

Comunicación 3G y Videonet: la teoría desde las prácticas actuales

Eje temático: Escenarios digitales

Autor

Gustavo Alejandro Iovino
giovino@ucasal.net

Resumen

Los usos cotidianos y las prácticas comunicacionales están cambiando vertiginosamente.

El desarrollo del ancho de banda en las prestaciones de telecomunicaciones, el crecimiento notable de los dispositivos digitales móviles –desde las computadoras portátiles hasta las tablets y phablets, pasando por los smartphones-, y la cada vez mayor participación de usuarios nacidos a partir de la década del noventa, inciden en un nuevo panorama comunicacional de alcance planetario que bien podría denominarse como Comunicación de tercera generación.

Esta nueva modalidad de comunicación convive, a la vez que hereda y supera, a las dos generaciones anteriores, marcada la primera por su carácter masivo y netamente concentrador y la segunda por incorporar mayor diversidad al sistema a través de una multiplicidad de potenciales emisores, aunque sosteniendo un modelo unidireccional y de concentración en pocas manos de las unidades de producción y distribución de contenidos.

Por otra parte el crecimiento exponencial en la producción y consumo de video en Internet, a partir principalmente del lanzamiento de la plataforma Youtube en 2005, facilita la consolidación de la figura del prosumidor (productor a la vez que consumidor)

www.panam2013.eci.unc.edu.ar | www.eci.unc.edu.ar

Tel.: +54 351 4334160 int. 103.

Av. Valparaíso esq. Los Nogales. Ciudad Universitaria. Córdoba, Argentina.

de materiales audiovisuales, permitiendo inferir la construcción de un nuevo panorama audiovisual en torno a los usos y aplicaciones facilitadas por las innovaciones, la accesibilidad a los instrumentos de producción, recepción y participación en red que bien podríamos ir denominando como Videonet.

Las prácticas de producción, distribución de contenidos y de acceso de usuarios a un caudal cada vez mayor de datos nos permiten reflexionar sobre sus alcances y efectos y por ende construir conceptos que sinteticen nuevas complejidades en el ámbito de la comunicación social. Este es el caso que se propone con la elaboración de una primera aproximación teórica de “Comunicación 3G” y “Videonet”.

www.panam2013.eci.unc.edu.ar | www.eci.unc.edu.ar
Tel.: +54 351 4334160 int. 103.
Av. Valparaíso esq. Los Nogales. Ciudad Universitaria. Córdoba, Argentina.

Desarrollo

Comunicación 3G y Videonet: la teoría desde las prácticas actuales¹

Hoy, quien se conecta a Internet se expone a una anarquía de información en la que ya no hay posibilidad alguna de control: el conocimiento útil y la paranoia florecen en pacífica coexistencia.

Norbert Bolz

Los medios no pueden tomarse independientemente de los contextos de recepción. El hecho de que jóvenes de sectores sociales diferentes enciendan la televisión para ver el mismo programa no supone de ninguna manera una comunión y uniformidad en las prácticas y las formas de recepción.

Roxana Morduchowicz

La comunicación 3G no solo hace referencia a las necesidades de ancho de banda actuales² para interactuar en las redes y a la posibilidad de transmisión de datos mediante el servicio universal de telecomunicaciones móviles (UMTS - Universal Mobile Telecommunications System), también adquiere sentido en una caracterización del escenario de la comunicación desde la sistematización de los estudios que tuvieron como objeto las maneras en que los seres humanos nos comunicamos a distancia, involucrando a grandes grupos, mediante la utilización de ciertos instrumentos tecnológicos que así lo permitieran.

¹ El contenido de esta ponencia forma parte del marco teórico que se está elaborando en el Proyecto de Investigación 109/13, R.R. 1363/12 del Consejo de Investigación de la Universidad Católica de Salta "Pantallas y Modernidad. Acceso y usos de la televisión, internet, celular y videojuegos en adolescentes con experiencia de vida en las calles de la Ciudad de Salta".

² Ancho de banda es la capacidad de transmisión de datos digitales que se puede enviar a través de una conexión de red por unidad de tiempo: bits por segundo (bps), kilobits por segundo (Kbps) y megabits por segundo (Mbps).

Durante las primeras décadas del siglo pasado comenzaron a interesar a distintos sectores de la sociedad los alcances que pudieran tener entre los humanos las nuevas formas de llegar con cierta influencia a amplios públicos. El desarrollo de la prensa escrita, la difusión del cine y, principalmente, el surgimiento de la radio, incorporaron una nueva lectura de la realidad sobre todo en quienes estaban preocupados respecto a que podían hacer estos medios con la gente.

Más aún se profundizó la preocupación de sociólogos, antropólogos, psicólogos y filólogos, entre otros, cuando irrumpió la televisión y arrasó con las preferencias de la sociedad a mediados del siglo XX, escenario de la Comunicación 1G, o de primera generación, la comunicación masiva.

Ha sido la misma televisión, la que en su derrotero de veloz evolución, impuso con sus cambios la transformación hacia una nueva generación. Las posibilidades que brindaban avances tecnológicos en materia de telecomunicaciones facilitaban la amplitud de emisión y recepción.

Con el cable primero y el satélite después, la televisión multicanal se consolida hacia finales de la década del 80, para ser la estrella del fin del siglo XX. La radio y la gráfica acompañan el derrotero y la comunicación 2G, la segunda generación, se hace segmentada, algo más especializada, imponiendo nuevos conceptos en el reconocimiento de la manera en que se estructura la sociedad: nichos, franjas, segmentos, tajadas, preferencias, target, etc. Cambia la tecnología, pero principalmente cambian los modos de producir, transmitir y recibir los contenidos. Cambian las prácticas de los individuos, la percepción de los entornos mediatos y la manera en que el cerebro humano procesa nuevos volúmenes y variedad de información, con nuevas velocidades. Cambian las sociedades, no solo por la transformación de las tecnologías de información y comunicación, también – entre otros factores- por el avance en la ciencia que incide en la sanidad, la alimentación, el transporte y las nuevas condiciones de la vida urbana.

www.panam2013.eci.unc.edu.ar | www.eci.unc.edu.ar

Tel.: +54 351 4334160 int. 103.

Av. Valparaíso esq. Los Nogales. Ciudad Universitaria. Córdoba, Argentina.

Los inicios de la Tercera Generación

La confluencia de los avances tecnológicos en materia de telecomunicaciones e informática, no solo inaugura una nueva área: la telemática, sino también un proceso de profundos cambios en la manera en que se elabora, se difunde, se recibe y se re direcciona la información, entendiendo a esta como cualquier dato simbólico que reemplaza a la vez que representa la realidad percibida, permitiendo la abstracción, el otorgamiento de sentido, la interpretación, la reflexión y la comunicación, en el compartir con otros. Este nuevo proceso es revolucionario tanto en lo tecnológico, como en la inflación y distribución de información y, principalmente, en materia de producción y divulgación de conocimiento y en las posibilidades de percepción de la realidad tanto distante como próxima, individual o social. La comunicación de tercera generación da una nueva vuelta de tuerca al proceso iniciado en la segunda generación, llevando con internet a una explosión de datos disponibles en texto, estadísticas, ilustraciones, fotografías, infografías, sonidos y videos y en proporciones planetarias; siendo el conglomerado de imágenes y música el que hilvana a numerosas culturas, idiomas, creencias y cosmovisiones.

La tecnología de los satélites de comunicación, la computarización de los procesos – impulsada por la aplicación del lenguaje codificado binario- y el tendido de fibra óptica, colocaron las bases para la consolidación de la tercera generación de la comunicación y cultivaron un territorio de exploración en la expansión de la segunda generación.

La red mundial que une a cientos de millones de computadoras, de escritorio-portátiles y de bolsillo (teléfonos de antes), corporativas y personales, en casa-oficinas-calle, haciendo circular datos a altísimas velocidades y en monstruosas cantidades, conocida como Internet, irrumpe en la conciencia social en la década del 90, se divulga rápidamente y consolida su presencia en este siglo.

De acuerdo a un informe oficial sobre la presencia y uso de tecnologías en la República Argentina, en 2011, se deduce que en los hogares salteños la computadora

www.panam2013.eci.unc.edu.ar | www.eci.unc.edu.ar

Tel.: +54 351 4334160 int. 103.

Av. Valparaíso esq. Los Nogales. Ciudad Universitaria. Córdoba, Argentina.

tiene más inserción que la telefonía fija, y la telefonía celular duplica a cualquiera de las dos. Mientras que la telefonía fija está presente en el 41,2% de los hogares, la computadora lo está en un 43,1%, y los teléfonos celulares son declarados en el 86,4% de los casos. El 27,9% de los hogares salteños contaban hacia finales del 2011 con conexión a Internet. Sólo la televisión supera a la telefonía celular en los hogares salteños con el 96,4%, mientras que la radio está un punto por debajo de la estrella de la comunicación móvil.

Sin embargo las diferencias entre grandes centros urbanos y localidades del interior aparecen notables. Mientras en la ciudad de Salta el 31,7% tiene conexión a Internet fija, en el interior solo lo tiene el 11,3% de los hogares, pero a la inversa, la presencia de Internet móvil es mayor en el interior con un 11% contra el 7,3% en la capital. La telefonía móvil supera el 85% en cada caso³.

Otro dato curioso es que en la mitad de los hogares que manifiestan contar con al menos una computadora esta es portátil. Toda una tendencia de la comunicación móvil.

El estudio otorga otros datos que dan cuenta que hay más presencia de computadora, conexión a Internet y telefonía móvil en aquellos hogares donde viven menores que tienen entre doce años y diecisiete años que en el resto.

Sobre el tema señala Roxana Morduchowicz:

³ Datos relevados en México, nación latinoamericana y con perfiles socioeconómicos más próximos a nuestras realidades, señalan que el lugar desde donde más se ingresa a Internet es el trabajo, seguido por el celular (que triplica su frecuencia de uso entre 2011 y 2012) y luego el hogar (en lento declive).

Con la llegada de los dispositivos móviles se diluyen los espacios de uso, favoreciendo un acceso ubicuo valorado por el espacio.

Mientras en 2011 los usuarios declaraban utilizar Internet en dispositivos móviles algo más de siete horas semanales. En 2012 el uso se elevó a más de 20 horas en la semana. (Estudio 2012 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas (2013), World Internet Project México, Tecnológico de Monterrey)

Las casas argentinas tienen más pantallas que libros y diarios... Los jóvenes usan pantallas todos los días. Porque aun cuando solo un 30% tiene ordenador en su casa, casi un 90% de los jóvenes lo utiliza frecuentemente, la mayoría en locutorios y cibercafés. (2008: 48).

La investigadora argentina también acota que la posesión de los bienes tecnológicos es mayor en los sectores altos y medios pero los jóvenes de menores recursos también están familiarizados a través de la escuela y la sociabilidad generacional. El programa oficial "Conectar Igualdad" que entrega una netbook a los alumnos de nivel medio de escuelas públicas ha modificado el panorama incorporando dispositivos en casas y establecimientos educacionales, como así también en otros lugares con acceso público a internet mediante wifi, relevando a locutorios y ciber.

Todas estas acotaciones deben ser puestas además en contexto ante el avance significativo que han tenido los teléfonos móviles de tercera generación (smartphones) con conexión a internet (por línea de proveedor o conexión a wifi) especialmente durante 2012, el año en que la venta de estos dispositivos digitales móviles aumentó considerablemente. Del total de teléfonos celulares en funcionamiento en Argentina en 2009 solo el 5% tenía conexión a wifi, en 2012 llegó al 59%⁴.

Móvil, asincrónica y personalizada

Cada vez la tendencia es más marcada. Cuando despertamos, en el trabajo o en el estudio, en la calle y en los centros comerciales, coordinamos nuestras acciones en casi una constante conexión. Revisamos los mails y los mensajes de texto, las noticias del día y las novedades de la música y el cine. Intercambiamos documentos y comenzamos a leer un artículo de interés laboral o profesional. Hablamos y escribimos, escuchamos y leemos, a veces solo vemos. Algunas cosas las hacemos por partes y de acuerdo al acceso con el que contemos: el televisor, el teléfono móvil,

⁴ La consultora Carrier y Asociados ha elaborado interesantes informes sobre el estado de situación de la telefonía móvil en nuestro país.

la computadora de escritorio, la portátil o la tableta, las iniciamos en uno y tal vez la concluimos en otra terminal con pantalla. Hacia donde sea que vayamos llevamos un dispositivo o encontraremos alguno.

La comunicación de estos tiempos se está construyendo en base a las posibilidades de conexión. En Argentina las conexiones de banda ancha llegan a casi siete millones, de las cuales un millón trescientas mil pertenecen a teléfonos móviles. Así lo indica el informe del Barómetro de Cisco que ha sido comentado por varios medios especializados.

Los usuarios demandan mejores servicios, mayor velocidad y una capacidad notable de conexiones y dispositivos para abrir rápidamente documentos, fotografías, grabaciones y videos.

Cada vez se demandará mayor ancho de banda, y en eso están los solucionadores y las empresas, entre otras cosas porque cada vez es y será mayor la demanda de materiales como videos, que necesitan mayores velocidades para poder reproducirlos con un click y sin dificultades.

Se estima que para el 2015, el 60% de los materiales que circularán en internet serán videos: informativos, comerciales, educativos, artísticos, etc.

Los usuarios cada vez se acostumbrarán más a la emisión y recepción de materiales estando en desplazamiento, en el momento en que dispongan los propios usuarios y de acuerdo a sus necesidades y preferencias. Muchos medios locales han surgido en la nueva era de Internet, es decir, como portales, páginas o canales propios del nuevo soporte tecnológico. Los medios tradicionales también hicieron sus adaptaciones presentando una selección de materiales en la web, instando a la participación del público en redes sociales, etc. La realidad de la comunicación local no está ajena al nuevo escenario que no solo marca una caracterización tecnológica sino también unos contextos nuevos de recepción y más aún de posibilidades de involucramiento de las personas en el proceso antes limitado a los grandes centros emisores.

www.panam2013.eci.unc.edu.ar | www.eci.unc.edu.ar

Tel.: +54 351 4334160 int. 103.

Av. Valparaíso esq. Los Nogales. Ciudad Universitaria. Córdoba, Argentina.

Muchas de estas nuevas experiencias ya han estado incorporando las particularidades de la comunicación móvil en su carácter personalizado y asincrónico. Aplicaciones o versiones para dispositivos móviles o la utilización del formato RSS para compartir contenidos a través de un sistema sencillo de suscripción, permiten obtener la fidelización de los usuarios que evitan navegar en Internet y acudir a los íconos respectivos de las fuentes preferenciales de información.

La tercera generación de la comunicación está en franco desarrollo, será esta década la confirmará la adaptación a un nuevo escenario de tecnologías y usos y a la construcción de una nueva cultura donde la gran profusión de información y la posibilidad de compartirla será una constante que modificará varios escenarios, no solo el de los medios, también el de la economía, la política y nada menos que el de las sociedades mismas.

El escenario actual de la comunicación, el valor de la imagen.

En el ámbito de la comunicación, la tecnología y los usos sociales se presentan situaciones muy particulares que, por muchos aspectos, son de difícil comprensión por parte de numerosos actores: gobiernos, empresas e incluso personas. Es más, la velocidad de los cambios, acompañados cada uno por sus respectivas aceleraciones (tómese el caso de las actualizaciones de programas y aplicaciones), suele generar cierto ruido cognitivo que dificulta entender el sentido de cada nuevo paso.

Por otra parte, existe cierta tendencia humana a querer “observar” las nuevas situaciones o instrumentos con las métricas de los objetos del pasado, confundidos más aun durante la transición en la que los nuevos medios asumen características de los viejos medios.

Muchas veces nos ocurre que queremos entender los acontecimientos del Siglo XXI con la mirada y los patrones mentales del Siglo XX, o como dice George Amar en “Homo Móbilis”, cuando queremos arreglar los problemas de este siglo utilizando la caja de herramientas del siglo pasado.

www.panam2013.eci.unc.edu.ar | www.eci.unc.edu.ar

Tel.: +54 351 4334160 int. 103.

Av. Valparaíso esq. Los Nogales. Ciudad Universitaria. Córdoba, Argentina.

Para eso debemos sumergirnos en el mar actual de incertidumbres y corrientes marinas que se entrecruzan de manera oblicua, a distintas profundidades y variadas temperaturas. En ese agitado y confuso mar actual, procederemos a identificar los objetos tecnológicos y sus aplicaciones, las formas de comunicarse en su complejidad de interfaces y sentidos asociados a los usos que las personas y organizaciones hacen de todas ellas.

En ese devenir por las profundidades de nuestra realidad nos surgen cuestiones como que la televisión no es lo que fue, ni será lo que es; las películas o el cine se debaten entre las distintas opciones comerciales y reales de distribución; la música explota en variedad, contenido y posibilidades; los derechos de autor se funden y confunden con los derechos de las grandes industrias de la cultura (el sector que menos valor agrega, si agrega); las aulas físicas invitan a los alumnos a preguntarse ¿qué es esto?; y así vamos sumando.

Vimeo ha sido pionera desde 2004, entre las más conocidas, en la idea de integrar los materiales audiovisuales a internet ofreciendo servicios de alojamiento de videos, pero no llegó a extenderse como Youtube, la plataforma más popular para subir y compartir videos, que fuera creada en 2005 (el 23 de abril fue cargado el primer video que apenas superaba los veinte segundos), quien cuenta con contemporáneas como la francesa Dailymotion o antecesora como Metacafe, fundada en el 2002.

¿Por qué el término videonet?

Más allá de la utilidad comercial que se le pueda dar al término, videonet es un concepto en construcción, que trata de identificar un fenómeno contemporáneo (que también se encuentra en construcción) que pasaría a ser un objeto de estudio y análisis en el campo de la comunicación y la sociedad.

Trata de denominar –para luego explicar, comprender y proyectar- un fenómeno que aún parece impreciso y vago, dada su propia dinámica de formación, pero que en principio intenta aglutinar a todas aquellas actividades relacionadas a la producción,

www.panam2013.eci.unc.edu.ar | www.eci.unc.edu.ar

Tel.: +54 351 4334160 int. 103.

Av. Valparaíso esq. Los Nogales. Ciudad Universitaria. Córdoba, Argentina.

alojamiento, distribución y visionado de materiales audiovisuales utilizando una red mundial que permite la comunicación, mediante la utilización de un protocolo, entre computadoras.

Cuando nos representamos “computadora” debemos nutrir nuestras imágenes mentales con la amplia variedad de implementos digitales que –además de la tradicional de escritorio- abarca implementos que hoy se comercializan mucho más que aquella e incluye todos los portátiles con conexión a internet. Un teléfono de hoy es una computadora.

En un principio el alojamiento de videos digitales reprodujo la lógica de los medios audiovisuales existentes, es decir, los canales de televisión “subían” sus programas para que puedan ser vistos no solo por la frecuencia de emisión terrestre o satelital, sino también por Internet, de acuerdo a la demanda de un interesado. En sus páginas web no podía haber letras y figuras, también hacía falta que hubiera “televisión”

Luego algunos productores de video subieron sus materiales realizados al margen del sistema perteneciente a la denominada industria cultural. El cine y el documental independiente, como los videoclips musicales de intérpretes y grupos sin sello, fueron protagonistas de esta variante.

Por último, y a grandes rasgos, los aficionados también comenzaron a alojar sus propios materiales y compartirlas con pequeñas audiencias. Algunas, con el tiempo, se convirtieron en importantes audiencias.

Con el streaming nació el “directo” por Internet. El crecimiento del ancho de banda y la evolución tecnológica permiten que cualquier emisión lineal y continua pueda ser difundida por la red. En principio sirve a los canales tradicionales de televisión, pero también a las emisiones de espectáculos, competencias deportivas, cámaras de vigilancia o colocadas en cualquier lugar, de manera fija y en registro continuo.

www.panam2013.eci.unc.edu.ar | www.eci.unc.edu.ar

Tel.: +54 351 4334160 int. 103.

Av. Valparaíso esq. Los Nogales. Ciudad Universitaria. Córdoba, Argentina.

En síntesis: el campo audiovisual está cambiando en su conjunción con la red, dando lugar a Videonet: un nuevo medio en formación; el que por ahora no es ni televisión, ni cine, ni video, ni internet solamente, ni siquiera una mezcla de ellos. Es algo distinto que está tomando forma en la segunda década del Siglo XXI⁵.

Existen cuatro factores que intervienen en su convergencia a la consolidación de Videonet:

Presencia escalonadamente mayor de dispositivos que capturan imágenes en secuencia, desde cámaras de seguridad y de control de tránsito, hasta unidades de bolsillo que originalmente eran teléfonos móviles. CUALQUIERA PUEDE GRABAR UN VIDEO EN CUALQUIER MOMENTO Y EN CUALQUIER LUGAR.

Desarrollo de software de edición de imágenes y sonido de fácil acceso, gratuitas y de pago, de amigable manejo y sencillo aprendizaje. CUALQUIERA PUEDE CREAR UNA NARRACIÓN EN VIDEO EN UNA COMPUTADORA DE ESCRITORIO O PORTATIL, UN TELÉFONO MOVIL O UNA TABLETA.

Instalación de plantas que contienen numerosos y grandes servidores para alojar información digital (en nuestro caso videos), accesible mediante la red, gratis o a bajo costo de acuerdo a las necesidades del usuario. CUALQUIERA PUEDE CONSTRUIR UN REPOSITORIO DE VIDEOS ALOJÁNDOLOS FUERA DE CASA.

Evolución tecnológica multifacética que agrega constantemente más y mejores componentes en materia de red, transmisión de datos, tratamiento y alojamiento de información digital. Sus banderas principales son: la movilidad, la compresión, la amigabilidad, la posibilidad de más capacidad y velocidad. CUALQUIERA PUEDE

⁵ La empresa Adobe Systems Incorporated recientemente ha hecho público un informe en el que señala que en EEUU la TV Everywhere (por todas partes) se ha incrementado doce veces; que la visualización de video móvil creció un 300%; que los usuarios de Facebook son atraídos el doble por contenido de video que por otro tipo de contenido; y que los avisos previos a un video ahora arrojan 82% de todas las impresiones de avisos de video en formato de contenido extendido. (Adobe Digital Index (Q1 2013), The U.S. Digital Video Benchmark, 2012 Review).

PRODUCIR, COMPARTIR, VER Y COMENTAR PIEZAS AUDIOVISUALES POR INTERNET.

El surgimiento de nuevas comunidades

Un tipo de comunicación como la de la tercera generación y una nueva realidad audiovisual como la propiciada por la incipiente “videonet”, emergen tanto como causa así como consecuencia de fenómenos más complejos dinamizados desde la sociedad, la cultura, la política, la economía, etc., inclusive desde las diferentes maneras de percibir y pensar la realidad, como también su puesta en común entre los componentes de la humanidad: es decir la propia comunicación de la sociedad.

Galindo Cáceres y González Acosta (2013) se refieren al surgimiento en la modernidad de comunidades estéticas, las que entre el siglo anterior y este, ayudadas por las condiciones generalizadas de la vida urbana, la configuración de los sistemas de información y la multiplicidad de sistemas de comunicación inéditos, ha llevado a una apertura inédita de establecimiento de numerosas comunidades de este tipo (acorde a las características de los fenómenos líquidos de Baumann) constituyendo una nueva ecología social.

Al respecto los autores señalan:

El punto es que las comunidades estéticas configuran hoy un enorme sistema de comunicación mixto, de gran diversidad en su composición, los distintos y diversos sistemas de comunicación emergentes con la modernidad tecnológica de las industrias culturales. Este peculiar sistema de comunicación está presente en todos los miembros de la vida social articulada a los medios de difusión masiva y al internet. Este es un primer elemento de referencia a tomarse en consideración, no estamos hablando de un fenómeno menor y en una primera etapa. La vida social contemporánea está configurada en comunidades estéticas (2013: 63-64).

www.panam2013.eci.unc.edu.ar | www.eci.unc.edu.ar

Tel.: +54 351 4334160 int. 103.

Av. Valparaíso esq. Los Nogales. Ciudad Universitaria. Córdoba, Argentina.

Las temáticas de problematización que se plantean en la línea de trabajo y análisis de nuestra investigación, en la consolidación de sus marcos teóricos, apuntan a describir con mayor precisión las complejas dinámicas de la sociedad y la comunicación contemporáneas. Desde lo social la superposición de comunidades tradicionales y estéticas en un contexto de trasvasamiento generacional y desde lo comunicacional con el advenimiento de una tercera generación de tecnologías y usos, sumada a una cada vez más fuerte presencia de lo audiovisual en las redes (videonet) permiten ofrecer una perspectiva para el estudio que enriquecerá el debate académico.

Bibliografía

Alberich Pascual, J.(coordinador) (2005). Comunicación audiovisual digital, Nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas. Barcelona: Editorial UOC.

Amar, G. (2011). Homo mobilis: La nueva era de la movilidad. Buenos Aires: La Crujía.

Bauman, Z. (2006). Vida líquida. Barcelona: Paidós.

Bauman, Z. (2007). Tiempos líquidos, vivir en una época de incertidumbre. Buenos Aires: Tusquets.

Bolz, N. (2006). Comunicación mundial. Buenos Aires: Katz Editores.

Cohen, D. (2007). Tres lecciones sobre la Sociedad Postindustrial. Buenos Aires: Katz Editores.

De Moraes, D. (coordinador) (2007). Sociedad Mediatizada. Barcelona: Gedisa.

Galindo Cáceres, J., González-Acosta, J. (2013). #YoSoy132: La primera erupción visible. México:Global Talent University Press.

www.panam2013.eci.unc.edu.ar | www.eci.unc.edu.ar

Tel.: +54 351 4334160 int. 103.

Av. Valparaíso esq. Los Nogales. Ciudad Universitaria. Córdoba, Argentina.

Murdochowicz, R. (2008). Los jóvenes y las pantallas. Nuevas formas de sociabilidad. Barcelona: Gedisa.

Murdochowicz, R. (2012). Los adolescentes y las redes sociales: La construcción de la identidad juvenil en Internet. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Small, G., Vorgan, G. (2008). El cerebro digital: cómo las nuevas tecnologías están cambiando nuestra mente, Barcelona: Urano.

www.panam2013.eci.unc.edu.ar | www.eci.unc.edu.ar

Tel.: +54 351 4334160 int. 103.

Av. Valparaíso esq. Los Nogales. Ciudad Universitaria. Córdoba, Argentina.