2003) proponen un enfoque de acercamiento a los jóvenes alrededor de lo que implica la aventura posmoderna contemporánea, y con ello quiere decir que la realidad de los jóvenes es amplia, diversa, contradictoria, paradójica, y que su experiencia como jóvenes significa, por lo menos dos elementos importantes: por un lado, ser joven entraña el cambio, el movimiento, la flexibilidad porque las cosas pueden cambiar de continuo y con ello no pueden y no aspiran a una vida estable y permanente; por otro lado, que son la primera generación que en gran parte sus vidas están trazadas por los temas de la teoría posmoderna, porque ha crecido con la cultura posmoderna.

**Es más el resultado
de una apreciación
mediatizada que de una
observación directa**

Visiones como las de Best y Kellner nos llevan a considerar algunas de las miradas que emergen del estudio de los jóvenes y los nuevos medios. En una primera instancia, es remitirse a la propuesta de Thompson de la historicidad y la experiencia mediática que realizan los jóvenes con los nuevos medios, a partir de aquello que hace ver Rosalía Winocur (2009:16) y que pareciera que los nuevos

medios y las tecnologías de información son cada vez más una interfaz con la biografía y la vida porque las personas, y los jóvenes en particular, los usan “para volverlas compatibles con sus trayectorias biográficas y sus sistemas de referencias socioculturales en el marco de la vida cotidiana”.

Igualmente, Winocur hace una observación que es importante: para los jóvenes la conexión es un espacio para ser joven², y esto nos lleva a considerar la propuesta de Thompson sobre la sociabilidad mediática, porque los nuevos medios abren nuevas formas de conformar al yo de los jóvenes, de experimentar la pertenencia a grupos y comunidades a través de una instancia mediada, donde se puede estar a la distancia en común, y de manera recíproca. Roberto Igarza (2009:36) menciona que esto no solamente ha propiciado un cambio en su comunicación interpersonal, sino su conocimiento y experiencia del mundo que les rodea: “es más el resultado de una apreciación mediatizada que de una observación directa y una experiencia de vida personal”³.

Podemos pensar, entonces, algunos aspectos que nos puedan orientar a pensar a los jóvenes empleando a los nuevos medios como un espacio de vida para ellos.

Si la casa ha sido el espacio primario para el equipamiento tecnológico desde el cual los jóvenes ingresan a los nuevos medios y pueden estar en contacto a distancia con el mundo en general (Livingstone, 2002; Haddon, 2006), pero igualmente con sus comunidades y grupos, y la escuela se ha manifestado como un espacio juvenil, es decir, uno de los principales espacios para estar junto con otros jóvenes para vivir y llegar a ser jóvenes (McLeod, Yates, 2006), la conexión que posibilita la comunicación digital, interactiva y móvil es el espacio para realizar vida social entre los jóvenes y su nicho está siendo aquel que permiten los teléfonos celulares, los espacios para interactuar de las redes sociales (Boyd, 2014).

La casa, la escuela y la comunicación móvil son parte de la estructura de la sociabilidad mediática que se organiza en la vida cotidiana y que es posibilitada por los recursos tecnológicos disponibles en la casa y en la escuela, aquellos que a título personal portan consigo y los llevan a todos lados. Es parte del cambio de los medios de comunicación, la ampliación de nuevos ambientes comunicativos, aquellos que propician una realidad que emerge solo a partir de las interacciones entre las personas interconectadas a través de tecnologías, es decir, por la comunicabilidad.

Para resolver un conflicto comunicativo necesariamente debe tomarse en cuenta al otro

² Danah Boyd (2014:5) hace ver que las redes sociales son para los jóvenes lugares de encuentro, cool places, para pasar el rato (hanging out) y conectar con amigos y conocidos. Es una de las formas como estar juntos entre jóvenes, de socializar entre ellos.

³ Igarza (2008:36) afirma que el modelo comunicativo al que están habituados los jóvenes con la comunicación digital, interactiva y móvil conjuga cuatro elementos: integración, uso de la tecnología para combinar formas creativas para desarrollar nuevas formas híbridas de expresión; interactividad, la manera como el usuario manipula e influye en su experiencia con los nuevos medios, y los usa para comunicarse con los demás; hipermedialidad, creación de trazas de interconexión entre componentes de acuerdo con el usuario; inmersión, navegación inmersa entre las formas y las presentaciones no lineales como resultado de los procesos anteriores.

El factor tecnológico se revela no solamente como un elemento de diferenciación con las generaciones anteriores, sino igualmente como un factor de diferenciación entre las generaciones que han nacido y crecido bajo las distintas fases de los nuevos medios (Feixa, 2014). Esta afirmación no significa que el elemento tecnológico sea un factor aislado que determina la distinción de las generaciones actuales entre sí y con las anteriores, sino que están dentro de un entorno económico y comunicativo que favorece, organiza y dinamiza la diferenciación (Igarza, 2009), pero sí permite comenzar a entender que las transformaciones de las tecnologías digitales implican alteraciones en los entornos comunicativos por las distintas fases que ha atravesado la tecnología digital hasta el momento actual, a un punto tal que como expresa y propone Carles Feixa se puede hablar de que se ha llegado a la era hiperdigital⁴, que en conjunto habla del nuevo entorno comunicativo que se abre a la gente joven.

Distintivos tecnológicos que las personas pueden emplear para realizar y distinguir sus prácticas cotidianas

Para considerar el entorno comunicativo que se abre a la sociedad en tiempos de la hipermodernidad a la cual están accediendo los jóvenes de manera ordinaria es importante considerar dos aspectos por lo menos. Por una parte, está la forma como la cultura de la convergencia (Jenkins, 2008) se ha ido desarrollando, es decir, la tendencia de una lógica de evolución de tecnología o modelos de convergencia entre la televisión y la computadora para el consumo mediático en el hogar, y que se ha centrado alrededor de tres ámbitos de desarrollo tecnológico: la computadora con la conexión a Internet, la televisión y sus dispositivos para la interactividad, y los dispositivos móviles. Pero por otro lado, se refiere a la arquitectura de lo virtual que posibilita formas diferentes de conectar e interactuar (Galindo, 2011), de estar juntos, y que es más visible en las tendencias de las redes sociales. Danah Boyd (2014:13) habla, a partir del desarrollo del *social media*⁵, y expresa que lo nuevo es la forma como alteran y amplifican situaciones sociales, ofreciendo distintivos tecnológicos que las personas pueden emplear para realizar y distinguir sus prácticas cotidianas, su vida social. John B. Thompson exponía la sociabilidad mediática por la cual los individuos veían ampliado su mundo y su vida social, y esto se ha modificado porque a través de los nuevos medios los sujetos se mueven dentro de una sociabilidad ampliada⁶, y uno de los elementos fundamentales es el desarrollo de nuevas aplicaciones para los nuevos medios, las cuales posibilitan la expansión de posibilidades para nuevas dinámicas sociales.

4 Carles Feixa (2014:36) menciona que el término hiperdigital lo emplea de manera intuitiva y derivada de los trabajos de Jean Baudrillard sobre la hiperrealidad en la modernidad tardía. Igualmente expresa que lo emplea como alternativo al término posdigital, "para referirnos a la sociedad red madura, en la que las características del digitalismo se intensifican y se expanden por diversos nichos sociales y geográficos".

5 Danah Boyd (2014:6) señala que por *social media* a los sitios y servicios que emergieron a principios del año 2000 y que incluían sitios de redes sociales para compartir videos, plataformas para blogear o el microbloggin, instrumentos para relacionarse que le permiten a los participantes crear y compartir su propio contenido.

6 Dolors Reig (2013:24) señala que con los nuevos recursos tecnológicos se han dado cambios en la vida social, a lo cual lo nombra como *socionomía*, es decir, "la sociedad aumentada" y hace referencia a un cambio de paradigma debido a la presencia de Internet, tanto por la fuerza de la interacción como por el factor social, con lo cual se altera cuantitativa y cualitativamente a la sociabilidad donde la tradicional separación entre la interacción en el ciberespacio (on line) y en la vida social (off line) se disuelve y es parte de un continuo que dinamiza hacia una fuerza evolutiva de la humanidad.

La separación entre la interacción en el ciberespacio (on line) y en la vida social (off line) se disuelve

Como se ha dicho anteriormente, para John B. Thompson la sociedad moderna conforma sujetos modernos, quienes elaboran su identidad a partir de los materiales simbólicos que provienen de los medios de comunicación. Sin embargo, en el mundo de la post y la hipermodernidad, la forma como los sujetos están construyendo su identidad personal y social está alrededor de los mismos cambios de un paradigma comunicativo que se desarrolla por un modelo de la comunicación que ha transitado de una actividad centrada en la transmisión, a otra que se construye a partir de la interrelación dialógica, en lo que las personas pueden crear con sus propios recursos, y compartir con sus grupos y comunidades.

La sociabilidad mediática remite a la noción de Danah Boyd de la socialización aumentada por los nuevos medios, porque permite a las personas, a los jóvenes, estar en una vida social que interrelaciona lo que sucede en la vida cotidiana con la vida digital que se desarrolla en los espacios virtuales de la nueva comunicación. Es una forma de interrelación continua, de estar siempre conectados con sus comunidades y grupos. La formas de estas juntos a través de la conectividad lleva a otro tipo de reflexividad en los individuos, retomando nuevamente a Thompson, porque no solamente emplean los recursos simbólicos que provienen de la cultura mediática, sino de aquello que ha construido y expresado al interactuar con un espectro más amplio de comunidades, es decir, con las redes de socialidad, y con ello, los recursos para conformar su percepción del mundo, de su entorno y de sí mismo se alteran: ya no solamente es poder acceder a recursos simbólicos no locales, sino que estos se incorporan para administrar la vida cotidiana, la identidad personal, la biografía que se construye al estar en relación mediada, porque la identidad en lo digital se realiza en contextos específicos, microcontextos sociales y comunicativos (Palfrey y Gasser, 2008: 27), como lo torna evidente Carles Feixa (2014) al reflexionar sobre las diferencias entre la generación @ y la generación # .

Cierre De jóvenes y la vida digital

Para hablar de los rasgos que caracterizan a las ciberculturas juveniles, Marcelo Urresti (2008) parte de la idea de que con el desarrollo de nuevas tecnologías de información se han generado nuevos entornos comunicativos para las relaciones sociales, principalmente dentro de los mundos y ámbitos cotidianos de los jóvenes, quienes son el sector de la población que primero accede y usa los nuevos dispositivos tecnológicos y, después accede el resto de la población.

Uno de los principios que señala Urresti (2008:21) para comprender el entorno de aparición de una nueva ecología de medios es el proceso de *massmediatización* que se gestó a finales del siglo XIX, con el cine y la radio, hasta llegar a la televisión a mediados del siglo XX, por lo cual “la experiencia del mundo, de la historia inmediata y de la vida social y personal resulta para la mayoría de la población un espectáculo producido por los medios de comunicación, entre los que reina de manera decisiva

y prolongadamente la televisión”. Es en esa historia de la *massmediatización*, la que permite entender no solamente el contexto del cual emerge y se desprende la aparición de los nuevos medios, sino que igualmente la base de estructuración de una ecología de medios a la que se accede y en la que se mueve cotidianamente la población, y en particular las distintas generaciones de jóvenes.

Un segundo principio señalado por Urresti (2008:39) se refiere a que ese nuevo entorno comunicativo que es central en la organización de la vida cotidiana tanto para las sociedades como para los individuos, igualmente manifiesta que es parte del mundo de vida de los jóvenes y particularmente una nueva condición de vida y de experiencias que se articula con la conformación y desarrollo de su subjetividad. Urresti enfatiza la conformación de las subjetividades juveniles porque al conformarse se crean las pautas de la vida simbólica, los procesos de lectura e interpretación que se configuró a partir de la interacción de sujetos dentro de un espacio social. Además, la subjetividad es el ámbito de lo íntimo, es decir, “el territorio en el que se hace evidente la forma que adquiere la experiencia histórica, la pertenencia a una época determinada en el devenir de la historia personal” (2008:40).

Entorno comunicativo que es central en la organización de la vida cotidiana

Reflexiones como las de Urresti apuntan a señalar que el proyecto de conformación de individuos modernos tiene algo de continuidad, pero igualmente de discontinuidades y la pauta es pasar de entender aquella vieja inquietud de la sociología por responder por qué las personas se juntan y conforman un orden social, a explorar por qué ahora los jóvenes se reúnen en el espacio digital e interactivo y, al hacerlo, construyen un tipo de sentimiento de pertenencia, de vida social. ■

REFERENCIAS ■

- Best, Steven y Kellner, Douglas (2003). “Contemporary Youth and the Postmodern Adventure”, *The Review of Education. Pedagogy and Cultural Studies*, Routledge, 25.
- Boyd, Danah (2014). *It's complicated. The social lives of networked teens*. United States of America, Yale University Press.
- Buckingham, David (2006). “Is There a Digital Generation?” en Buckingham, D. Willett, R. (editors), *Digital Generations: Children, Young People, and New Media*. New York: Lawrence Erlbaum Associates.
- Feixa, Carles (2014). “Generación @ versus Generación #. La juventud en la era hiperdigital”, en Huertas, A. y Figueras, M. (editoras). *Audiencias juveniles y cultura digital*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Galindo, Jesús (2011). *Ingeniería en Comunicación Social y Promoción Cultural. Sobre Cultura, Cibercultura y Redes Sociales*. Buenos Aires: Homo Sapiens Ediciones y Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

- Gitlin, Todd (2005). *Enfermos de información. De cómo el torrente mediático está saturando nuestras vidas*. Barcelona: Paidós.
- Haddon, Leslie (2006). "The contribution of domestication research to in-home computing and media consumption", *The Information Society*, 22.
- Igarza, Roberto (2008). *Nuevos medios. Estrategias de convergencia*. Buenos Aires: La Crujía.
- Igarza, Roberto (2009). *Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural*. Buenos Aires: La Crujía.
- Jenkins, Henry (2008). *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Livingstone, Sonia (2002). *Young people and new media*. Great Britain: SAGE.
- Lucas, Aviva; Robb, Michael; Takeuchi, Lori y Kotler, Jennifer (2011). *Always connected: The new digital media habits of young children*. New York, The Joan Ganz Cooney Center. Accesible: www.joanganzcooneycenter.org
- McLeod, Julie y Yates, Lyn (2006). *Making Modern Lives. Subjectivity, Schooling and Social Change*. New York: State University of New York Press.
- Morduchowicz, Roxana (2008). *La generación multimedia. Significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes*. Buenos Aires, Gedisa.
- Morduchowicz, Roxana (2013). *Los adolescentes del siglo XXI. Los consumos culturales en un mundo de pantallas*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Palfrey, John y Gasser, Urs (2008). *Born digital. Understanding the first generation of digital natives*. New York, Basic Books.
- Reig, Dolors (2013). "Describiendo al hiperindividuo, el nuevo individuo conectado", en Reig, D. y Vilchez, L., *Los jóvenes en la era de la hiperconectividad: tendencias, claves y miradas*. Madrid, España: Fundación Telefónica y Fundación Encuentro.
- Rideout, Victoria y Roberts, Donald y Foher, Ulla (2010). *Generation M2: Media in the Lives of 8-18 Year-olds*. Washington, The Henry J. Kaiser Family Foundation. Accesible en: www.kff.org.
- Rifkin, Jeremy (2010). *La civilización empática. La carrera hacia una conciencia global en un mundo en crisis*. Barcelona: Paidós.
- Solove, Daniel (2004). *The digital person. Technology and privacy in the information age*. New York: New York University Press.
- Thompson, John B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Urresti, Marcelo (2008). "Ciberculturas juveniles: vida cotidiana, subjetividad y pertenencia entre los jóvenes ante el impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información", en *Ciberculturas Juveniles*. Buenos Aires: La Crujía.
- Williams, Raymond (2011). *Televisión. Tecnología y forma cultural*. Buenos Aires: Paidós.
- Winocur, Rosalía (2009). *Robinson Crusoe ya tiene celular*. México: Siglo XXI.