

ENTORNOS VIRTUALES: PRÁCTICAS FORMATIVAS Y PROFESIONALES DE COMUNICADORES SOCIALES¹.

Autor/es: EMANUELLI, Paulina, ECHEVARRÍA, Mirta, CASTAGNO, Fabiana².

Dirección electrónica de referencia: fabianacastagno@hotmail.com

Procedencia institucional: Universidad Nacional de Córdoba, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Escuela de Ciencias de la Información.

Eje temático: Las tecnologías de la información y la comunicación

Palabras clave: redes sociales digitales -formación de comunicadores sociales- prácticas profesionales

Resumen:

Los entornos virtuales transforman, construyen y propician experiencias inéditas configurando nuevos territorios o espacios de interacción, de construcción de conocimiento, de ciudadanía, en resumen de mundo. Estos profundos cambios en las formas culturales -en general- y en las prácticas de formación y profesional de comunicadores sociales -en particular- constituyen un campo problemático ineludible de abordar. En esa línea, la presente comunicación tiene por finalidad presentar el estado de avance del Programa de investigación **“Estudios sobre Sociedades y Entornos Virtuales y Digitales”** –actualmente en ejecución- que se desarrolla en la Escuela de Ciencias de la Información de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Córdoba.

Dicho Programa se propone ampliar/profundizar un corpus de conocimiento sobre los entornos virtuales y su relación con las prácticas formativas y profesionales de Licenciados en Comunicación Social para transferirlo al grado y postgrado y generar acciones de extensión e intervención en este campo considerado aún de vacancia. Conformado por cuatro proyectos, indaga, registra, analiza y evalúa -para el bienio 2012-2013- dispositivos tecnológicos emergentes en comunicación digital y la incidencia de redes sociales -con énfasis en Facebook y Twitter-. Se describen las

¹ El presente trabajo contiene reflexiones y datos que han sido parcialmente presentados en Congresos o Encuentros y otras publicaciones.

² Equipo colaborador: EGIDOS, Dionisio, DENNLER, Mercedes, ULLA, Cecilia y VIADA, Mónica.

diferentes líneas de indagación que aborda cada proyecto, aspectos teórico-metodológicos y resultados alcanzados hasta el momento.

1. Introducción

Vivimos un mundo y un tiempo transversalizado por lo virtualidad y digital, tanto que todo es o parece ser susceptible de ser digitalizado.

Las tecnologías virtuales-digitales en constante evolución, transforman, construyen, propician y reconfiguran una infinidad de experiencias vitales hasta este momento impensables. Crecen, se desarrollan, renuevan y mutan a un ritmo vertiginoso. Han transformado de manera radical los modos de acceder a la información, de conocerla o procesarla pero fundamentalmente están generando nuevos territorios o espacios de interacción, de construcción de conocimiento, de ciudadanía, en resumen de mundo. Así, se conforman verdaderas **sociedades virtuales - digitales**, de la que formamos parte, que están configurando nuevos paisajes, emocionalidades, formas de sentir, de tiempo, de relacionarse, producir, conocer, participar y trabajar. Los individuos se ven sujetos ahora a la necesidad de desarrollar nuevas estrategias para desenvolverse y crecer en estos entornos virtuales cada vez más extendidos.

A partir de la Web 2.0, se permitió a los usuarios interactuar, participar y colaborar entre sí como creadores de contenidos autogenerados. Hoy, la Web 3.0 profundiza dichos procesos con una proyección impensada.

En la Escuela de Ciencias de la Información, FDyCS, de la Universidad Nacional de Córdoba, en revisión del plan de estudios, se ha planteado en numerosas oportunidades, la necesidad de conocer sobre estas sociedades digitales, el periodismo digital, las redes sociales y todas sus implicancias. De hecho, hay equipos que conforman este Programa que ya lo han venido haciendo y generando propuestas de seminarios o proyectos de mejora de calidad en la enseñanza del grado y posgrado.

Este Programa se conformó a fin de ampliar/profundizar un corpus de conocimiento sobre “las sociedades y mundos virtuales y digitales” para transferirlo al grado, postgrado y generar acciones de extensión e intervención en este campo.

El equipo de trabajo esta compuesto: en la dirección por investigadores formados categorías II y III, el resto de los integrantes algunos son categorizados y otros

jóvenes están iniciando su formación. Los investigadores formados vienen trabajando hace tiempo con preocupaciones comunes y tienen trayectoria en transferencia, actualización y mejoramiento del grado. En este sentido, dichos trabajos, anclados académica e institucionalmente, permitieron articular los resultados con las funciones de docencia, extensión y divulgación. Estos antecedentes fueron desarrollados en la ECI, en el marco del Programa de Incentivos de la SPU, ME, a partir de 1995² hasta la fecha.

Proyectos de Investigación acreditados que integran el Programa:

1. "Periodismo digital en la formación de Comunicadores. Lenguajes y dispositivos tecnológicos de profesionales y usuarios: su incidencia en producción, distribución y recepción de la información. Enseñanza-aprendizaje: tendencias y enfoques".
2. "Formación de comunicadores sociales: redes sociales digitales y tareas académicas."
3. "Nuevas socialidades, y configuraciones de mundo entorno a las redes sociales digitales. Un estudio situado con jóvenes estudiantes".
4. "El campo de la Comunicación Institucional desde la perspectiva constructivista de Pièrre Bourdieu. Usos comunicativos internos y externos de las redes sociales digitales en contextos institucionales."

² Eficacia de un programa de enseñanza en estrategias de comprensión lectora con modalidad semipresencial. SECyT. UNC. 1995/97. Programa de enseñanza en estrategias de comprensión lectora. Eficacia e impacto en la actividad académica de los alumnos. SECyT. UNC1998 Código 05/D185.

- Tareas académicas y estrategias de comprensión lectora. Un estudio en el Nivel Superior Universitario. SECyT, UNC. 1999. Código 05/D2009
- Estrategias de comprensión lectora, tareas académicas y trayectos curriculares. SECyT UNC. 2000.
- La comprensión del texto informativo. El papel de la infografía en el periodismo gráfico actual. SECyT. UNC 2001. Código 05/D236
- Imaginario y representaciones sociales de la práctica profesional de comunicadores sociales. Aportes para la actualización de la propuesta curricular de la Escuela de Ciencias de la Información SECyT. UNC. 2003. Código 05/D282
- Estudiantes de comunicación social: orientación de acciones hacia metas académicas primera etapa 2004-2005. Secyt. UNC.05/D 331.
- Estudiantes de comunicación social: orientación de acciones hacia metas académicas Segunda etapa. 2006-2007. Secyt. UNC 05/D331
- Prácticas profesionales y representaciones sociales de comunicadores sociales egresados. Un nuevo campo: internet. Aportes a la propuesta curricular de la ECI. Año 2006-2007. Secyt. Código 05/ D332.
- Redes de alta velocidad en comunicación social: prácticas profesionales y sus representaciones sociales como marco de construcción e interpretación. Secyt UNC: Año 2008-2009. Código 05/ D407.
- El campo académico de la comunicación social: proceso de institucionalización en la escuela de ciencias de la información de la Universidad Nacional de Córdoba, desde su creación a la actualidad". Acreditado en el Programa de Incentivo a docentes investigadores del Ministerio de Educación de la Nación. Años 2010 2011. Código del proyecto 05/D455, Resolución Secyt. UNC 214/10.
- "Comunicación en la red de redes: sitios periodísticos en línea de la ciudad de Córdoba. Estrategias de captación y mantenimiento de usuarios digitales. Incidencia de las audiencias sobre la producción mediática". Acreditado en el Programa de Incentivo a docentes investigadores del Ministerio de Educación de la Nación. Años 2010 2011. Código del proyecto 05/D454, Resolución Secyt. UNC 214/10.

2 . Aspectos teórico-conceptuales

Las tecnologías digitales, y en este caso las redes sociales, atraviesan todos los procesos de comunicación social. En todas las formas e instancias del periodismo: producción, circulación, consumo y reconocimiento; en las instituciones-organizaciones, en la prácticas participativas, ciudadanas, laborales y en la educación, entre otras. La velocidad con que se desarrollan estos procesos y cierto letargo en abordarlos por parte de la academia, hacen que se constituya esta área de estudios, en área aún de vacancia en nuestra institución.

Actualmente existen más de 250 redes sociales digitales³ de diferente naturaleza; podemos encontrar redes sociales abiertas y cerradas, libres y otras por suscripción. Hay desde redes sólo para negocios a redes sociales muy particularizadas como para la tercera edad, personas encarceladas (WriteAPrisoner.com), para tejer en ganchillo (Ravelry), que se posicionan en un solo país o continente, como Multiply en Asia⁴.

Las 10 redes sociales más utilizadas⁵ son Facebook, YouTube, Twitter, Yahoo Respuestas, Hi5, MySpace, Menéame, Metroflog, Badoo y Orkut.

Cabe destacar que estos proyectos están en ejecución y sus desarrollos diversos Sin embargo, su articulación está dada por un concepto central que cohesiona el Programa: el de redes sociales digitales vinculado a la consideración de los espacios virtuales como comunidades de intracción social es el que vertebra los cuatro proyectos. Se entiende por tal a los entornos virtuales que posibilitan prácticas comunicacionales de distinto tipo entre sujetos mediadas por soportes tecnológicos-La web 2.0 permite a los usuarios interactuar y colaborar entre sí como creadores de contenido autogenerados, diferenciándose de los sitios web donde los usuarios se limitan a la observación pasiva de los contenidos creados para ellos.

A continuación se precisan aspectos conceptuales y teóricos específicos de cada uno de los proyectos que conforman el Programa.

³ Algunas redes muy particulares: redes para la tercera edad, sólo para inteligentes (www.intellectConnect.com); para quienes quieren ganar el cielo (www.lineforheaven.com); para quienes quieren dejarse el bigote (StachePassions.com); rendir tributo a sus seres queridos fallecidos (www.respectance.com); redes para vampiros, millonarios etc.

⁴ Dependiendo de los lugares de inserción, las propuestas y alcances de las redes, hay algunas que son conocidas y usadas en un continente más que en otro. Por ejemplo, Orkut que es una red social desarrollada por Google desde el 2004.

⁵ Según datos provistos por **Alexa Internet**. Alexa. The Web Information Company (2012) provee información acerca de la cantidad de visitas que recibe un sitio web.

I) “Periodismo digital en la formación de Comunicadores. Lenguajes y dispositivos tecnológicos de profesionales y usuarios: su incidencia en producción, distribución y recepción de la información. Enseñanza-aprendizaje: tendencias y enfoques”.⁶

Sobre la base de investigaciones anteriores⁷ y con el objeto de realizar aportes a la formación de Comunicadores Sociales de la Escuela de Ciencias de la Información (ECI) de la Universidad Nacional de Córdoba, se analizan lenguajes y dispositivos tecnológicos utilizados por el periodismo digital, como así también contenidos y estrategias de formación de profesionales.

La progresiva incorporación de las tecnologías de la información y de la comunicación a todos los sectores sociales contemporáneos ha provocado cambios profundos en la producción y circulación de la información periodística. El periodismo en las redes digitales representa una ruptura con los modelos convencionales de producción que se articulaban alrededor de medios como la prensa, la radio y la televisión. La descentralización de los sistemas de producción supone una pérdida parcial del comando de las cadenas de información de parte de los periodistas y significa la inserción de los usuarios del sistema como productores de contenidos. (Machado, 2007, p. 34). Cada vez más, la consolidación del periodismo en las redes depende del desarrollo de la infraestructura tecnológica y de modelos de negocios para una producción descentralizada de contenidos y un aprovechamiento de las potencialidades de las redes, de políticas públicas que reglamenten el ordenamiento de esos emprendimientos, como así también de propuestas de enseñanza y manejo de herramientas que abran paso a creativos modos de producción e inteligente aprovechamiento de fuentes novedosas (como las surgidas por la participación de los lectores).

⁶ Equipo de Investigadores: Directora: Dra. Mirta Clara Echevarría. Codirectora: Dra. Mónica María Viada. Integrantes: Magister Ana Evangelina Quiroga. Dr. Gonzalo Prudkin. Lic. Pedro I. Garelo. Lic. Virginia Digon. Lic. Melisa Klees Ruotolo. Lic. Laura Ferraro. Lic. Estefanía Pozzo, Lic. Patricia Cravero Bailetti.

⁷ * Comunicación en la red de redes: sitios periodísticos en línea de la ciudad de Córdoba. Estrategias de captación y mantenimiento de usuarios digitales. Incidencia de las audiencias sobre La producción mediática. 2010/2011. *Subsidio SECyT.*. Código 05/D454. Res 214/10 SECyT- UNC.* Periodismo digital: modelos de producción de diarios argentinos em relación con las potencialidades de Internet: Primera etapa: 2005. Res. 197/05. Segunda etapa: 2006-2207. Código 05/D330. * Red Latinoamericana para el desarrollo de software y metodologías para la enseñanza del periodismo en redes de banda ancha. Proyecto de cooperación entre tres países. 2003/2006

La investigación de la que aquí se da cuenta se asienta en tres pilares: *periodismo digital contemporáneo con sus características innovadoras; *rol de la audiencia en las innovaciones, y *enseñanza-aprendizaje del periodismo digital en la formación de comunicadores sociales. Los tres son tomados en el marco teórico de sus condiciones de producción, circulación y consumo reforzado por conclusiones de las investigaciones previas mencionadas. Por esa razón, se indagan los mecanismos discursivos anclados en dispositivos tecnológicos que dejan sus huellas en publicaciones periodísticas en línea. Toda producción está ligada a elementos extratextuales: los que aquí se desarrollan refieren exclusivamente a algunos aportes concretados a través de las tecnologías de la información; sin embargo, no se abordan como meras prácticas aglutinadoras de múltiples funciones mediáticas en los mismos aparatos. Se los concibe como parte vital de un cambio cultural que implica –como dice Jenkins- convergencia mediática, cultura participativa e inteligencia colectiva. Lo que se intenta es elaborar aportes para la formación de comunicadores sociales (específicamente de aquellos que se forman en la ECI).

La actual sociedad sociotécnica es origen y medio de un nuevo ambiente en el cual se instituye “un nuevo tipo de realidad” directamente asociada a los nuevos mecanismos de producción de sentido, en los cuales nada escaparía a sus operaciones de inteligibilidad (Neto, 2006, p. 3). La información ha ganado nuevos soportes y modificado las formas en que las personas (profesionales y usuarios) producen y buscan contenido noticioso. Redes sociales, blogs, chats, wikis, foros, repositorios multimedia (fuentes 2.0) aportan nuevas voces al debate público utilizando herramientas colaborativas. Las relaciones de interlocución entre periodistas y audiencia varían día a día (¿minuto a minuto?). “Los medios están cambiando porque el contexto en el que operan está cambiando” (Mancini, 2011, p. 18). Estas variaciones, a caballo de dispositivos tecnológicos que vinculan diversos lenguajes, producen efectos sobre las relaciones de poder y el intercambio de contenidos periodísticos. Todo lector (*prosumidor, produsuario, lectautor*) es un potencial productor y distribuidor de contenidos, no sólo por su acceso a dispositivos tecnológicos sino por su eventual cercanía a ciertos sucesos y su decisión de compartirlos. Sin embargo, esa intervención no legitima la tarea (no los “hace” periodistas). Los medios de comunicación siguen ocupando el principal lugar de visibilidad y producción de sentidos noticiosos a través de los profesionales de la comunicación. De allí la importancia de la formación de comunicadores para este

proceso de interés social y su articulación con las contribuciones del lector. Como dice Jenkins: “En vez de hablar sobre productores y consumidores de medios como ocupantes de papeles separados, podemos considerarlos como participantes interactuando de acuerdo con un nuevo conjunto de reglas” (2008, p.30).

II) “Formación de comunicadores sociales: redes sociales digitales y tareas académicas.”⁸

El proyecto indaga en torno a las prácticas e interacciones en las redes sociales digitales de ingresantes a la Licenciatura en Comunicación Social de la Escuela de Ciencias de la Información –UNC-. La idea es conocer las potencialidades que estos entornos virtuales ofrecen para su proceso de formación, cómo se inscriben en el marco de sus procesos de aprendizaje durante el primer año de la carrera. Se pretende asimismo situar dichos procesos en vínculo con las propuestas de enseñanza.

El estudio hace foco en la relación que los estudiantes generan entre las redes sociales digitales, con énfasis en Facebook, y la resolución de las tareas académicas indicadas en los espacios curriculares de ese tramo formativo. El estudio se realiza sobre aquellos estudiantes que pertenecen a la cohorte 2012 de la carrera mencionada.

Una serie de preguntas estructuran la investigación:

¿Cómo se relacionan las redes sociales virtuales, con énfasis en la red social Facebook, con los procesos de formación inicial de comunicadores sociales?

¿Qué valoración hacen de dichas redes los docentes en sus propuestas de enseñanza y los estudiantes de primer año de la carrera de comunicación social en su proceso de estudio?

¿Qué posibilidades y limitaciones se detectan en el uso de Facebook en las prácticas académicas?

El proyecto recorta el análisis de prácticas/interacciones en Facebook al momento de ingreso a la universidad por constituir una instancia de alta criticidad y complejidad en la trayectoria formativa de quienes acceden al nivel superior tal como lo indican estudios e investigaciones de los últimos diez años.

⁸ Equipo de Investigadores: Directora: Lic. Castagno Fabiana, Co-Directora: Esp. Dennler Mercedes
Integrantes: Lic. Gaiteri Jorge, Lic. Ferrer Mónica, Lic. Figueroa Pedro,
Lic. Piretro Ana Paula, Lic. Rodríguez Claudia.

En ese sentido, el estudio aborda el fenómeno desde una mirada socio-antropológica que concibe esta problemática como un complejo proceso de inserción/inscripción de un nuevo miembro a una comunidad, lo que le demanda un aprendizaje de su cultura, sus reglas y códigos muchas veces implícitos.

En esa línea de exposición, el concepto de alfabetización académica (Carlino, 2005) constituye un eje vertebrador del trabajo. También para mirar al estudiante “recién llegado” a la comunidad universitaria, y en forma complementaria, se aborda la noción de alfabetización digital como una disposición o configuración cultural que ellos/ingresantes traen y con la cual intentan jugar/ resolver esa nueva/extraña situación (Bukingham, 2007).

Tanto la alfabetización académica como la digital son concebidas en la investigación como formas culturales que se encuentran/dialogan/ tensionan en las mismas experiencias de quienes acceden a la educación superior produciendo redefiniciones como estudiante universitario. Se retoma así el concepto de oficio de estudiante en cuanto reconstrucción que el ingresante debe rearmar en este nuevo espacio (Vélez, 2003 y Ortega, 2011). Desde esta perspectiva, el fenómeno indagado implica una reconfiguración identitaria.

De esta manera, se busca poner en relación las prácticas/interacciones en Facebook con prácticas de estudio, específicamente la resolución de tareas académicas que las cátedras demandan a los alumnos durante el cursado del primer año, y su papel en la construcción de sus trayectorias formativas iniciales.

III) “Nuevas socialidades y configuraciones de mundo entorno a las redes sociales digitales. Un estudio situado con jóvenes estudiantes”.⁹

Muchos de los procesos comunicativos actuales se producen en una red intertextual, mediada por diversas tecnologías; allí se sitúan prácticas y discursos sociales de distinta naturaleza. En el territorio donde se mueven, fluyen, filtran, exudan y deslizan las tecnologías digitales, se transforman: espacio, tiempo, relaciones, emociones, trabajo y sentidos. Se crea una configuración cultural de mundo que

⁹ Directoras: Dra. Paulina B. Emanuelli - Lic. Cecilia Ulla (doctoranda). Integrantes: Dra. Claudia Ardini - Mgter. Laura Vargas –Lic. Isabel Ortúzar (doctoranda) - Lic. Cecilia Redolfi -Lic. Marta Masera – Dda. Luciana Trimano - Lic. Zulma Zárate - Mda. Angelina Calderón - Lic. Mariana Rey - Lic. Mariana Ferrari – Mda. Carolina Massetti - Lic. Belén Manzanares - Lic. Ana Clara Altieri - Lic. Luciano Moroni -Lic. Lucas Valdes – D. G. Soledad Moreno-

incide en la comprensión y percepción que tienen los sujetos del mundo en el que interactúan. Es una nueva forma de intercambio simbólico y construcción de relaciones interpersonales dentro de un grupo específico, en este caso la juventud, que va a constituir un nuevo mundo compartido y construido por sus miembros en base a las representaciones sociales e imaginarios colectivos hegemónicos.

Este proyecto se propone indagar en relación al uso de las redes sociales digitales en particular Facebook y Twitter, los siguientes interrogantes:

¿Cómo son las configuraciones culturales de mundo de los estudiantes que transitan hoy, en la Escuela de Ciencias de la Información, Universidad Nacional de Córdoba?

¿Cómo se son los procesos de socialidad y qué características se manifiestan en las formas de relación entre los jóvenes estudiantes?

¿Qué cosmovisión tienen estos jóvenes del espacio, tiempo, territorio, trabajo, relaciones, emociones y valores hegemónicos?. ¿Cómo se relacionan entre sí estos actores sociales en su mundo y con el mundo de los otros?

¿De que manera pueden generarse prácticas educativas inclusivas que, dando cuenta de estas cosmovisiones, optimicen el trabajo académico?

¿En que medida el uso de las redes sociales digitales Facebook y Twitter inciden en el proceso de inclusión a la vida universitaria?

Esta propuesta de trabajo intenta aceptar la invitación que realiza Carlos Scolari de “*activar una escucha teórica diferente, mucho más cauta y crítica*” (Scolari, 2008).

IV) “El campo de la Comunicación Institucional desde la perspectiva constructivista de Pierre Bourdieu. Usos comunicativos internos y externos de las redes sociales digitales en contextos institucionales.”¹⁰

El campo objeto de estudio es el de la Comunicación Institucional y sus prácticas comunicativas relacionadas con los usos de redes sociales digitales. Las organizaciones –sea cual fuere su sector de pertenencia- producen y consumen información y sentidos y la posesión de éstos se ha constituido en la actualidad en un verdadero factor de poder, de acumulación de capitales cultural y simbólico. Los consumidores –en tanto públicos de las instituciones- tienen cada vez más

¹⁰ Director: Mgter. Dionisio Francisco Egidos (doctorando). Integrantes: Lic. Lilian Vivian Páez (doctoranda) - Lic. María Fernanda Cárcar (doctoranda) – Lic. María Soledad Miguel – Lic. Guadalupe Guezuraga – Lic. Lorena Riera.

protagonismo y les exigen a las organizaciones e instituciones que mantengan un diálogo permanente con su entorno.

El campo de la comunicación institucional podría pensarse –en términos de Bourdieu- como un espacio de lucha por definir lo legítimo en la producción y distribución de información y sentidos.

La Comunicación Institucional se configura hoy en un elemento imprescindible –y por cierto de una complejidad creciente- para la identidad y la consolidación de las organizaciones, permitiendo que éstas instauren sentidos en el contexto social. Por todo esto, se hace necesario el estudio de los usos actuales de las redes sociales digitales en contextos institucionales-organizacionales de nuestro medio.

3. Aspectos metodológicos

Inicialmente la propuesta de trabajo se pensó desde una mirada de pluralismo metodológico, desde la perspectiva cualitativa y socio – antropológica, fundamentalmente.

Aunque queda claro que cada equipo, dentro de ese marco, realizó su adecuación y construcción teórico- metodológica de acuerdo al propio objeto de estudio.

Como trabajo en conjunto y más allá de la elaboración de cada equipo de investigación, se prevé la triangulación de datos, teórica y metodológica según los objetos de estudio y la construcción teórica que se produzca.

Asimismo, como otra característica del Programa es de señalar la finalidad de los conocimientos generados, tanto como aporte al Plan de Estudios de la Escuela de Ciencias de la Información, como para la capacitación de graduados, y actividades de extensión con instituciones y medios de comunicación.

l) Periodismo digital en la formación de Comunicadores. Lenguajes y dispositivos tecnológicos de profesionales y usuarios: su incidencia en producción, distribución y recepción de la información. Enseñanza-aprendizaje: tendencias y enfoque

El registro, análisis, descripción y evaluación de calidad y vigencia de los dispositivos se realiza a partir de metodologías convergentes. Este “eclecticismo metodológico” vincula *análisis de contenido –de informaciones periodísticas y de estrategias de promoción de consumo-, *tipología de publicaciones –casilleros-,

*análisis discursivo para ubicación e interpretación de efectos, rastreo de fuentes como causa y/o efecto de producciones, *encuestas y entrevistas estructuradas y semiestructuradas, e * investigación-acción participativa por cuanto este trabajo tiene transferencia a un seminario (“Herramientas digitales para comunicadores”) que, a su vez, aporta insumos al equipo de investigación.

Debido a las limitaciones de espacio, sólo se mencionan las temáticas sobre las que se ha profundizado, con análisis de casos específicos y cuyas conclusiones se han difundido en congresos nacionales e internacionales:

- Cibercultura. Comunicación digital y su incidencia en la profesión del comunicador. Lenguaje multimedial.
- Periodismo digital en provincia de Córdoba: sus tipos en la web. Estrategias diferenciales de contenido por canal, como herramientas de fidelización de lectores.
- Noticias in-crescendo. Periodismo en tiempo real y actualidad múltiple. Información viva: de alerta a noticia en evolución.
- Redes sociales, participación de las audiencias. Comentarios. El papel del Comunicador.
- Narrativas en la web. Storytelling, storify. Crowdsourcing. Incidencia de las herramientas digitales en producción, gestión y consumo de contenidos periodísticos.
- Periodismo digital y su enseñanza. Apropiación y uso de herramientas digitales. Formación del comunicador: tendencias, enfoques.
- Radios comunitarias online.

II) “Formación de comunicadores sociales: redes sociales digitales y tareas académicas

La investigación efectúa un recorte particular en el estudio de entornos virtuales y procesos de formación de comunicadores: la instancia del ingreso a la carrera. En consecuencia se delimitó para el estudio los espacios curriculares que conforman el Primer año de la Licenciatura en Comunicación Social. Las unidades de observación para cumplimentar los objetivos son las tareas académicas propuestas por las cátedras de primer año y los estudiantes que ingresan en 2012 y cursan los espacios curriculares correspondientes a ese tramo de la carrera y las

intervenciones que efectúan en Facebook, Se trabaja con una metodología cualitativa que incluye el diseño y utilización de entrevistas en profundidad y análisis de cuentas en dicha red virtual

Se desarrollaron hasta el momento diferentes acciones previstas en el cronograma tales como: revisión bibliográfica, construcción de marco teórico, diseño y aplicación de instrumentos a estudiantes y responsables de las cátedras de primer año de la carrera, procesamiento y análisis de datos.

A partir del trabajo de campo con la utilización de entrevistas realizado durante el año 2012 y primer trimestre de 2013, se determinaron categorías de análisis para trabajar los datos obtenidos, a saber: orientación o finalidad asignada a la interacción/ práctica, en dicha red, tiempo, regulación de los intercambios entre los participantes, mecanismos de legitimación de la cuenta, tipo de vínculo según el entorno, trabajo colaborativo.

Asimismo se formuló un analizador para realizar una exploración de aquellos perfiles de Facebook que aparecieran referenciadas por profesores y estudiantes entrevistados, tarea que está actualmente en ejecución. Se identificaron nueve cuentas y se definieron diferentes descriptores para hacer un abordaje exploratorio y preliminar: origen/administración de la cuenta, número de participantes, número de visitas y se establecieron cuatro períodos para focalizar las interacciones durante el cursado del primer cuatrimestre. Sobre la base del análisis de este corpus se pretende profundizar en algunas cuentas con mayor profundidad.

III) “Nuevas socialidades y configuraciones de mundo entorno a las redes sociales digitales. Un estudio situado con jóvenes estudiantes

La metodología se basa en una combinación de estrategias cuantitativa y fundamentalmente cualitativa que permitirá un mejor conocimiento de la población a estudiar y construcción del objeto de estudio.

En la primera etapa del proyecto, realizada en 2012, se desarrollaron diferentes tareas. Se abordó la revisión, análisis, discusión e integración de la bibliografía para la elaboración del marco teórico, conceptual y referencial. Si bien esta tarea acompañará buena parte del proceso total, es fundante para la elaboración de los ejes de indagación correspondientes a las categorías de análisis de la segunda etapa. A tal fin, se realizaron seminarios internos de integración y discusión teórico -

conceptual. Estos seminarios internos abordaron los siguientes ejes: A) Estado de las Ciencias Sociales y la Comunicación: la cuestión teórica - epistemológica. B) Caracterización de la mentalidad de la época. Redes sociales situadas, económica, cultural y políticamente. C) Configuraciones culturales y socialidad. Incertidumbre e inclusión universitaria.

También se realizó la confección de un diario de consumo de las redes sociales (Facebook y Twitter) por parte de los integrantes del equipo de investigación, cuyo objetivo fue para reflexionar sobre sus propias prácticas y usos de las redes sociales.

En el cuestionario que se aplicó en el año 2012 se solicitó a los estudiantes su acuerdo y disponibilidad para participar como informantes clave en el proyecto de investigación. Esta información ha sido necesaria para la segunda etapa de este trabajo pues permitió definir los casilleros tipológicos correspondientes para los estudios de caso a los que se aplica la técnica de 'entrevistas no estructuradas' con disparadores según ejes establecidos.

El estudio continua en la actualidad con entrevistas colectivas y/o grupos de discusión, según la necesidad de profundizar algunos ejes de indagación.

Las unidades de observación para cumplimentar los objetivos son estudiantes de primer año. Como dispositivo muestral para la muestra no probabilística se trabajó en el diseño de casilleros tipológicos para el rastreo de las "configuraciones culturales de mundo" y "procesos de socialidad". La segunda etapa se encuentra en ejecución.

IV) "El campo de la Comunicación Institucional desde la perspectiva constructivista de Pièrre Bourdieu. Usos comunicativos internos y externos de las redes sociales digitales en contextos institucionales.

Se ha delimitado el universo de la investigación a organizaciones medianas (más de 50 y hasta 200 miembros). Asimismo, interesa establecer comparaciones entre los tres sectores, y por ello se incluyen organizaciones públicas, privadas y ONG - asociaciones civiles sin fines de lucro.

El objetivo general del proyecto es aproximarse al conocimiento de la modalidad que asumen las prácticas relacionadas con el uso de las redes sociales digitales (en particular Facebook y Twitter) en los distintos ámbitos comunicacionales (interno y

externo) de organizaciones medianas de los diferentes sectores institucionales, en la actualidad, en la ciudad de Córdoba.

Además, se pretende realizar un aporte de conocimientos específicos y modalidades de estudio de la problemática al campo académico de la UNC. Por último, es intención transferir conocimiento a las organizaciones a los fines de visibilizar la situación actual y las potencialidades de sus prácticas relacionadas con los usos de redes sociales.

Desde el punto de vista metodológico, se trabaja principalmente –pero no exclusivamente- con la perspectiva cualitativa. La triangulación a nivel de técnicas de recolección de datos enriquecerá el abordaje del objeto de estudio.

En la primera etapa (2012) se realizó un trabajo de lectura y análisis reflexivo de los textos pertinentes de Pierre Bourdieu y de otros autores que comparten su perspectiva teórica y epistemológica. Además, se realizó un sondeo exploratorio para determinar los casos de organizaciones medianas que se encuentran en estudio, etapa actualmente en desarrollo.

4. Resultados alcanzados y/o esperados

Se expone a continuación resultados correspondientes solo a una etapa inicial de trabajo común a todos los proyectos del Programa durante la cual se hizo foco en el análisis de diferentes aspectos presentes en las redes sociales digitales: Facebook y Twitter principalmente¹¹.

Con el objeto de explorar datos fácticos, preferencias, usos de redes sociales digitales de jóvenes estudiantes, para conocer características de la población en terreno, se realizó una encuesta por cuestionario a jóvenes ingresantes a la Escuela de Ciencias de la Información en el año 2012¹².

¹¹ En esta primera etapa se realiza un recorte por factibilidad y tiempo por lo que no se abordarán como objetos estudio ni YouTube ni otras redes sociales digitales sumamente importantes.

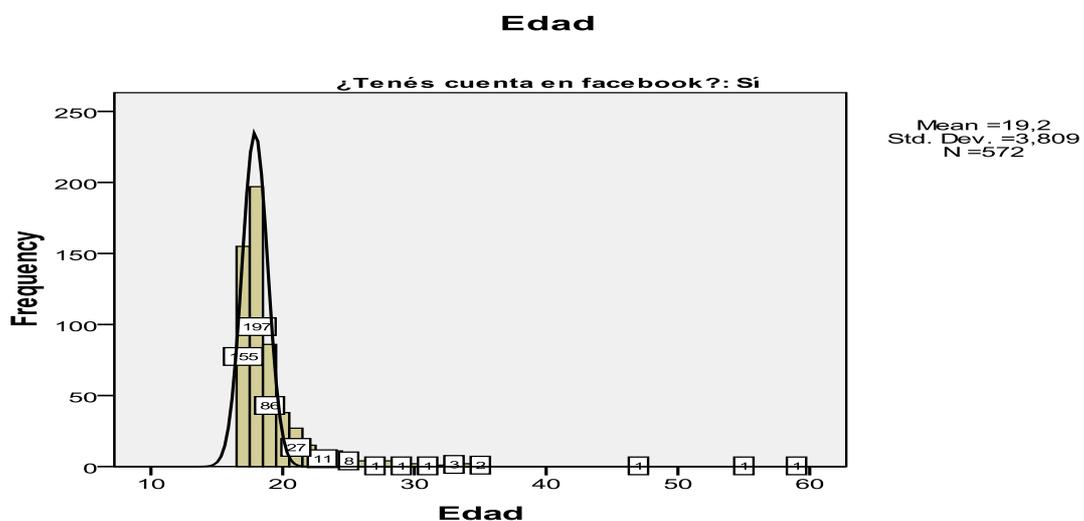
¹² La encuesta se administró en la primera clase pública no obligatoria de apertura de la cohorte 2012 y está constituida por 590 cuestionarios válidos respondidos. El marco muestral está compuesto por la totalidad de matriculados en el sistema Guaraní del año 2012. En particular, el interés se centró en estudiar las características que adopta el uso de las redes sociales Facebook y Twitter por parte de ingresantes a la ECI, UNC, año 2012. Se trabajó con el programa SPSS versión 17. El análisis descriptivo constó de dos etapas. La primera implicó arrojar tablas independientes por cada variable estudiada. Además, requirió del análisis por separado de las variables cuantitativas y/u ordinales en términos de su media, mediana, moda y desviación estándar. Luego, en una segunda etapa se intentó llegar a un nivel correlacional de análisis. Los resultados preliminares mostraron la ausencia de asociación entre las variables principales. Se realizaron tablas de contingencia para conocer si existía asociación o no entre la variable sexo y uso de Facebook; la variable sexo y

Acerca de los ingresantes

- **Género de los participantes** (sobre 590 cuestionarios válidos respondidos):
La mayoría de los ingresantes encuestados son mujeres (58%).

- Edad

El grupo más numeroso de estudiantes tiene 18 años. En promedio tienen 19 años. Si bien hay dispersión, no es tan alta. Existen algunos valores extremadamente altos en la cola derecha de la distribución: es el caso de tres personas de entre 47 y 59 años.



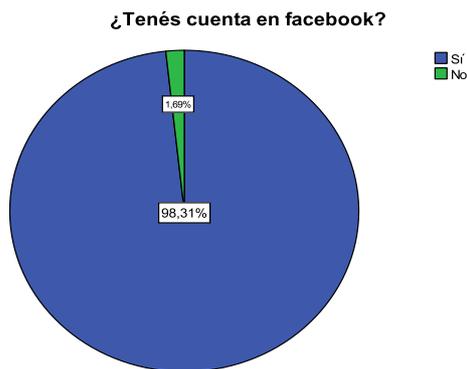
- Lugar de procedencia

El 51% es de Córdoba Capital; ¼ del 50% restante es de la Provincia de Córdoba. Otro 9% son estudiantes de La Pampa, Misiones, Neuquén y Jujuy. Un 5% está compuesto por estudiantes de Río Negro, Salta, Tierra del Fuego, Catamarca y Perú.

Sobre el uso de Facebook

De un total de 590 ingresantes, la casi totalidad **-un 98%- tiene cuenta en él.**

uso de Twitter. Al no encontrar diferencias significativas entre el uso que hacen ambos sexos, no se realizó ningún Test Chi Cuadrado. La simple lectura de las tablas indica que no hay asociación entre variables.



- Cantidad de contactos

Los ingresantes tienen en promedio 651 contactos. El grupo más numeroso de alumnos tiene 500 contactos. La desviación estándar es altísima debido a la gran dispersión de los datos. Existen algunos valores extremos, como el caso de un estudiante que tiene 5000 contactos. A continuación se presentan resultados para aquellos que poseen Facebook.

Ingresantes que poseen Facebook

- Frecuencia de uso de Facebook

De **580 ingresantes que tienen cuenta en Facebook**, el 72% (casi $\frac{3}{4}$ del total) señaló que ingresa a su cuenta diariamente. Mientras tanto, un 21% indicó utilizarlo más de tres veces por semana.

- Conexión a Facebook

La mitad, un 53%, mantiene abierta la conexión cada vez que ingresa a la cuenta. La casi otra mitad (un 43%) deja abierta la conexión "a veces". Los argumentos que planteó este segundo grupo fueron que, por razones de seguridad, prefieren cerrar la cuenta cada vez que terminan una sesión.

- Cantidad de horas que dedican al Facebook cada vez que se conectan

La mitad más uno -un 51%- señaló dedicarle al Facebook menos de dos horas en cada oportunidad de conexión. Un segundo grupo numeroso, un 27% indicó que dedican a esta red de entre dos y cuatro horas. Solo un 5% señaló estar conectado más de seis por vez. Estos datos son llamativos si se tiene en cuenta la cantidad de contactos que poseen (ver más abajo). Por la cantidad de contactos que poseen, el

investigador supone, en primera instancia, que dedican más horas de tiempo en cada oportunidad de conexión.

- Soportes tecnológicos principalmente utilizados para la conexión

En este apartado se analiza la manera en que utilizan los soportes tecnológicos para conectarse. Se les pidió a los estudiantes que jerarquizaran del 1 al 3 los soportes que más utilizaban, en función del más usado (1) al menos usado (3).

- Soporte utilizado en primer término

Más de la mitad -un 65% de ingresantes- señaló que se conecta a Facebook principalmente a partir de una computadora en su casa. Mientras tanto, un significativo 22% indicó que se conecta fundamentalmente por celular.



- Soporte tecnológico utilizado en segundo lugar

Las tendencias observadas muestran que, en segundo lugar, los estudiantes ubican fundamentalmente a la computadora en casa (un 21%), computadora en casa de amigos (un casi 20%) y al celular (un 16%). Si bien en este caso la computadora familiar sigue estando en primer lugar, le sigue inmediatamente la computadora en casa de amigos, y muy cerquita, el celular. Tampoco hay que obviar que un 33% de estudiantes no eligió un segundo soporte. Es decir, utilizan primordialmente o la computadora en su casa o el celular.

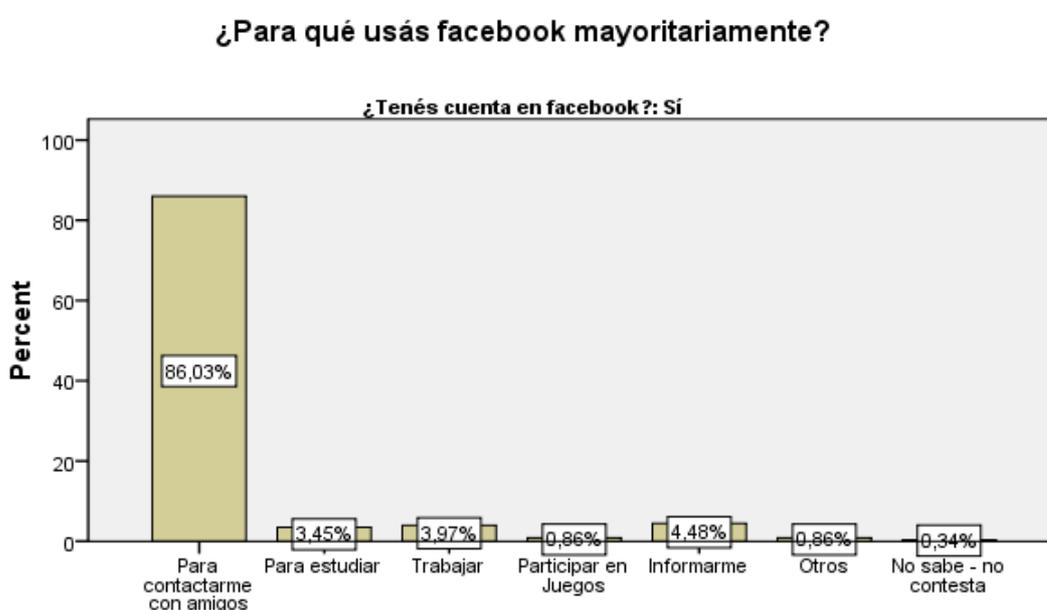
- Soporte utilizado en 3º lugar...

Solo 265 ingresantes de los 580 mencionaron que utilizan un tercer medio para conectarse. Del 46% de ingresantes que ranqueó a los soportes que usan en tercer lugar para conectarse, un 17% indicó que se conecta desde computadoras en casa de sus amigos; otro 10% desde su celular y un 7% desde un cyber. Llama la

atención que más de la mitad de los sujetos se conecta en primer término desde una computadora en su casa; en segundo término, también desde una computadora en la casa y por último desde computadoras en casa de los amigos.

- ¿Para qué usan Facebook?

Cerca de la totalidad -un 86%- de los 580 ingresantes dice usar Facebook prioritariamente para contactarse con sus amigos. Cerca de un 5% entiende que su uso está asociado a la necesidad de informarse y otro 4% dice utilizarlo para trabajar. Interesante es que 23 ingresantes utilizan este medio fundamentalmente para su trabajo.



¿Para qué usan Facebook en segundo lugar?

285 ingresantes (un 49% del total de 580 que tienen cuenta en Facebook) ubicó en un segundo lugar a la opción “Uso Facebook para informarme”. Luego, otro 23% señaló, en cambio, que en un segundo lugar lo utiliza para estudiar. Por otra parte, resulta interesante observar que 26 personas (un número casi igual que en el caso anterior) indicó que utiliza esta red, en segundo término, para trabajar. Al menos 57 personas utilizan Facebook para trabajar.

- ¿Para qué usan Facebook en tercer lugar?

Por último, los ingresantes indicaron que utilizan Facebook también para:

- Informarse (18%)
- Estudiar (16%)

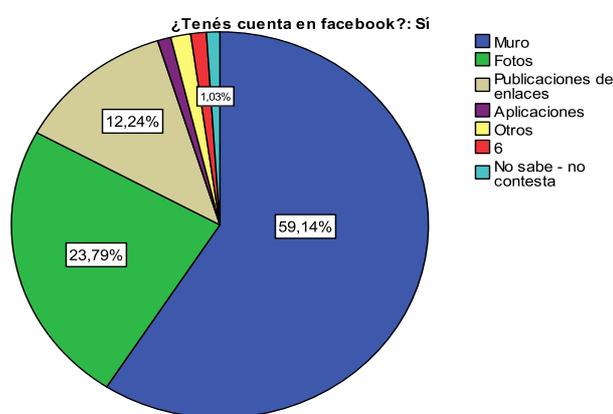
- Otros (10%). En este grupo se ubican aquellos que indicaron usar Facebook fundamentalmente para para bajar música, chatear, bajar links.

Llama la atención que el Facebook no es utilizado solo para contactarse con los amigos sino que es utilizado, además, para informarse, estudiar y trabajar.

- Sección de Facebook más utilizada...

El 59% de los sujetos señaló que el Muro es la sección más utilizada del Facebook. Mientras tanto, casi $\frac{1}{4}$ señaló que utilizan con mayor frecuencia la sección fotografías, y un 12% las publicaciones de enlaces.

¿Qué partes del facebook usás con mayor frecuencia?



- Criterios de elección de amigos

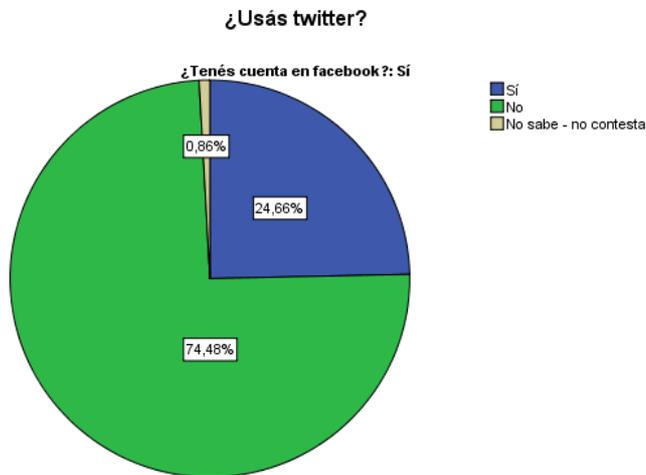
El 87% de los 580 ingresantes que utilizan Facebook señalaron que eligen sus amigos facebookeros porque son amigos de la vida cotidiana, amigos de amigos o porque son conocidos de conocidos, o familiares. Mientras, un 5% indicó no tener ningún criterio particular para elegir los amigos y un 3% señaló que elige a sus amigos a partir de la revisión de la información que encuentran de los contactos en los perfiles: si encuentran que hay gustos e intereses comunes, entonces los eligen.

- A quiénes NO aceptan como amigos

Es interesante ver los criterios que usan los estudiantes para no aceptar determinados contactos. En primer término no están dispuestos a aceptar desconocidos como contactos (un 80% de un total de 580 sujetos). Luego, aparecen de manera paralela y en segundo lugar la cuestión de que o no tienen ganas de aceptar a quienes no les caen bien, no les agrada o no les interesa (un pequeño 4%) o a aquellos que tiene pocos o ningún contacto en común.

Sobre el uso de Twitter

De 580 sujetos $\frac{1}{4}$ señaló que usa Twitter. Solo 1 de los 10 sujetos que no tienen cuenta en Facebook usa Twitter.



- ¿Para qué usan Twitter?

El 77% de los sujetos encuestados no respondió a esta pregunta. Hubo unos pocos casos en los que si bien habían indicado tener cuenta en Twitter, no señalaron el motivo de uso.

El grupo más numeroso de ingresantes que respondió a esta pregunta (un 14%) explicó que usa Twitter para informarse. El segundo grupo, significativamente menor, de apenas un 4%, señaló que le interesaba usar Twitter para contactarse con sus amigos y/o “chusmear”. El interés por “chusmear” resulta recurrente en los cuestionarios.

Luego, 15 sujetos, un 2,5% del total de 580 facebookeros, señaló que usa Twitter muy especialmente para seguir de cerca la vida de los famosos.

De 342 mujeres, solo un 25% tiene una cuenta en Twitter. Mientras que de un total de 248 varones, un 23% tiene también cuenta en esta red social. Los porcentajes están casi empatados.

- ¿Cuántas veces por semana usan Twitter?

Mientras el 12% de sujetos ingresa entre una y tres veces semanales a Twitter, el restante 11% ingresa entre cuatro y los siete días por semana.

- ¿Con quiénes se conectan?

Con relación a esta pregunta, importante es destacar que de 580 facebookeros, casi $\frac{3}{4}$ no respondió. Un 14% indicó que se conectaba con amigos cercanos; otro 3% con

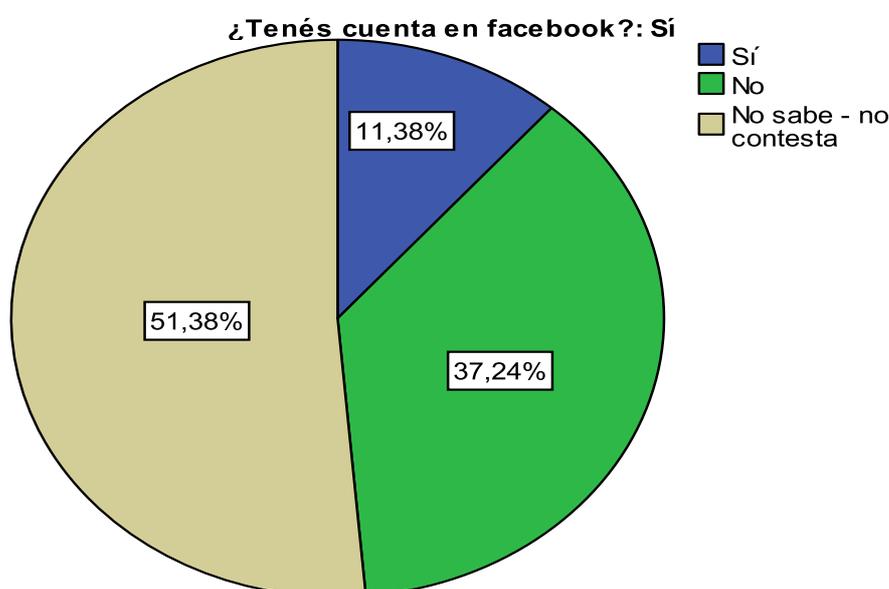
amigos y familiares; y otro 3% con amigos, famosos, artistas, deportistas y/o figuras públicas.

Ingresantes y uso de otras redes sociales virtuales

-¿Están en otras redes sociales?

De 580 facebookeros, solo un 11% está en otras redes sociales. Las redes que mencionaron principalmente son: Skype; Google+; YouTube; Blogs; Messenger.

¿Estás en otras redes sociales?



Como cierre, se considera oportuno mencionar que el avance de cada uno de los proyectos que conforman el Programa en la construcción de un corpus empírico, el las categorías de análisis elaboradas, el procesamiento y análisis, como así también los intercambios/discusiones realizados entre sus integrantes permite ir identificando puntos de encuentro en torno a ese macro concepto que los articula: el de redes sociales digitales. Al mismo tiempo, aparecen matices, precisiones, diferenciaciones e interpretaciones de las prácticas y sujetos estudiados con y en los entornos virtuales como genuinos territorios de construcción de cultura en cada uno de los ámbitos en el que cada proyecto hizo foco.

5. Bibliografía

- Alonso G. y Arébalos A. (2009). *La revolución horizontal. El poder de la comunicación en manos de la gente*. Ediciones B. Buenos Aires.
- Bowman S. y Willis C. (2003). *Nosotros, el medio: cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información*. The Media Center of the American Press Institute. Recuperado el 23/09/2011 <http://www.hypergene.net/wemedia/espanol.php>
- Bauman, Z. (2003) *Modernidad líquida*, Fondo de Cultura Económica, México DF.
- (2005) *Amor Líquido. Acerca De La Fragilidad De Los Vínculos Humanos*. Fondo de cultura económica, México DF.
- (2011) *Daños colaterales. Desigualdades sociales en la era global*. Ed. FCE. Buenos Aires.
- (2007). *Identidad*. Buenos Aires: Lozada.
- Bourdieu, P. (1988) *Cosas Dichas*. Ed. Gedisa 1Bs. AS. 1987.
- Briggs M. (2007). *Periodismo 2.0. Una guía de alfabetización digital*. Versión en español: Centro Knight para el Periodismo en las Américas. Universidad de Austin, Texas. Recuperado el 08/06/2009 www.knightcenter.utexas.edu/Periodismo_20.pdf .
- Bukingham, D. (2008). *Más allá de la tecnología. Aprendizaje infantil en la era de la cultura digital*. Buenos Aires: Manantial.
- Burbules, N. y Calister, T. (h). (2001). *Educación: riesgos y promesas de las nuevas tecnologías de la información*. Madrid: Granica.
- Canavilhas J. e Ivars-Nicolas B. (2012). "Uso y credibilidad de fuentes periodísticas 2.0 en Portugal y España". Revista *El profesional de la información*. Volumen 21. Number 1/ January February 2012. Disponible en: <http://www.elprofesionaldelainformacion.com>. Fecha de consulta: 15/04/2013.
- Carlino, P. (2005) *Escribir, leer y aprender en la universidad. Una introducción a la alfabetización académica*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- (2006). "La escritura en la investigación", Documento de trabajo N° 19, Buenos Aires: Universidad de San Andrés.
- Carrillo Durán, M. V., Castillo Díaz, A. y Gómez Cabranes, L. (2006) *Las Nuevas Tecnologías al Servicio de la Comunicación Empresarial. Marco Teórico y Resultados de la Investigación Empírica*, Hologramática- Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Lomas de Zamora, Año 3, N° 4 (VI), 2006, p. 36, recuperado en www.hologramatica.com.ar el 12-09-2008.

Castells, M. (2001) *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresas y sociedad*. Plaza y Janés, Barcelona, 2001.

Castorina, J. A. (2007) La “configuración” de los procesos civilizatorios, la “mentalidad histórica” y las “representaciones sociales”. Algunas convergencias y diferencias. en *X Simposio Civilizador* 1 al 4 de abril 2007. Campinas, Brasil.

Collis B. y Moonen J. (2011). “Flexibilidad en la educación superior: revisión de expectativas”. *Revista Comunicar. La Universidad Red y en Red. Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*. Nº 37Vol. XIX. 2º Semestre. Octubre de 2011. Andalucía.

Cuerva J. (2007). *La nueva web social: blogs, wikis, RSS y marcadores sociales*. Educación-Observatorio Tecnológico Cnice. Ministerio de Educación. España. Recuperado el 03/03/2008. Disponible en <http://observatorio.cnice.mec.es/modules.php?op=modload&name=News&file>

Duby, G (1974): *Historia social e ideologías de las sociedades*, en P. Nora (Ed.), *Hacer la Historia*. Editorial Laia. Barcelona.

Emirbayer, M. y Johnson, V. (2007) *Bourdieu y el Análisis Organizacional*. Springer Science +Business Media B.V. 2007. Publicado online: 9 de enero de 2008.

Feixa, C. (2006) *GeneraciónXX. Teorías sobre la juventud en la era contemporánea*. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud.Vol.4,N2.

Franco G. (2010). *Necesidades de formación para medios digitales en América Latina*. Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado el 21/06/2009. Disponible en www.ediciona.com/

Fuentes Navarro, R. (2001) *Exploraciones teórico-metodológicas para la investigación sociocultural de los usos de internet* en Vassallo de Lopes y Fuentes Navarro (comps.) “Comunicación: campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas”. ITESO. México, 2001.

Fumero A. y Roca G. (2007). *Web 2.0*. Fundación Orange España.

Grimson, A. (2011) *Los límites de la cultura*. Siglo XXI Editores S.A.. Bs. As.

Jenkins H. (2008). *Convergence cultura. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación social*. Paidós Comunicación. España.

Libro Blanco del IAB (2009) *La comunicación en Medios Sociales*. Edipo. Madrid. 2009.

Maffesoli, M. (1990) *El tiempo de las tribus*. Icaria. Barcelona.

Mancini P. (2011) *Hackear el periodismo:Manual de Laboratorio*.La Crujía. Buenos Aires.

Martín Barbero, J. (2002) *La globalización en clave cultural: una mirada latinoamericana*, Departamento de estudios socio culturales. ITESO, Guadalajara, México.

----- (2003). *La educación desde la comunicación*. Buenos Aires, Norma.

-Mattelart, Armand (2000) *Historia de la utopía planetaria. De la ciudad profética a la sociedad Global*. Paidós . Barcelona. España.

Orihuela J. (2008). "Internet: la hora de las redes sociales". En *Ecuaderno.com*.
 Disponible en: <http://www.ecuaderno.com/2008/10/14/la-hora-de-las-redes-sociales/>
 Fecha de consulta: 15/04/2009.

Ortega, F. (Comp.) (2011). *Ingreso a la universidad. Relación con el conocimiento y construcción de subjetividades*. Córdoba: Ferreyra Editor:

Palacios M. y Díaz Noci, J. (Eds.). (2007) *Ciberperiodismo: Métodos de investigación. Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada*. Salvador de Bahía.

Palacios M. (org) (2011). *Ferramentas para análise de Qualidade no Ciberjornalismo (Volume 1: Modelos)*. LabCom Books. UBI. Covilha, Portugal.

Piscitelli A., Adaime I. e I. Binder(comp.). (2010). *El Proyecto Facebook y la posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*. Madrid: Ariel. <http://bit.ly/hBiT2c>

Piscilteli A. (2011). *El paréntesis de Gútemberg. La religión digital en la era de las pantallas ubicuas*. Buenos Aires: Santillana.

Reguillo, R. (2001) *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Norma. Bs. As.

Scolari, C. (2008) *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Editorial Gedisa. Barcelona.

Vélez, G (2003). *Aprender en la Universidad. La relación del estudiante con el conocimiento*. Serie Documentos de Trabajo. Río Cuarto: Universidad Nacional de Río Cuarto.