

Reflexiones epistemológicas en Desafíos en el estudio de la comunicación en Internet

Dorismilda Flores Márquez
ITESO Campus Aguascalientes
dorixfm@gmail.com

RESUMEN

Este ensayo consiste en una reflexión sobre el estudio de la comunicación en internet. El punto de partida es el reconocimiento de la emergencia de las tecnologías de información y comunicación, como un desafío a los estudios de medios. Esto derivó en el inicio de líneas de estudio sobre la comunicación mediada por computadora, la cibercultura y los estudios de internet y comunicación digital. A partir de una revisión panorámica de las tendencias que configuran el mapa de la investigación sobre la comunicación en internet, se identifica una serie de problemáticas en su estudio y se señalan dos propuestas teóricas para abordarlo de una manera más compleja.

PALABRAS CLAVE

Internet, comunicación digital, investigación de comunicación.

El siglo XX se caracterizó, entre otras cosas, por el desarrollo acelerado de los medios de comunicación. Esto ha detonado una serie de interrogantes sobre el papel de tales innovaciones tecnológicas, así como de sus discursos, en las sociedades. Con el paso del tiempo, las novedades se volvieron viejas, el ecosistema mediático se fue densificando y la comprensión de este complejo entramado de relaciones se volvió clave para entender lo social.

Con los antecedentes de los otros medios, el desarrollo de internet ha dado lugar a nuevas preguntas en distintos campos del conocimiento, de lo técnico a lo social, de lo estructural a lo subjetivo. Específicamente, la emergencia de prácticas de comunicación en internet se ha constituido como un desafío para la investigación sobre comunicación. La novedad que representa la red, aun a décadas de su invención, ha resultado de interés tanto para la academia como para otros sectores sociales. Por ello, es vasta la producción de conocimiento sobre internet. En este contexto, se aprecia la necesidad de profundizar y buscar una mayor claridad en la comprensión de procesos en constante transformación.

En este artículo se presenta un estado de la cuestión¹, con el fin de contribuir a situar la discusión sobre la comunicación digital, en un escenario más amplio de tensiones y desplazamientos del campo de la comunicación.

El texto consta de cuatro partes. La primera está dedicada a identificar la emergencia de las tecnologías de información y comunicación (TIC) como un momento que significó un gran desafío a los estudios de medios en su sentido tradicional. Esto dio lugar al surgimiento de una tradición de investigación, en torno a la comunicación mediada por computadora. A la vez, provocó algunos cuestionamientos en los estudios de medios. La segunda parte se enfoca en presentar un panorama de la investigación sobre comunicación digital, a partir de una revisión de estudios recientes. Esta sección se deriva en la identificación de una serie de problemáticas en el estudio de la comunicación digital, las cuales son abordadas en el tercer apartado. Se registra una gran diversidad de formas de entender los medios, los sujetos y las prácticas en la comunicación digital interactiva. En la cuarta sección, se propone situar estos estudios en el mapa de la investigación de comunicación. Para ello se presentan las propuestas de dos investigadores de prestigio —Manuel Castells y Klaus Bruhn Jensen—, que convergen en el planteamiento de tres niveles o alcances de la comunicación: lo interpersonal, lo masivo y lo digital o en redes.

La emergencia de las TIC y el desafío a los estudios de medios

Jesús Martín-Barbero (1997), siguiendo a Norbert Wiener, ha señalado que “si los siglos XVII fueron la edad de los relojes, y el fin del XVIII y el XIX la de las máquinas de vapor, el presente [XX] es la edad de la comunicación”. En ese siglo, la comunicación de masas —entendida como la producción y difusión institucionalizada de información— cobró relevancia social y académica, sobre todo en torno a los medios. Aunque la comunicación no se reduce a ellos, hemos de reconocer que fue precisamente el estudio de los medios y las tecnologías lo que dio especificidad al campo académico de la comunicación, bajo las tradiciones administrativa y crítica, en Estados Unidos, en la primera mitad del siglo XX (Carey, 1989; Peters, 1999; Vizer, 2003) y el posterior desarrollo de otras tradiciones.

En este escenario, la emergencia de los que en su momento fueron llamados “nuevos medios” —cuyo inicio puede identificarse en los tiempos de la Segunda Guerra Mundial, pero cuyo florecimiento se sitúa en las

1 El trabajo es parte de un avance de una investigación doctoral sobre la participación mediante la producción de contenido en internet. Para este artículo se ha retomado solamente la discusión sobre comunicación digital, que se integró a partir de trabajos con sustento empírico, publicados principalmente en los diez años más recientes, recuperados de las bases de datos de Sage Journals Online, Ebsco Host, Redalyc (Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal), Scielo (Scientific Electronic Library Online) y CC-Doc (Documentación en Ciencias de la Comunicación).

dos últimas décadas del siglo XX— desafió el conocimiento acumulado acerca de la comunicación de masas en su sentido tradicional (Scolari, 2008, 2009; Herkman, 2008; Castells, 2009; Jensen, 2010). De acuerdo con Carlos Scolari (2008, 2009), dicho alejamiento se produce en varios sentidos: En términos de producción, el contenido abierto y la lógica de muchos a muchos han desplazado la lógica masiva, unidireccional. En términos de contenido, la reticularidad, la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad han establecido diferencias significativas frente a los contenidos habituales de los medios tradicionales. En términos de consumo, la inmersión y la interactividad en los entornos digitales han cuestionado la separación entre productor y consumidor. Frente a estos desplazamientos, los marcos de estudios de comunicación experimentan insuficiencias para abordar la complejidad de la comunicación en internet, se hizo evidente de pronto la dificultad de explicar los “nuevos” medios con las viejas teorías.

El estudio de estas formas emergentes de comunicación se ha realizado principalmente a partir de la integración de una zona interdisciplinaria: los estudios de comunicación mediada por computadora. Sin embargo, desde los estudios de medios, sobre todo en la línea de audiencias, se ha producido también una serie de discusiones y exploraciones en torno a estas prácticas.

De la comunicación mediada por computadora a los estudios de Internet y comunicación digital

La investigación sobre comunicación mediada por computadora (CMC) data de la década de 1970. Estas formas de comunicación llamaron la atención de investigadores de psicología social y comunicación organizacional. En aquel tiempo, la perspectiva de las “señales sociales reducidas” fue muy influyente (Baym, 2002; Siles González, 2008). Posteriormente, “la llegada de internet transformó el panorama de investigación sobre los procesos de comunicación mediada por computadora” (Siles González, 2008, pág. 58); aunque internet ya existía, no se había popularizado comercialmente. Esta apertura permitió el acceso de sujetos comunes a la red y posibilitó diversas apropiaciones.

La noción de comunicación mediada por computadora ha sido criticada, porque da la impresión de que se concentra sólo en la comunicación y no en otros procesos que ocurren y que de hecho se analizan², y también porque pareciera que se limita al entorno de la computadora (Mayans i Planells, 2002). Sin embargo, la línea persiste y agrupa estudios realizados desde diversas disciplinas, como la sociología (Bellamy & Greenfield, 2009), la psicología social (Boucher, Hancock, & Duham, 2008), la psicología cognitiva (Riva, 2002), la educación (Jackson, 2011), la comunicación (Jiang, Bazarova, & Hancock, 2010), los estudios de cultura y religión (Mollov & Schwartz, 2010), la lingüística (Thorne, 2008), los estudios sobre salud (Hrabe, 2005) y las ciencias de la información (Abbasi & Chen, 2008), entre otras.

También en la década de los 90, se desarrollaron los estudios sobre el ciberespacio; este concepto fue retomado de la literatura, concretamente de la novela *Neuromancer*, de William Gibson (Siles González, 2008). Esta corriente, que Silver³ (2000) ha llamado cibercultura popular, integró bajo un territorio conversacional único, las discusiones en torno a internet, provenientes de diversas áreas y perspectivas, desde el periodismo hasta el estudio científico y crítico de las comunidades virtuales (Scolari, 2009). Se trataba entonces de abordajes muy descriptivos, frecuentemente caracterizados por un dualismo entre lo distópico y lo utópico, es decir, se concebía a la red como la culpable de problemáticas en la alfabetización, de la alienación política y económica y de la fragmentación social, a la vez que se le atribuyeron potencialidades para el crecimiento de los negocios, la participación democrática y la reducción de las desigualdades económicas y sociales (Silver, 2000). Gran parte de los trabajos de aquellos tiempos, tomaban como punto de referencia lo presencial y entendían la comunicación mediada por computadora en contraposición a la comunicación cara a cara (Baym, 2002).

² Se asume que “no todas las prácticas realizadas en Internet son de comunicación” (López de Anda, 2012).

³ Silver (2000), a partir de un análisis de la producción académica sobre cibercultura, de 1990 al 2000, principalmente en Estados Unidos, identifica tres etapas o generaciones: la cibercultura popular, los estudios de cibercultura y los estudios críticos de cibercultura.

Con el tiempo, los estudios de cibercultura se caracterizaron por la proliferación de trabajos más analíticos y menos descriptivos, que incorporaron el análisis del lenguaje, las relaciones y los grupos sociales; gran parte de los trabajos se desarrollaron en torno a dos conceptos clave: comunidad e identidad. En ese sentido, se establece la diferencia a partir de la definición que Allucquere Rossane Stone hizo del ciberespacio, como espacio social (Silver, 2000). Los textos pioneros son *The virtual community*, de Howard Rheingold, publicado en 1993, y *Life on the screen*, de Sherry Turkle, publicado en 1995 (Silver, 2000; Baym, 2002; Siles González, 2008), el primero parte de la crítica y de su propia experiencia como usuario y la segunda integra teorías y métodos de la sociología, la psicología social y el psicoanálisis. Así, para mediados de los 90, los estudios de internet se habían legitimado y se caracterizaban por el interés interdisciplinario. Justamente, en la segunda mitad de esa década, la red comenzó a estudiarse ya no sólo como medio, sino como espacio de relaciones sociales. Metodológicamente, comenzó a trabajarse con abordajes etnográficos. Un libro clave, en este sentido, ha sido *Virtual ethnography*, de Christine Hine, publicado en el año 2000 (Siles González, 2008).

Desde finales de los 90, la investigación se complejizó y empezó a ser difícil de mapear. Silver (2000) señala la emergencia de los estudios críticos de cibercultura, a partir de una diferencia con las etapas anteriores de investigación: la ampliación en la mirada sobre la red y la incorporación de aspectos sociales, culturales y económicos. De ahí ha surgido el estudio de la brecha digital, el etnocentrismo en la red, el diseño digital y sus implicaciones sobre las interacciones. La cibercultura es una de las líneas consolidadas y, a la vez, diversificadas, en el estudio de la tecnología digital y su inserción en la cultura contemporánea; de modo que interesa investigar las prácticas de comunicación, las relaciones sociales electrónicas, el arte electrónico, los cyborg, pero también las cuestiones políticas y la emergencia de ciberciudades (Lemos, 2003), desde diversas disciplinas, como la educación (Bernal Guerrero & Cárdenas Gutiérrez, 2008), la sociología (Simi & Futrell, 2006), la antropología (Escobar, 2005), la comunicación (Trivinho, 2010), la filosofía (Rüdiger, 2004) y el psicoanálisis (Yard, 2010), entre otras.

Además, a partir del año 2000, los estudios de internet han virado hacia los contextos de uso de la tecnología y al entendimiento del uso de internet como parte de redes políticas, sociales, culturales y económicas (Siles González, 2008; Scolari, 2009).

En suma, las tradiciones de estudio de la comunicación mediada por computadora, la cibercultura y los estudios de internet, han pasado de los abordajes descriptivos de las formas de comunicación en línea, hacia estudios sobre las prácticas de los usuarios, los contextos de uso de las tecnologías y los vínculos con otras esferas de la vida social.

De manera específica, en el campo de los estudios de medios, la tradición de los estudios de recepción y audiencias estaba plenamente consolidada, principalmente en torno a un medio —la televisión— y a un concepto clave —la audiencia—. Con la diversificación de opciones en la comunicación de masas, se transformaron las condiciones de las audiencias, tradicionalmente confinadas a su rol de receptoras; ya que las posibilidades de interactuar y distribuir contenidos producidos por los propios usuarios les ha colocado en posiciones diferentes (Castells, 2009). En ese sentido, el surgimiento de medios digitales e interactivos, como ya se mencionó anteriormente, significó un desafío al conocimiento generado hasta ese momento, por los desplazamientos de la lógica masiva unidireccional a la lógica reticular y multidireccional, así como por las modificaciones en los roles de productores y consumidores (Scolari, 2008, 2009).

Sonia Livingstone (2004) ha explicado que los investigadores de audiencias se encontraron frente a la pregunta de qué hacer en la era de los nuevos medios, convergentes e interactivos y que había dos opciones frente a ese desafío: ignorar los cambios provocados por los llamados nuevos medios, o bien replantear sus abordajes. De acuerdo con la autora, la opción más viable fue mantener el conocimiento generado en décadas de investigación, para entender la reconfiguración del entorno comunicativo y los cambios en la naturaleza de las audiencias y sus prácticas. En este sentido, Guillermo Orozco ha defendido la pertinencia de los estudios de audiencias, para el abordaje de prácticas claramente similares y a la vez diferentes de la recepción de medios en un sentido tradicional.

Los modos de estar, siendo audiencias, no se agotan con lo nuevo, en este caso con las nuevas pantallas, ni con otras formas de estar conectados a los dispositivos tecnológicos, ni se hacen obsoletos unos a otros con la era digital, sus convergencias e interactividades. Coexisten (Orozco, 2011).

El autor identifica transformaciones en la ubicación de las audiencias, puesto que la recepción puede ser diferida, colectiva o personalizada. Aunque, entre los sectores sociales tecnológicamente avanzados, hay mutaciones de audiencias a usuarios, “prosumidores” y comunicantes. Éste último es un nuevo término que propone para referirse a los sujetos que realizan prácticas de comunicación (Orozco, 2011).

La revisión de esta discusión ha permitido identificar resistencias en el estudio de la comunicación y los medios digitales. En los estudios de Internet se ha tomado distancia frente al concepto de audiencia y se enfatizan las características interactivas, hipertextuales y reticulares de la red frente a la supuesta pasividad de las audiencias en su sentido tradicional. Mientras tanto, desde los estudios de audiencias se tiende a menospreciar la actividad creativa que se produce en las lógicas de la comunicación digital. Se afirma que los usuarios de Internet se limitan a ser consumidores también en los medios digitales, puesto que no producen contenidos formales, como canciones, videos, poemas, etc. Esto implica partir de un presupuesto no del todo claro sobre el tipo de productos que pueden ser considerados como válidos para nombrar productores a los usuarios.

La tensión entre estas posturas visibiliza un problema de fondo: Hay un desgaste de los conceptos y categorías tradicionales, frente a prácticas y medios en constante transformación. Las formas emergentes de comunicación con mediación tecnológica requieren abordajes que den cuenta de su complejidad. Una de las grandes aportaciones de los estudios de comunicación mediada por computadora / cibercultura / internet / comunicación digital, es haber colocado la mirada sobre las transformaciones en los procesos y prácticas de comunicación, así como en los entornos mediáticos y sus contextos de uso. Sin embargo, una de sus debilidades se conecta con una interesante aportación hecha desde los estudios de audiencias: mientras distintos investigadores de internet han celebrado las nuevas posibilidades de creación de contenidos y han propuesto conceptos como el de “prosumidor” —que se discutirá más adelante—, hay un cuestionamiento por parte de los investigadores de audiencias sobre el grado de participación real de los usuarios en la producción frente a la tendencia a seguir siendo audiencia. Esto nos coloca ante una problemática: ¿de qué manera puede establecerse un equilibrio entre ambas propuestas?, ¿es posible tender un puente que conecte y problematice las múltiples dimensiones de las prácticas de comunicación en línea?

Tendencias en el estudio de la comunicación digital

La emergencia de la comunicación digital suele comprenderse como parte de una revolución tecnológica, centrada en las tecnologías de información y comunicación y asociada a las dinámicas de la globalización (Castells, 1999).

En términos de participación, distintos investigadores han registrado el uso de las redes como vía para distribuir información alternativa a la que circula en los medios principales, para comunicarse y/o protestar en crisis políticas internacionales, tales como el ataque del gobierno chino a los estudiantes en la Plaza de Tiananmen en 1989, el intento de golpe en la Unión Soviética en 1991 y el levantamiento armado del EZLN en México en 1994 (Castells, 1999; Islas & Gutiérrez, 2000; Russell, 2001; Sagástegui Rodríguez, 2004).

Frente a estas potencialidades de la red, se ha registrado también la gran concentración de propiedad en las compañías de medios y tecnologías de información y comunicación. Esto evidencia tendencias contradictorias: por un lado, la disminución de costos de producción y distribución posibilitados por las tecnologías de información y comunicación permiten la diversidad de usos y apropiaciones creativas por parte de los ciudadanos que, mediante las redes digitales, tienen acceso a la expresión pública; por otro lado, la creciente concentración de la propiedad de los medios en conglomerados y redes mediáticas globales que, en esencia, son redes de poder, limita las opciones, la libertad y borra del mapa a esfuerzos independientes (Jenkins, 2004; Castells, 2009).

Una de las mayores preocupaciones sociales gira en torno a la tensión entre la libertad y el control en la red. La perspectiva política y legal resulta especialmente relevante en el estudio de la libertad de expresión tanto en relación con la democracia (Etling, Faris, & Palfrey, 2010), como en relación con la represión y el control en países con regímenes totalitarios (Roberts, Zuckerman, Faris, York, & Palfrey, 2011).

Se ha registrado también que el acceso a la red no es algo generalizado. Uno de los principales focos de interés es la brecha digital, que se entiende como la diferencia entre las condiciones de inclusión y exclusión en términos de acceso, uso, habilidades y actitudes frente a las tecnologías de información y comunicación (Helsper E. , 2008). En diversas investigaciones se ha profundizado en los factores que intervienen en la brecha digital: los altos costos de la tecnología, la falta de habilidades básicas para usar las herramientas, las problemáticas educativas, las motivaciones, así como la edad, el género, la condición étnica, entre otros (Bonfadelli, 2002; Livingstone & Helsper, 2007; Wilska & Pedrozo, 2007; Cheong, 2008; Helsper E. , 2008; Lee, 2008). La presencia de prácticas de comunicación en internet requiere de condiciones ontológicas: la infraestructura de telecomunicaciones y ciertos niveles de inclusión digital (Kalmus, Runnel, & Siibak, 2009; Mallan, Ashford, & Singh, 2010). Considerando estos factores, es evidente que la brecha digital no es un problema limitado a lo comunicativo, sino que atraviesa diversas áreas de la acción humana.

Hay también una tradición importante acerca de la sociedad de la información y el conocimiento, en la cual se vinculan los discursos políticos oficiales de los países y organismos internacionales y los estudios académicos desde diversas perspectivas. Armand Matterlart (2003) es muy crítico respecto a la idea de sociedad de la información, pues la considera *managerial*, de un positivismo gerencial que sustituye a lo político; mientras que la noción de sociedad del conocimiento tiene también implicaciones fuertes, puesto que atribuye a la tecnología un papel redentor.

Se aprecia también una búsqueda de conectar la novedad que han representado las tecnologías de información y comunicación, así como las prácticas que mediante ellas se producen, con referentes preexistentes. Como se ha señalado anteriormente, en el principio los estudios de comunicación mediada por computadora contraponían ésta a la comunicación cara a cara; con el tiempo se ha comparado también con la comunicación en los medios masivos. En esta misma línea, se han colocado preguntas sobre los efectos, influencias e implicaciones de la tecnología en la comunicación. Además, se sitúan comparaciones entre lo *online* y lo *offline*, o las diferencias y conexiones entre espacios virtuales y espacios físicos. Asimismo, las arenas de lo público y lo privado cobran especial sentido en el estudio de la comunicación digital.

La herencia de los estudios de medios puede observarse en algunas investigaciones, que conservan las preguntas por los efectos de los medios en las audiencias, aun cuando se trate de medios diferentes. Un ejemplo es el estudio de los efectos de los videos de parodia política, a partir de componentes perceptuales y conductuales del efecto de tercera persona (Lim & Golan, 2011).

Hay otro cuerpo importante de estudios que se han centrado en las plataformas en relación con las prácticas. Se han abordado casos concretos de comunicación a través de internet, en sitios de redes sociales, como Facebook, Twitter, Flickr, blogs y más. Se entiende a éstos como espacios donde se desarrollan prácticas caracterizadas por la producción, la multidireccionalidad, la interactividad, la cultura colaborativa y la tensión entre las esferas de lo público y lo privado (Gunthert, 2009; Marwick & boyd, 2010; Van Manen, 2010; Van Dijck, 2010; Harlow, 2011; Malin, 2011). En algunos de estos, el punto de referencia para establecer un comparativo son los medios tradicionales.

Entre las prácticas posibles en tales plataformas, se sitúa la producción de contenidos por parte de usuarios comunes. Un estudio realizado Kalmus, Runnel y Siibak (2009) ha revelado dos tipos de prácticas de creación de contenido en línea: en la primera se contribuye a reproducir las normas y los discursos existentes, ocurre en interfases muy estructuradas, donde los usuarios se limitan a agregar comentarios y a compartir contenidos; en la otra se busca inventar nuevas formas de expresión e interacción, se produce en interfaces más libres, que exigen de los usuarios habilidades mayores de producción.

Por otro lado, la articulación entre los contextos *online* y *offline* se ha colocado entre los temas de investigación en los años recientes. Si bien en la década de 1990 se pensaba en estos contextos como espacios separados e, incluso, paralelos, los estudios recientes demuestran la incorporación de las prácticas de comunicación digital en la vida cotidiana y la consecuente difuminación de las fronteras entre uno y otro. En ese sentido, algunas investigaciones abordan las relaciones sociales en la tensión entre contextos *online* y *offline*, para explicar la comunicación digital desde sus contextos de producción y consumo, en relación con la subjetividad, o bien, en relación con la acción social en las calles a partir de la visibilidad en las redes (Mallan, Ashford, & Singh, 2010; Bakardjieva, 2011; DeAndrea & Walther, 2011; Ellison, Hancock, & Toma, 2011). Algunos estudios,

como el de Bakardjieva, enfatizan el vínculo entre la comunicación en internet, la comunicación en los medios tradicionales y la acción en espacios físicos que, en esencia, es también una forma de comunicación.

Se aprecia también la búsqueda de explicar las diferencias en las prácticas de comunicación digital, a partir de las diferencias étnicas. En internet, los grupos minoritarios logran mantener lazos existentes con familiares y amigos, construir y mantener una memoria colectiva, construir su identidad y dar visibilidad a su grupo en un entorno multicultural (Cortázar Rodríguez, 2004; Mesch, 2011). Otro cuerpo de estudios se enfoca en el carácter de conexión, pertenencia y confianza, en las prácticas de comunicación digital, a partir del capital social y la participación en grupos formales con un objetivo común (Kropczynski & Nah, 2010; Rosen, Lafontaine, & Hendrickson, 2011).

Algunos otros abordajes parten del reconocimiento de los usuarios, con base en categorías como la edad o el género, para explicar cuáles son las particularidades que estas condiciones producen en las prácticas de comunicación digital. Hay un gran interés por estudiar el modo en que los adolescentes y los jóvenes usan internet, para la educación, la sociabilidad y el consumo cultural (Corvera Sánchez, 2004; García González, 2004; Winocur, 2006; Livingstone, 2008; Morduchowicz, 2008; Gómez Vargas, 2010), así como por analizar las diferencias en el uso de medios —tanto tradicionales como digitales— a partir de las edades (Shah, Mc Leod, & Yoon, 2001; Helsper E. J., 2010; Yerbury, 2010) y del género (Warren, Stoerger, & Kelley, 2011).

Por otro lado, el giro espacial que se ha registrado en los estudios de medios, es observable también en los estudios de comunicación digital. Así, la geografía, en relación con las prácticas de comunicación digital, se ha colocado recientemente en el foco de interés, a partir del estudio de espacios concretos de acceso —como la habitación (Hodkinson & Lincoln, 2008), los telecentros y las *LAN houses* (Horst, 2011)—, la configuración de “territorios informacionales” (Lemos, 2008) que vinculan el territorio físico con la comunicación digital, o bien en la conformación de redes y geografías a partir de las conexiones en internet, que refuerzan la lógica de las redes de ciudades globales (Watson, 2009).

Además de los espacios físicos, se observa el interés en los espacios simbólicos, concretamente en las esferas de lo público y lo privado, a partir del estudio de prácticas de comunicación digital que tienen impactos cívicos y políticos y aquéllas que se vinculan más a las relaciones interpersonales y la construcción de subjetividades. En términos de lo público y las prácticas en contextos cívico-políticos, la red se constituye como espacio que permite la discusión, la organización y la participación política de los usuarios, tanto en redes formales como informales; de modo que se registra una ampliación del espacio público (Gimmler, 2001; Russell, 2001; Castells, 2008; Loader, 2008).

A la vez, en términos de lo privado los estudios se enfocan en las prácticas de comunicación de los usuarios, de orden más “privado”, afectivo y lúdico; se registra en estos estudios, un desplazamiento en las fronteras tradicionales entre lo público y lo privado. En este sentido, diversos estudios apuntan a la emergencia de prácticas de comunicación digital caracterizadas por la confesión de historias personales (Ogan & Cagiltay, 2006; Attwood, 2009) que, de algún modo, son herederas de otras expresiones de la cultura confesional en los medios (Aldridge, 2001; Aslama & Pantti, 2006; Sibilia, 2008).

Esta revisión ha permitido identificar las líneas predominantes en el estudio de la comunicación digital. A pesar de los orígenes comunes, los constantes cambios, así como la diversidad de perspectivas y de intereses, han configurado un escenario complejo tanto en la realidad como en el estudio de ésta.

Problemáticas en el estudio de la comunicación digital

Con base en la revisión de estudios recientes sobre comunicación digital, surge una serie de cuestionamientos en torno a la dispersión de nociones empleadas, en la búsqueda de cómo nombrar y conceptualizar lo emergente. En primer lugar, surge el cuestionamiento sobre el lugar más pertinente para situar la mirada: ¿es en los medios y plataformas, con sus implicaciones políticas, económicas y culturales, en el complejo escenario de la convergencia mediática?, ¿es en los usuarios y las reconfiguraciones de sus posiciones en relación con las tecnologías de información y comunicación y con el entramado mediático más amplio?, ¿es en las prácticas que estos usuarios realizan en esos medios?

Si la mirada se centra en los medios, se aprecian distintos modos de nombrarlos: internet, nuevas tecnologías, nuevos medios, medios sociales, hipermedios. Cada noción tiene sus implicaciones y, sin embargo, todas se refieren a lo mismo, es decir, al espacio sociotécnico que posibilita los flujos de información, cuya columna vertebral es internet, pero donde también coexisten otras tecnologías, como la telefonía móvil. Si bien se establece una diferencia entre este espacio frente a los medios tradicionales, también se converge en torno a la idea de que internet o las tecnologías de información y comunicación son mucho más que medios tecnológicos e incorporan aspectos sociales en la construcción de sus redes. Por otro lado, el adjetivo “nuevo” ha sido ampliamente cuestionado, puesto que pensar que estos medios / espacios / plataformas son nuevos, parte de una visión dualista entre lo viejo y lo nuevo; en ese caso, siempre hay algo nuevo, los entornos mediáticos se han caracterizado por la permanente innovación y por una lógica donde los medios no se desplazan linealmente entre sí, sino que coexisten mientras unos emergen, otros se consolidan y otros desaparecen (Scolari, 2009).

Si la mirada se dirige hacia los sujetos, se aprecia también cierta dispersión. Algunos autores sostienen el uso de la noción de audiencias, considerando la actividad de consumo que los sujetos realizan también frente a las tecnologías de información y comunicación (Orozco, 2011). Una de las nociones más empleadas es la de usuarios, que enfatiza la capacidad de agencia de los sujetos en la red (Van Dijck, 2009). También se les ha nombrado “prosumidores”, a partir de las nociones de productor y consumidor que se conjuntan en la misma persona (Scolari, 2008) e, incluso, “creadores”, para enfatizar la actividad creadora de los sujetos en internet (Lull, 2007). Recientemente, se ha propuesto la noción de “comunicantes”, para trascender las divisiones y referirse a aquéllos que realizan prácticas de comunicación en internet (Orozco, 2011). Nombrar diferente a los sujetos implica partir de posiciones concretas: llamarlos “audiencias” o “creadores” implica situarlos en los extremos del imaginario sobre el proceso de comunicación; tomarlos como “prosumidores” remite al mismo pensamiento dualista criticado por quienes usan esta noción, que separa las actividades de producción y consumo; quizá los términos más afortunados sean los de “usuarios” y “comunicantes”, éste último resulta ambiguo aún, pero tiene una gran potencia para superar los dualismos y dar cuenta de las complejidades de las prácticas de comunicación en la era digital.

Finalmente, si la mirada se enfoca en las prácticas, también hay dispersión. Se habla de comunicación mediada por computadora (Baym, 2002), comunicación mediada por internet (Livingstone, 2008), comunicación en línea (Huang, 2009), comunicación digital interactiva (Scolari, 2008) e, incluso, autocomunicación de masas (Castells, 2009). La comprensión de cada una de estas nociones experimenta algunas variaciones, pero, en esencia, todas se refieren a las prácticas que realizan los sujetos —audiencias / creadores / prosumidores / usuarios / comunicantes— en entornos tecnológicos —internet / nuevas tecnologías / nuevos medios / medios sociales / hipermedios— y que se caracterizan por la descentralización, la interactividad, la reticularidad, la hipertextualidad y la multimedialidad (Russell, 2001; Scolari, 2008, 2009).

Tal diversidad de conceptos puede entenderse a la vez como una oportunidad y una debilidad para la investigación. Por un lado, la riqueza conceptual permite comparar y encontrar puntos de convergencia; pero, al mismo tiempo, la dispersión dificulta el acuerdo como comunidad científica en torno a los mismos objetos, porque no siempre se habla de lo mismo cuando se le nombra diferente. Se observa, además, una tendencia a emplear las nociones sin definir las explícitamente, como si el propio término dejara claro a qué se hace referencia. Esto complica aún más el análisis, ya que no es posible discutir sin conceptualizaciones claras. El cuestionamiento señalado hace algunas páginas persiste: ¿desde dónde es pertinente mirar la comunicación en internet?, ¿con qué conceptos y categorías?, ¿es posible conservar la riqueza sin perder especificidad?

Los estudios de comunicación digital en el mapa de las ciencias sociales

Como se ha señalado en el principio, los estudios de comunicación digital no se producen en el vacío, sino que se insertan en un escenario más amplio, el de la investigación de comunicación, que se ha caracterizado por cierta diversidad de perspectivas y por una serie de desplazamientos. Dos propuestas teóricas recientes convergen en la consideración de la comunicación digital en un marco más amplio, que incluye la comunicación masiva y la interpersonal. La primera de esas propuestas proviene de la sociología y la ha formulado

Manuel Castells, en *Communication power*. La otra proviene claramente de los estudios de medios y ha sido planteada por Klaus Bruhn Jensen, en *Media convergence. The three degrees of network, mass, and interpersonal communication*.

Castells (2009) plantea un marco de análisis social de la comunicación⁴. Señala que, considerando el alcance, la comunicación solía dividirse en interpersonal y masiva. Con la emergencia de internet, se aprecia una tercera forma, la auto-comunicación de masas, que es auto-comunicación porque los contenidos son auto-generados, auto-dirigidos y auto-seleccionados en internet, pero también es de masas por el alcance. Las tres formas coexisten en el entorno mediático contemporáneo, el cual ha experimentado una serie de cambios: una transformación tecnológica, desplazamientos en la estructura organizacional / institucional de la comunicación, tensiones en la dimensión cultural —desarrollo de tendencias opuestas entre cultura global y culturas identitarias y entre individualismo y comunalismo—, así como la expresión de relaciones sociales como relaciones de poder.

La propuesta de Jensen (2010) proviene de los estudios de medios y parte del reconocimiento de las materialidades de la comunicación. Estas condiciones materiales de la comunicación rebasan el control de los humanos. Como la gente, los medios materiales han sido socializados y aculturados. Con base en ello, plantea la existencia de tres grados o niveles del medio material. El primer grado se refiere al cuerpo y las herramientas, en el sentido de que el cuerpo humano es también una forma o condición material de la comunicación. El segundo grado se refiere a las tecnologías, en específico, Jensen reflexiona sobre los medios masivos y la reproducción técnica, en el sentido que planteara Walter Benjamin. El tercer grado se refiere a las meta-tecnologías, ya que las tecnologías digitales reproducen y recombinan los medios previos de representación e interacción. Con base en lo anterior, Jensen propone desplazar los estudios de medios a los estudios de la comunicación⁵ (Jensen, 2010).

En suma, ambos autores coinciden en la coexistencia de los tres niveles o alcances de la comunicación: la comunicación interpersonal, la comunicación masiva y la comunicación en red. En esto coincide también Maria Bakardjieva (2011), quien como resultado de un estudio empírico, sitúa la permanente interrelación entre internet, los medios tradicionales y la acción social que, en esencia, implica prácticas de comunicación interpersonal.

Estos planteamientos desafían las perspectivas de estudio centradas en la comunicación digital, en las cuales se corre el riesgo de analizarla de manera aislada. Pensar la comunicación en tres niveles o entornos apunta hacia abordajes más complejos, que tienen en cuenta la lógica relacional de sujetos, medios y prácticas. Esto parece resuelto en términos teóricos, pero implica una serie de desafíos metodológicos, en torno al acercamiento a contextos tan conectados y a la vez tan diferentes, en la búsqueda de dar cuenta de la complejidad sin perder la especificidad.

Tales desafíos se sitúan en un escenario de tensiones y desplazamientos, tanto en el campo de la comunicación, como en el escenario mayor de las ciencias sociales. Si bien éstas son hijas de la modernidad y abordaron inicialmente las transformaciones que ocurrían en el mundo, frente a ese cambio de época, somos ahora testigos de la disolución de muchos de los esquemas modernos, en otro cambio de época (Hernández Madrid, 2011), lo cual no es un asunto menor. Si la globalización es el proceso central de este cambio y la comunicación digital juega un papel importante en ella, el papel de la investigación de comunicación cobra relevancia en nuestros tiempos.

Quizás el desafío mayor no sea comprender la comunicación digital en relación con la interpersonal y la de masas, sino ampliar la mirada y situar el estudio de la comunicación como un espacio desde el cual se

4 Hay un desplazamiento importante en los planteamientos de Manuel Castells. Entre *The information age* y *Communication power*, hay líneas de continuidad, pero también hay desplazamientos importantes. El primero se centra en la revolución informática y sus implicaciones en lo social, el concepto clave es información. El segundo se centra en las redes de poder, pero su concepto clave ya no es información, sino comunicación.

5 Cabe señalar que, todavía en 2002, en *A handbook of media and communication research*, Jensen no hablaba de estudios de comunicación, sino de estudios de medios, como una apuesta por cierta especificidad del campo en torno a la investigación de los medios.

puede aportar a la comprensión de la transición a una era que podemos llamar de muchos modos, pero que aún es nebulosa. Preguntarse por la comunicación es preguntarse por lo social.

Referencias

- Abbasi, A., & Chen, H. (2008). CyberGate: A design framework and system for text analysis of computer-mediated communication. *MIS Quarterly*, 32 (4), 811-837.
- Aldridge, M. (2001). Confessional culture, masculinity and emotional work. *Journalism*, 2 (1), 91-108.
- Aslama, M., & Pantti, M. (2006). Talking alone. Reality TV, emotions and authenticity. *European Journal of Cultural Studies*, 9 (2), 167-184.
- Attwood, F. (2009). Intimate adventures. Sex blogs, sex 'blooks' and women's sexual narration. *European Journal of Cultural Studies*, 12 (1), 5-20.
- Bakardjieva, M. (2011). Reconfiguring the mediapolis: New media and civic agency. *New Media & Society*, 1-17.
- Baym, N. (2002). Interpersonal life online. En L. Lievrouw, & S. Livingstone, *The handbook of new media*. Londres: Sage.
- Bellamy, A., & Greenfield, M. (2009). Examining African American and Caucasian interaction patterns within computer-mediated communication environments. *Journal of Technology Studies*, 35 (2), 2-13.
- Bernal Guerrero, A., & Cárdenas Gutiérrez, A. (2008). Cyberculture and learning: New processes within the framework of the globalised society. *The International Journal of Learning*, 15, 255-260.
- Bonfadelli, H. (2002). The Internet and knowledge gaps: A theoretical and empirical investigation. *European Journal of Communication*, 17 (1), 65-84.
- Boucher, E. M., Hancock, J. T., & Duham, P. J. (2008). Interpersonal sensitivity in computer-mediated and face-to-face conversations. *Media Psychology*, 11, 235-258.
- Carey, J. W. (1989). Communication as culture. *Essays on media and society*. New York / London: Routledge.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. New York: Oxford University Press.
- Castells, M. (1999). *La era de la información. Vol. I. La sociedad red*. México: Siglo Veintiuno Editores.
- Castells, M. (2008). The new public sphere: global civil society, communication networks, and global governance. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616, 78-93.
- Cheong, P. H. (2008). The young and techless? Investigating internet use and problem-solving behaviors of young adults in Singapore. *New Media & Society*, 10, 771-791.
- Cortázar Rodríguez, F. J. (2004). Visibilidad, memoria colectiva y redes sociales en comunidades electrónicas chicanas. En D. Covi Druetta, & F. Hernández Lomelí, *Internet y televisión: Una mirada a la interculturalidad* (págs. 96-109). Guadalajara: Universidad de Guadalajara, Municipio de Zapopan, Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco.
- Corvera Sánchez, A. A. (2004). Adolescentes y la internet: Los usos y la apropiación del medio como un fenómeno generacional. En D. Covi Druetta, & F. Hernández Lomelí, *Internet y televisión. Una mirada a la interculturalidad* (págs. 37-52). Guadalajara: Universidad de Guadalajara, Municipio de Zapopan, Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco.

- DeAndrea, D. C., & Walther, J. B. (2011). Attributions for inconsistencies between online and offline self-presentations. *Communication Research*, 1-21.
- Ellison, N., Hancock, J. T., & Toma, C. L. (2011). Profile as promise: A framework for conceptualizing veracity in online dating self-presentations. *New Media & Society*, 1-18.
- Escobar, A. (2005). Bienvenidos a cyberia. Notas para una antropología de la cibercultura. *Revista de Estudios Sociales*, 22, 15-35.
- Etling, B., Faris, R., & Palfrey, J. (2010). Political change in the digital age: The fragility and promise of online organizing. *SAIS Review*, 30 (2), 37-49.
- García González, I. (2004). Un día después del emerger de la generación digital en Cataluña. En R. Reguillo, C. Feixa, M. Valdez, C. Gómez-Granell, & J. Pérez Islas, *Tiempo de híbridos. Entresiglos. Jóvenes México-Cataluña* (págs. 145-155). México: Instituto Mexicano de la Juventud.
- Gimmler, A. (2001). Deliberative democracy, the public sphere and the internet. *Philosophy & Social Criticism*, 27 (4), 21-39.
- Gómez Vargas, H. (2010). Lo histórico y lo biográfico en lo mediático juvenil (transformaciones en la cultura, fans e individuaciones juveniles). *Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC*, XVII, 117-131.
- Gunthert, A. (2009). L'image partagée. Comment internet a changé l'économie des images. *Études Photographiques*, 24.
- Harlow, S. (2011). Social media and social movements: Facebook and an online Guatemalan justice movement that moved offline. *New Media & Society*, 1-19.
- Helsper, E. (2008). *Digital inclusion: an analysis of social disadvantage and the information society*. London: Oxford Internet Institute.
- Helsper, E. J. (2010). Gendered Internet use across generations and life stages. *Communication Research*, 37 (3), 352-374.
- Herkman, J. (2008). Current trends in media research. *Nordicom Review*, 29 (1), 145-158.
- Hernández Madrid, M. (2011). El conocimiento social y el compromiso del investigador en el mundo contemporáneo. *Intersticios Sociales*, 1, 1-19.
- Hodkinson, P., & Lincoln, S. (2008). Online journals as virtual bedrooms?: Young people, identity and personal space. *Young*, 16 (1), 27-46.
- Horst, H. A. (2011). Free, social, and inclusive: Appropriation and resistance of new media technologies in Brazil. *International Journal of Communication* (5), 437-462.
- Hrabe, D. P. (2005). Peplau in cyberspace: An analysis of peplau's interpersonal relations theory and computer-mediated communication. *Issues in Mental Health Nursing*, 26, 397-414.
- Huang, A. W.-C. (2009). Social tagging, online communication, and Peircean semiotics: a conceptual framework. *Journal of Information Science*, 35 (3), 340-357.
- Islas, O., & Gutiérrez, F. (2000). La ruta crítica de la cibercultura mexicana. *Anuario CONEICC de Investigación de la Comunicación*, VI, 191-214.
- Jackson, D. O. (2011). Convergent and divergent computer-mediated communications tasks in an English for academic purposes course. *The Electronic Journal for English as a Second Language*, 15 (3), 1-18.
- Jenkins, H. (2004). The cultural logic of media convergence. *International Journal of Cultural Studies*, 7 (1), 33-43.
- Jensen, K. B. (2010). Media convergence. *The three degrees of network, mass and interpersonal communication*. New York: Routledge.

Jensen, K. B. (2010). Media convergence. *The three degrees of network, mass, and interpersonal communication*. London / New York: Routledge.

Jiang, L. C., Bazarova, N. N., & Hancock, J. T. (2010). The disclosure-intimacy link in computer-mediated communication: An attributional extension of the hyperpersonal model. *Human Communication Research*, 37, 58-77.

Kalmus, V., Pruulmann-Vengerfeldt, P., Runnel, P., & Siibak, A. (2009). Mapping the terrain of "Generation C": Places and practices of online content creation among Estonian teenagers. *Journal of Computer-mediated Communication* (14), 1257-1282.

Kalmus, V., Runnel, P., & Siibak, A. (2009). Mapping the terrain of "Generation C": Places and practices of online content creation among Estonian teenagers. *Journal of Computer-mediated Communication* (14), 1257-1282.

Kropczynski, J., & Nah, S. (2010). Virtually networked housing movement: Hyperlink network structure of housing social movement organizations. *New Media & Society*, 13 (5), 689-703.

Lee, L. (2008). The impact of young people's internet use on class boundaries and life trajectories. *Sociology*, 42 (1), 137-153.

Lemos, A. (2003). Cibercultura. Alguns pontos para compreender a nossa época. En A. Lemos, & P. Cunha, *Olhares sobre a cibercultura* (págs. 11-32). Porto Alegre: Editora Sulina.

Lemos, A. (2008). Mobile communication and new sense of places: a critique of specialization in cyberculture. *Galáxia*, 16, 91-109.

Lim, J. S., & Golan, G. J. (2011). Social Media Activism in Response to the Influence of Political Parody Videos on YouTube. *Communication Research*, 1-18.

Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media & Society*, 10 (3), 393-411.

Livingstone, S. (2004). The challenge of challenging audiences: Or, what is the audience researcher to do in the age of the internet? *European Journal of Communication*, 19 (1), 75-86.

Livingstone, S., & Helsper, E. (2007). Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide. *New Media & Society*, 9 (4), 671-696.

Loader, B. D. (2008). Social movements and new media. *Sociology Compass*, 2 (6), 1920-1933.

Lull, J. (2007). *Culture-on-demand, communication in a crisis world*. MA: Blackwell.

Malin, B. J. (2011). A very popular blog: The internet and the possibilities of publicity. *New Media & Society*, 13 (2), 187-202.

Mallan, K., Ashford, B., & Singh, P. (2010). Navigating iScapes: Australian youth constructing identities and social relations in a network society. *Anthropology & Education Quarterly*, 41 (3), 264-279.

Martín-Barbero, J. (1997). De los medios a las culturas. En J. Martín-Barbero, & A. Silva, *Proyectar la comunicación* (págs. 3-22). Bogotá: TM Editores / Instituto de Estudios sobre Culturas y Comunicación / Universidad Nacional de Colombia.

Marwick, A. E., & boyd, d. (2010). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, XX (X), 1-20.

Mattelart, A. (2003). La Sociedad de la Información: El enfrentamiento entre proyectos de sociedad. *Diálogos de la Comunicación*, 67, 1-12.

Mayans i Planells, J. (2002). Género chat. *O cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio*. Barcelona: Gedisa.

- Mesch, G. S. (2011). Minority status and the use of computer-mediated communication: A test of the social diversification hypothesis. *Communication Research*, 1-21.
- Mollov, M. B., & Schwartz, D. G. (2010). Towards an integrated strategy for intercultural dialog: Computer-mediated communication and face to face. *Journal of Intercultural Communication Research*, 207-224.
- Morduchowicz, R. (2008). La generación multimedia. *Significados, consumes y prácticas culturales de los jóvenes*. Buenos Aires: Paidós.
- Ogan, C. L., & Cagiltay, K. (2006). Confession, revelation and storytelling: patterns of use on a popular Turkish website. *New Media & Society*, 8 (5), 801-823.
- Orozco, G. (2011). La condición comunicacional contemporánea. Desafíos latinoamericanos de la investigación de las interacciones en la sociedad red. En N. Jacks, A. Marroquín, M. Villarroel, & N. Ferrante, *Análisis de recepción en América Latina: Un recuento histórico con perspectivas al futuro* (págs. 377-408). Quito: CIESPAL.
- Peters, J. D. (1999). *Speaking into the air. A history of the idea of communication*. Chicago / London: The University of Chicago Press.
- Riva, G. (2002). The sociocognitive psychology of computer-mediated communication: The present and future of technology-based interactions. *Cyber Psychology & Behavior*, 5 (6), 581-598.
- Roberts, H., Zuckerman, E., Faris, R., York, J., & Palfrey, J. (2011). *The evolving landscape of internet control. A summary of our recent research and recommendations*. Cambridge: Berkman Center for Internet & Society.
- Rosen, D., Lafontaine, P. R., & Hendrickson, B. (2011). CouchSurfing: Belonging and trust in a globally cooperative online social network. *New Media & Society*, 13 (6), 981-998.
- Rüdiger, F. (2004). *Introdução às teorias da cibercultura*. Porto Alegre: Editora Sulina.
- Russell, A. (2001). Chiapas and the new news. *Internet and newspaper coverage of a broken cease-fire*. *Journalism*, 2 (2), 197-220.
- Sagástegui Rodríguez, D. (2004). Usos de la internet y comunicación intercultural. En D. Crovi Druetta, & F. Hernández Lomelí, *Internet y televisión: Una mirada a la interculturalidad* (págs. 73-95). Guadalajara: Universidad de Guadalajara, Municipio de Zapopan, Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco.
- Scolari, C. (2008). Hipermediaciones. *Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. (2009). Mapping conversations about new media: The theoretical field of digital communication. *New Media & Society*, 11 (6), 943-964.
- Shah, D. V., McLeod, J. M., & Yoon, S.-H. (2001). Communication, context, and community: An exploration of print, broadcast and internet influences. *Communication Research*, 28 (4), 464-506.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Siles González, I. (2008). A la conquista del mundo en línea: Internet como objeto de estudio (1990-2007). *Comunicación y Sociedad* (10).
- Silver, D. (2000). Introducing cyberculture. En D. Gauntlett, *Web studies: Rewiring media studies for the digital age* (págs. 19-30). Oxford University Press.
- Simi, P., & Futrell, R. (2006). Cyberculture and the endurance of white power activism. *Journal of Political and Military Sociology*, 34 (1), 115-142.
- Thorne, S. (2008). Computer-mediated communication. En N. Van Deusen, & N. Hornberger, *Encyclopedia of Language and Education* (págs. 1-12). Philadelphia: Springer Science + BusinessMedia LLC.

- Trivinho, E. (2010). Espaço público, visibilidade mediática e cibercultura: obliteração estrutural da esfera pública no cyberspace. *Revista FAMECOS*, 17 (3), 266-277.
- Van Dijck, J. (2010). Flickr and the culture of connectivity: Sharing views, experiences, memories. *Memory Studies*, XX (X), 1-15.
- Van Dijck, J. (2009). Users like you? Theorizing agency in user-generated content. *Media, Culture & Society*, 31 (1), 41-58.
- Van Manen, M. (2010). The pedagogy of Momus technologies: Facebook, privacy, and online intimacy. *Qualitative Health Research*, 20 (8), 1023-1032.
- Vizer, E. (2003). La trama (in)visible de la vida social. *Comunicación, sentido y realidad*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Warren, J., Stoerger, S., & Kelley, K. (2011). Longitudinal gender and age bias in a prominent amateur new media community. *New Media & Society*, 1-21.
- Watson, A. (2009). *The world according to iTunes: Creative project ecologies and the global urban networks of digital music production*. Recuperado el 4 de octubre de 2009, de GaWC Research Bulletin, 317.
- Wilska, T.-A., & Pedrozo, S. (2007). New technology and young people's consumer identities. A comparative study between Finland and Brazil. *Young*, 15 (4), 343-368.
- Winocur, R. (2006). Procesos de socialización y formas de sociabilidad de los jóvenes universitarios en la red. En G. Sunkel, *El consumo cultural en América Latina* (págs. 504-531). Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Yard, M. A. (2010). Cyberworld: The colonization of intersubjectivity. *Issues in Psychoanalytic Psychology*, 32 (1&2), 215-226.
- Yerbury, H. (2010). Who to be? Generations X and Y in civil society online. *Youth Studies Australia*, 29 (2), 25-32.



**Reflexiones epistemológicas en Desafíos en
el estudio de la comunicación en Internet**
Virtualis No. 6, Agosto - Diciembre 2012
<http://aplicaciones.ccm.itesm.mx/virtualis>
ISSN: 2007-2678