

## JÓVENES, REDES TECNOLÓGICAS Y TRAMAS DE SENTIDO

**Víctor Manuel Marí Sáez**

Universidad de Cádiz (España)  
victor.mari@uca.es

### Resumen

Los jóvenes son el segmento de la población que en la actualidad más intensamente se está apropiando de las redes tecnológicas. Nuestro interés hacia los usos tecnológicos de los jóvenes radica en su dimensión cualitativa y sociocultural, en la medida en que, mediante estos procesos, los jóvenes pueden buscar construir sus identidades y encontrar sentido a sus vidas. Las comunicaciones juveniles son analizadas en el presente artículo teniendo en cuenta, principalmente, sus posibilidades para la construcción de redes y para la articulación de tramas de sentido. La lógica de la red es, para autores como Manuel Castells (1997), un término que remite más allá de la dimensión tecnológica, y que apunta a las nuevas lógicas de relación y de comunicación que toman cuerpo en el nuevo entorno social, político y cultural de la globalización. Los dispositivos tecnológicos actuales crean espacios no territoriales que facilitan la interactividad, y cuyas referencias no son necesariamente geográficas, sino más bien los gustos, las motivaciones o los deseos compartidos. Sin embargo, la abundancia de canales tecnológicos y la intensidad de su uso por parte de los jóvenes convive con la corrosión del carácter (Sennet, 2000) y con la disolución de algunos vínculos sociales necesarios para el desarrollo personal y colectivo.

**Palabras-clave:** Jóvenes; Tecnologías de la información y de la comunicación; Redes; Factores socioculturales; Sentido.

### Resumo

Os jovens são o segmento da população que está se apropriando mais intensamente das redes tecnológicas na atualidade. Nosso interesse em relação aos usos tecnológicos dos jovens radica em sua dimensão qualitativa e sociocultural, na medida em que, mediante estes processos, os jovens podem procurar construir suas identidades e encontrar sentido a suas vidas. As comunicações juvenis são



analisadas neste artigo, considerando, principalmente, suas possibilidades para a construção de redes e para a articulação de tramas do sentido. A lógica da rede é, para autores como Manuel Castells (1997), um termo que vai além da dimensão tecnológica, e que aponta para as novas lógicas de relação e de comunicação que se incorporam no novo meio social, político e cultural da globalização. Os dispositivos tecnológicos atuais criam espaços não territoriais que facilitam a interatividade, e cujas referências não são necessariamente geográficas, e sim estão mais voltadas para os gostos, as motivações ou os desejos compartilhados. No entanto, a abundância de canais tecnológicos e a intensidade de seu uso por parte dos jovens convive com a corrosão do caráter (Sennet, 2000) e com a dissolução de alguns vínculos sociais necessários para o desenvolvimento pessoal e coletivo.

**Palavras-chave:** Jovens; Tecnologias da informação e da comunicação; Redes; Fatores socioculturais; Sentido.

### **Abstract**

*Youth, technological networks and interwoven meaning.* Today young people comprise the segment of the population that makes the most intense use of technological networks. Our interest is centred on the socio-cultural and qualitative dimension of young people's use of such technologies insofar as they can utilise those processes to build their identities and find a meaning for their lives. This article investigates communication among young people focusing on possibilities for the construction of networks and the articulation of interwoven meaning. To authors like Manuel Castells (1997) network logic is a term that goes far beyond the technological dimension and points to new logics of relationship and communication taking shape in the new social, political and cultural environment of globalisation. Today's technological devices create non-territorial spaces that facilitate interactivity and whose references are not necessarily geographic, but usually based on shared tastes, motivations or desires. However, the abundance of technological channels available and the intensity of their use by young people bring with them a corrosion of character (Sennet 2000) and the dissolution of some of the social ties necessary for personal and collective development.

**Keywords:** Youth; ICT (Information and Communication Technologies); Networks; Socio-cultural factors; Meaning.



## Introducción

Compartimos la opinión de Martín Criado (1998) sobre el modo en que la juventud se ha convertido en un actante central en cualquier relato de la sociedad. Para él, bajo la etiqueta “juventud” se agrupan sujetos y situaciones que sólo tienen en común la edad; de este modo, se llevan a cabo unos procesos de simplificación de una realidad que es compleja y plural. No existe una única juventud, sino una pluralidad de jóvenes que pueden verse representados u omitidos en los estudios realizados. Por lo tanto, no hay que perder de vista los procesos que llevan a “producir la juventud” en las diversas aproximaciones que se realizan a este objeto de estudio.

En nuestro caso, el interés por explorar las relaciones entre TIC (Tecnologías de la Información y de la Comunicación) y jóvenes viene marcado, en primer lugar, por una realidad de carácter estadístico. Los diversos informes producidos a escala mundial, regional y local establecen que son precisamente los segmentos más jóvenes de la población quienes se están apropiando de Internet con mayor intensidad. Así, por ejemplo, para el contexto europeo (Fundación Auna 2005), concretamente en la Unión Europea de los quince (E-15), el 51% de los usuarios de Internet son menores de 18 años; entre ellos, el mayor porcentaje de internautas se encuentra en aquellos cuyas edades están comprendidas entre los 12 y los 17 años. Específicamente, entre los 12 y 15 años el porcentaje de penetración de Internet es del 74%, y entre los 16 y 17 años, del 83%.

Por lo que respecta al contexto latinoamericano, los datos muestran una clara continuidad con los del contexto europeo. Según cifras de OSILAC<sup>1</sup> (Observatorio para la Sociedad de la Información en América Latina y el Caribe) los jóvenes son los usuarios más avanzados de Internet respecto a otros grupos de edades, especialmente los comprendidos entre los 15 y los 19 años. Por tanto, estos datos que nos encontramos en el plano cuantitativo nos sugieren una serie de interrogantes que, a su vez, nos adentran en territorios de carácter simbólico y cualitativo. ¿Cuáles son los motivos que llevan a los jóvenes a utilizar tan intensamente estas herramientas? ¿En qué medida influye el hecho de que se encuentren en una etapa evolutiva de construcción de su identidad? ¿Cómo influye Internet en su mundo relacional, en su construcción de valores, en sus búsquedas de

---

1 [www.cepal.org/SocInfo/OSILAC](http://www.cepal.org/SocInfo/OSILAC)



sentido, aunque no lo denominen con estos términos?

### **Las Constelaciones de los Jóvenes**

Junto a estas primeras consideraciones, de carácter cuantitativo, existen otras justificaciones, esta vez de índole cualitativa, para explorar en torno a los motivos que llevan a los segmentos más jóvenes de la población a realizar unos usos intensivos de las TIC, en general, y de Internet en particular. Son estos segundos factores, de carácter sociocultural, los que pasamos a explorar a continuación. Siguiendo a John B. Thompson (1999), creemos que el uso de los medios de comunicación implica la puesta en marcha de nuevas formas de acción e interacción en la sociedad, nuevos tipos de relaciones sociales y nuevas formas de relacionarse con los otros y con uno mismo.

Hay una mutua relación entre los dispositivos tecnológicos y los códigos de relación que se imponen en una época determinada en una sociedad. Dominique Wolton (2004) se refiere a esta cuestión como la triple dimensión de la comunicación: la técnica, la política y la sociocultural. Mientras que las dos primeras dimensiones evolucionan con la rapidez, la tercera – la sociocultural – es más compleja y de más lenta instalación en la sociedad. Internet cobra especial relevancia como dispositivo relacional en una sociedad caracterizada por la importancia que se da al “lenguaje de los vínculos” (Elina Dabas y Denise Najmanovich, 1995). Para estas autoras, hablar de redes supone dar importancia a las interacciones, a los intercambios dinámicos que somos capaces de establecer las personas.

A la hora de realizar una aproximación a los factores socioculturales que llevan a los jóvenes a apropiarse de Internet, resulta sugerente el enfoque de Joaquín García Roca (1994) a partir de la metáfora de las *constelaciones*. Para este autor, el mundo de los jóvenes no puede ser expresado con imágenes estáticas ni medido con instrumentos fijos. Por el contrario, la realidad juvenil puede representarse como una configuración de instituciones, prácticas, ritos, creencias e ideas que se despliegan en forma de constelaciones. La comprensión de la juventud, en esta clave, es un instrumento adecuado para adentrarse en el mundo de los valores, para intentar dar cuerpo a una realidad fugaz y evanescente. Siguiendo con la metáfora, García Roca pasa a hablar de “astros fijos” y de “estrellas fugaces”:

*“La constelación evoca igualmente la existencia de unos astros fijos y de unas*

*estrellas fugaces. En torno a los astros se despliegan cascadas de síntomas que a su vez se disipan rápidamente. En el mundo de la juventud hay también valores centrales y estallidos momentáneos. Aunque estos últimos son los que finalmente nos afectan, son los primeros los que determinan, sustantivamente, sus formas de amar, de esperar y de desear. Importa, en consecuencia, identificar los valores centrales que inventan en su entorno nuevas configuraciones que cristalizan en las tendencias socioculturales que mueven a multitud de jóvenes...Las constelaciones permiten entender el mundo de la juventud como una realidad articulada por fuerzas de atracción”.*

Una de las constelaciones a las que se refiere el profesor García Roca remite al proceso de construcción de la identidad. La constelación de la identidad abierta sugiere que, cuando los jóvenes construyen su identidad propia, lo hacen reconociendo el valor de lo privado y de lo singular. La identidad de los jóvenes es flexible, ellos quieren resaltar la capacidad de decidir autónomamente y de experimentar por sí mismos.

Estamos ante unos jóvenes tecnologizados que construyen sus identidades estableciendo relaciones intensas con unas pantallas ubicuas (Diego Lewis, 1999) que les acompañan permanentemente: móviles, ipod, ordenadores, videojuegos, televisión, etc. Las pantallas están en sus vidas, pero también podemos plantear, siguiendo a Sherry Turkle (1997), que sus vidas están en las pantallas. La tesis de esta autora es que en la actualidad las pantallas de los ordenadores son lugares en los que los individuos se proyectan en sus propios dramas. Para Turkle (1997: 227), Internet ayuda a pensar la identidad en términos de multiplicidad:

*“Ahora, en los tiempos posmodernos, las identidades múltiples ya no están en los márgenes de las cosas. Hay muchas más personas que experimentan la identidad como un conjunto de roles que se pueden mezclar y combinar, cuyas demandas diversas necesitan ser negociadas. Una amplia gama de teóricos sociales y de psicólogos han tratado de captar la nueva experiencia de la identidad. Robert Hay Lifton la ha llamado “proteica”, Kenneth Gergen describe su multiplicación de máscaras como un yo saturado. Emily Martin habla de un yo flexible como una virtud contemporánea de organismos, personas y organizaciones”.*

Se trata, en suma, de diversas formas de referirse a unas identidades que se



construyen al margen de patrones uniformes y constantes. Desde la lógica del “bricoleur” (Lévi- Strauss) el sujeto superpone y mezcla diferentes modos de identidad en sus interacciones sociales.

### **Nuevas Formas de Experimentar el Espacio y el Tiempo**

La construcción de los procesos identitarios guardan relación, entre otros factores, con los modos de experimentar el tiempo y el espacio. Podría decirse que, de alguna manera, los seres humanos somos fragmentos espacio-temporales, que nos movemos y construimos en un “aquí” y en un “ahora”. Precisamente, si algo ha cambiado en el nuevo contexto de la globalización capitalista y de la sociedad de redes son los modos de vivir y de experimentar el tiempo (Harvey, 1989).

Desde una perspectiva antropológica, Lluís Duch (2002) plantea que las variaciones que experimentamos en el tiempo y en el espacio afectan directamente a la relacionalidad comunicativa del ser humano. Este autor se refiere a la “condición adverbial” del sujeto como la necesidad de comunicarse en un espacio-tiempo concreto:

*“Nos comunicamos “aquí” o “allá”, “ayer” u “hoy”, “arriba” o “abajo”, “entre” o “contra”...En realidad, comunicarse equivale a tomar conciencia del hecho de que, como consecuencia de nuestra finitud, contingencia e historicidad, hemos de relacionarnos en un tiempo y en un espacio concretos, bajo unas determinadas condiciones, con los recursos y las limitaciones expresivas de una cultura concreta, de una lengua y una tradición determinadas, con los inconvenientes y las ventajas que se originan en nuestra propia biografía”<sup>2</sup>.*

El hecho de vivir una comunicación de carácter adverbial no implica, ni mucho menos, la naturalización de los espacios y tiempos comunicativos que han existido con anterioridad a la eclosión de las TIC, y con ella de la ruptura espacio-temporal que vivimos en nuestros días. Al contrario, la tesis de Duch apunta hacia el necesario reconocimiento de la artificialidad que caracteriza a cualquier tiempo y espacio comunicativos:

*“Con otras palabras: el tiempo y el espacio humanos son unas construcciones artificiales, diseñadas comunicativamente, porque el ser humano, desde que*

---

2 Nota del autor: traducción al castellano del texto original en catalán.

*va a adquirir la categoría de humano nace, vive y muere no en la naturalidad, sino en la artificialidad, construida precisamente por medio de la comunicabilidad humana; o, si lo queremos expresar de otra manera, la artificialidad cultural constituye la naturaleza propia del ser humano; una naturaleza cultural que, evidentemente, nunca deja de encontrarse bajo el signo de la espaciotemporalidad (o la condición adverbial)”.*

Desde este punto de vista, la artificialidad comunicativa de nuestra época se caracteriza por lo que Giddens (1993) denominara hace algún tiempo ya como el *desanclaje*, esto es, por el desarraigo de las relaciones respecto al espacio-tiempo inmediato. La modernidad reflexiva ha aportado la posibilidad de una desterritorialización de las comunicaciones, ha roto con la obligatoriedad de la sincronía en el plano temporal y de la coincidencia en el espacio de los lugares.

Para Francisco Bernete (2007) los dispositivos tecnológicos actuales crean espacios no territoriales que facilitan la interactividad, cuyas referencias no son necesariamente las geográficas, sino los gustos y las motivaciones o los deseos compartidos. Para la construcción de los vínculos en la era de Internet deja de ser un requisito *sine qua non* el criterio geográfico o espacial. Desde la perspectiva de Gonzalo Abril, asistimos a un periodo caracterizado por los *cronotopos* del destiempo. El cronotopo – categoría de análisis creada por Bajtín (1989) – es una unidad de espacio-tiempo indisoluble, de carácter formal y expresivo. Es la conexión esencial de las relaciones temporales y espaciales concebidas artísticamente en la literatura. Vivimos en un periodo de destiempos, de ruptura de las dependencias temporales de otros periodos, con las posibilidades y ambigüedades que este nuevo contexto aporta para la vida social y para los procesos comunicativos.

### **La Generación Net**

Hay quienes se han lanzado ya a acuñar fórmulas – con una clara intencionalidad mercadotécnica – que plasmen las nuevas características comunicativas y tecnológicas de los jóvenes de la era Internet. Don Tapscott (1996) ha sido el que ha dado con una de las expresiones más divulgadas: la Generación Net. Para este reconocido gurú de las tecnologías de la información aplicadas al mundo de los negocios, los miembros de esta generación son entendidos, resueltos, analíticos, creativos, inquisitivos, aceptan la diversidad, son socialmente conscientes y, entre un sinfín de atributos, viven de cara a lo global”. La filosofía de la Generación



Net se resume en el slogan: “Si no sabe, pregúntele a sus hijos”. Para este autor, los jóvenes se sienten más cómodos en el nuevo entorno digital, están más alfabetizados que sus padres.

Aunque no son jóvenes todos los que tienen acceso y usan intensamente Internet, sí estamos ante el segmento de edad de la población en el que hay un mayor uso de estas herramientas. Factores de género, clase social, nivel de estudios y ocupación influyen decisivamente a la hora de establecer divisorias entre quienes aprovechan las posibilidades de Internet y quienes no pueden utilizar esta herramienta, o al menos no lo hacen con tanta intensidad. La divulgación de etiquetas como Generación Net apuntan hacia la construcción de unos imaginarios sociales que quieren asentar la fusión entre la condición juvenil y el uso intensivo de Internet.

Presentar el factor edad como el verdadero creador de las brechas digitales tiene para Vincent Mosco (2005: 80) dos graves consecuencias. La primera guarda relación con la afirmación, en la línea de Tapscott, de que por primera vez en la historia los adolescentes y jóvenes están más alfabetizados que sus padres. Habría que analizar en profundidad hasta qué niveles llega efectivamente esta alfabetización intuitiva e innata que muchos asocian a las nuevas generaciones. El análisis de Mosco apunta no tanto a este hecho puntual sino a la idea de fondo, que consiste en la erosión que ejercen estas afirmaciones sobre la autoridad y la capacidad crítica de los adultos.

La segunda consecuencia tiene que ver con las causas de la Brecha Digital. Para Mosco, existe el peligro de situar estas brechas en el espacio generacional, en el factor edad, y descuidar los verdaderos motivos que generan desigualdades en el mundo, no sólo en el acceso a Internet.

Estas últimas reflexiones nos dan pie para sugerir algunos de los aspectos negativos de esta asociación ingenua entre jóvenes e Internet. En primer lugar, presentar a la Generación Net como la más *cool* supone, en cierta medida, favorecer unos tipos de relaciones sociales que son altamente funcionales a las nuevas necesidades del capital surgidas en la Era de la Información. Las destrezas del joven experto en Internet son las que más va a valorar el mercado en la actualidad, y por lo tanto interesa que se lleven a cabo procesos intensos de alfabetización en ese sentido.

En segundo lugar, resulta contradictoria la exaltación de los vínculos sociales

en una época caracterizada por la crisis y el desmoronamiento de ciertas redes sociales que, en épocas anteriores, permitían al individuo construir su proyecto personal e integrarse en la sociedad. En este sentido, Zigmunt Bauman (2002) plantea que hemos entrado en el periodo de la Modernidad Líquida, en el que se han derretido los cimientos que parecían inmutables en épocas anteriores, y que permitían conectar al individuo con las estructuras sociales. Se han derretido y evaporado instituciones (públicas) servicios sociales (educativos y sanitarios que en algunos países eran gratuitos y universales) y valores (solidaridad, emancipación) sobre los que se había construido la convivencia social durante décadas en las sociedades avanzadas.

Por un lado, el nuevo entorno sociocultural y tecnológico favorece el lenguaje de los vínculos y el valor de las relaciones interpersonales. Pero, por otro lado, en esta misma sociedad se cortan otros vínculos que permiten el desarrollo personal y colectivo. Como apunta Richard Sennett (2000), las consecuencias personales del nuevo capitalismo flexible conducen a *la corrosión del carácter*, entendido éste como la apuesta a largo plazo por construir relaciones estables:

*“Nada a largo plazo es el principio que corroe la confianza, la lealtad y el compromiso mutuos...Las condiciones de la nueva economía se alimentan de una experiencia que va a la deriva en el tiempo, de un lugar a otro lugar, de un empleo a otro...El capitalismo a corto plazo amenaza con corroer el carácter, en especial aquellos aspectos que unen a los seres humanos entre sí y brindan a cada uno de ellos la sensación de un yo sostenible (Sennett, 2000: 22-25).*

### **Vidas Privadas de Sentido**

La abundancia e intensidad de uso de los canales tecnológicos de comunicación no impiden la corrosión del carácter ni la disolución de algunos vínculos sociales fundamentales para el desarrollo personal y colectivo. Junto a la erosión de las relaciones interpersonales, asistimos en nuestros días a intensos procesos sociales que conducen al individualismo y a la privatización de la vida. Habría que constatar, en relación con el tema que nos ocupa, que predomina una vida privada, pero privada de sentido (Vizer, 2003). Una vida aislada, perdida en la impersonalidad del sistema, en la que “otras formas de anclaje en realidades y en vínculos que no sean los económicos o los del consumo y del deseo inducido y permanente pierden rápidamente valor como garantes de la vida social. Como



sugiere Eduardo Vizer (2003), el individuo no sufre pérdida de valores, sufre pérdida de sentido de realidad. El valor no existe en sí mismo, sino que es generado y expresado en la relación y el vínculo con el otro, con las instituciones, con la cultura o con lo sagrado”.

La paradoja que depara el actual contexto tecnológico para el individuo contemporáneo, en especial para los adolescentes y jóvenes – inmersos en procesos de construcción de la identidad personal – es que la abundancia de canales tecnológicos para realizar operaciones no garantiza la puesta en marcha de procesos que favorezcan la interpretación del mundo ni la construcción de sentido. Nunca en otra época existieron tantos canales para la transmisión de información junto a tantas carencias para la comunicación, el encuentro y el sentido de la vida. En esta misma línea apuntan las reflexiones de José Antonio Pérez Tapias (2003), con un toque *frankfurtiano* de crítica a la racionalidad instrumental de una sociedad altamente tecnologizada:

*“Podemos conectar esta disolución (del sentido) con el desencantamiento que ha implicado la conformación de una civilización tecnológica en la que la tecnología, puesta además al servicio de los intereses económicos y políticos de los grupos y clases dominantes en medio de relaciones sociales muy asimétricas, ha invadido otras esferas de la realidad social y ha impuesto en ellas su reduccionista racionalidad que todo lo somete a los criterios de la utilidad y la eficiencia (medida ésta en términos económicos)” (Pérez Tapias, 2003 :176).*

En definitiva, el uso intensivo de Internet por parte de amplios sectores de jóvenes apunta no sólo a la utilización de una red tecnológica. Sugiere también una búsqueda de tramas que den sentido a la realidad y a la vida. Continuando con Vizer (2003:189), “la trama es sobre todo la construcción de una red de sentido, y se manifiesta en relatos, en acciones, en conversaciones, en palabras y en imágenes. La trama es real, es simbólica y es también imaginaria. Los seres vivos vivimos enredados en la búsqueda y el reconocimiento de los sentidos “preconstruidos” por la cultura, por las instituciones de nuestras sociedades, por nuestros grupos de pertenencia, por la familia, por nuestros afectos y frustraciones. Vivimos dentro de una ecología de redes de sentido”.

En los procesos de uso y apropiación tecnológica por parte de los jóvenes

observamos estas ambigüedades apuntadas en nuestra reflexión. Por un lado, la posibilidad de utilizar las nuevas redes tecnológicas para la construcción de la identidad y para la búsqueda del sentido de la vida; aunque no se utilicen estas expresiones, sí latan estas tentativas tras muchas de sus prácticas. Por otro lado, la potenciación de la dimensión relacional del ser humano se presenta sumergida en un entorno mercantilizador y comercial, en el que las propias relaciones son concebidas como una mercancía más. Para decantar esta ambigüedad hacia el lado crítico y humanizador será fundamental el diseño, por parte de la agencia educadora, de una estrategia tecnológica de carácter sociocéntrico, en la que el factor tecnológico se encuadre en un proyecto pedagógico, social y político que permita aprovechar todas las potencialidades relacionales de las tecnologías y, asimismo, mitigar sus efectos negativos.

## Referencias

- Abril, G. (2003). *Presunciones II. Ensayos sobre comunicación y cultura*. Salamanca: Consejería de Educación y Cultura de la Junta de Castilla y León.
- Bajtín, M. Las formas del tiempo y del cronotopo en la novela, en Bajtín, M. (1989): *Teoría y estética de la novela*. Madrid: Taurus.
- Bauman, Z. (2002). *Modernidad Líquida*. México, DF: Fondo de Cultura Económica.
- Bernete, F. (coord.) (2007). *Comunicación y lenguajes juveniles a través de las TIC*. Madrid: INJUVE.
- Castells, M. (1997). *La era de la Información. Vol. I: la sociedad red*. Madrid: Alianza Editorial.
- Dabas, E. y Najmanovich, D. (comps.) (1995). *Redes. El lenguaje de los vínculos. Hacia la reconstrucción de la sociedad civil*. Buenos Aires: Paidós.
- Duch, L. (2002). Antropología de la comunicación, en *Análisi*, nº. 29, 21-40.
- Fundación Auna (2005): *Generación e*. Barcelona: Auna.
- García Roca, J. (1994). *Las constelaciones de los jóvenes. Síntomas, oportunidades, eclipses*. Barcelona: Cristianisme I Justicia.
- Giddens, A. (1993). *Consecuencias de la modernidad*. Madrid: Alianza.
- Gordo, A. (2006). *Jóvenes y cultura messenger. Tecnologías de la información y de la comunicación en la sociedad interactiva*. Madrid: FAD/INJUVE.
- Harvey, D. (1989). *La condición de la postmodernidad*. Buenos Aires. Amorrortu.
- Lewis, D. (1999). *La pantalla ubicua*. Buenos Aires: La Crujía.
- Marí, V.M. (1999). *Globalización, nuevas tecnologías y comunicación*. Madrid:



Ediciones de la Torre.

Martín Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gedisa.

Martín Criado, E. (1998). *Producir la juventud*. Madrid: Istmo.

Mosco, V. (2005). *The Digital Sublime. Myth, power and cyberspace*. Cambridge: MIT Press.

Pérez Tapias, J.A. (2003). *Internautas y naufragos. La búsqueda del sentido en la cultura digital*. Madrid: Trotta.

Sennett, R. (2000). *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo flexible*. Barcelona: Anagrama.

Tapscott, D. (1996). *Growing up Digital: The Rise of the Net Generation*. New York: McGraw-Hill.

Thompson, J.B. (1999). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Turkle, S. (1997). *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet*. Barcelona: Paidós.

Vizer, E. (2003). *La trama (in)visible de la realidad social. Comunicación, sentido, realidad*. Buenos Aires: La Crujía.

Wolton, D. (2004). *La otra mundialización*. Barcelona: Gedisa.