

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

Directoras: Dra. Paulina B. Emanuelli - Lic. Cecilia Ulla (doctoranda)  
paulinaemanuelli@gmail.com ; cecilia\_ulla@hotmail.com

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 Valdez – D.G. Soledad Moreno-

**Objetivos:**

**General:**

- Reconocer y caracterizar las nuevas formas de socialidad y configuraciones culturales de mundo que se construyen y sostienen con el uso de algunas redes sociales digitales entre jóvenes universitarios en la actualidad, en la ciudad de Córdoba.

**Específicos:**

- Indagar sobre las configuraciones de mundo al ingresar a la universidad respecto de: familia, estudio, placer, cuerpo, felicidad, temor, vida, futuro, habitat, entre otros.
- Relevar al momento del ingreso y durante el primer año de estudio relatos de los estudiantes sobre las experiencias vividas en le acercamiento al vida universitaria y que fueran mediadas por redes sociales digitalizadas.
- Analizar los procesos de socialidad que se producen dentro del primer año en la ECi a través de redes sociales digitalizadas.
- Relacionar los análisis obtenidos y establecer conclusiones.

**De Finalidad:**

- Realizar un aporte sobre la caracterización de quienes estudian hoy en la universidad para mejorar los modos de llevar adelante prácticas académicas.
- Aportar conocimiento para planificar y generar acuerdos sobre la cultura institucional en función de la mirada de los estudiantes.

## Fundamentación

### De los jóvenes en el contexto actual.

Quienes son objetos de nuestro interés de estudio tienen entre 18 y 30 años, en muchos casos se los considera Generación Y<sup>1</sup> o Millennials.

Nacieron rodeados de tecnología, consumo y publicidad y con una dominante cultural<sup>2</sup> que marcó su crecimiento.

En general suelen ser consumistas y pesimistas, se los considera desconfiados de la política en general y de los gobiernos. Sin embargo los grupos de “indignados” en Europa, Estados Unidos, entre otros, son movimientos que persiguen distintas reivindicaciones y expresan un posicionamiento en contra de la política y los partidos tradicionales.

En Argentina a partir de la crisis del 2001 se observa un cambio, pues numerosos jóvenes comienzan a participar de la vida política de diferentes maneras.

Se caracteriza a algunos como impulsivos y se los conoce como “nativos digitales” considerándolos por ello “tecnológicamente muy conectados”. Han tenido uso desde muy pequeños de las más diversas tecnologías como DVD, SMS; comunicación por teléfono celulares, reproductores de MP3, juegos como Play Station, acceso a Internet con todos sus servicios y por tanto a redes sociales como You Tube, Facebook, Twitter. Suelen aislarse en el mundo “virtual - digital” por lo que no son buenos escuchas y su compromiso social más fuerte se dirime y diluye en las sociedades digitales. En esta investigación son unidades de observación, jóvenes estudiantes de primer año de la carrera de comunicación social de la Escuela de Ciencias de la Información, de la Universidad Nacional Córdoba.

---

<sup>1</sup> Se denomina Generación Y a la generación internacional nacida entre 1982 y el 1994.

<sup>2</sup> Al decir de Frederic Jameson se expandió una *dominante cultural*, donde el individuo es el principal protagonista. Las características de esta 'dominante cultural' son:

- Una nueva superficialidad (se relaciona a una nueva cultura de la imagen, estética y simulacro)
- Un tipo nuevo de emocionalidad ('intensidades' basadas en lo individual hedonista y placentero)

Un consecuente debilitamiento de la historicidad. Tanto en relación con la historia pública como privada. Ya no importa el futuro. Sólo el presente es relevante y algo del pasado que conviva sin conflicto. Frederick Jameson (1992) *"El posmodernismo o la lógica del capitalismo avanzado"*. Ed. Piados. Buenos Aires.

## **Las redes sociales: una mirada desde lo digital.**

Las **redes sociales**, estructuras compuestas de grupos de personas que interactúan. Amistad parentesco, intereses comunes, los internautas, comparten conocimientos, entretenimiento y hobbies. En su interrelación ponen de manifiesto sus potencialidades, afectividades, preferencias, necesidades y carencias.

En el lenguaje cotidiano se ha utilizado libremente la idea de "*red social*" durante más de un siglo para denotar conjuntos complejos de relaciones entre miembros de los sistemas sociales en todas las dimensiones, desde el ámbito interpersonal hasta el internacional. El análisis de redes sociales produce una visión a la vez alternativa y complementaria, en la cuál los atributos de los individuos son menos importantes que sus relaciones y sus vínculos.

La idea de crear una comunidad virtual basada en la WEB en que la gente compartiera sus gustos y sentimientos no es nueva. La **Web 2.0**, permitió a los usuarios interactuar y colaborar entre sí como creadores de contenido autogenerados, diferenciándose de los sitios web donde los usuarios se limitaban a la observación pasiva de los contenidos que eran creados para ellos.

Actualmente existen más de 250 redes sociales digitales<sup>3</sup> 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 Asia<sup>4</sup>.

Las 10 redes sociales más utilizadas<sup>5</sup> son Facebook, You tube, Twitter, Yahoo, Respuestas, Hi5, MySpace, Menéame, Metroflog, Badoo y Orkut.

Serán objeto de estudio en este trabajo las redes Facebook y Twitter que son las más usadas por los estudiantes<sup>6</sup>.

Actualmente más de un 98% de los ingresantes a la Escuela de Ciencias de la Información, posee cuenta en Facebook<sup>7</sup>.

---

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

<sup>4</sup> 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.

<sup>5</sup> Según datos proveídos por **Alexa Internet**. Alexa. The Web Information Company. (2012). provee información acerca de la cantidad de visitas que recibe un sitio Web.

<sup>6</sup> En este primer proyecto se realiza un recorte de factibilidad y tiempo por lo que no se abordarán como objetos estudio, ni You Tube ni otras redes sociales digitales.

Así definidas las unidades de análisis y las redes digitales objeto de estudio, se plantean los siguientes interrogantes de trabajo:

¿En que medida el uso de redes sociales digitales incide en el proceso de inclusión a la vida universitaria?

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

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

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

En esta época que algunos denominan “revolución virtual” donde los procesos comunicativos son mediados por tecnologías digitales. Estamos “... en presencia de mutaciones en las condiciones en que el hombre habita el mundo...Lo que diferencia el momento que vivimos, es según Serres la inmersión de nuestro cuerpo en un espacio y tiempo realmente nuevos...(que son) ...introducidos por la mutación producida por la técnica del hombre, tanto en la biología genética como en la comunicación – tejido de la socialidad.<sup>8</sup>”

Se trata de una nueva forma de intercambio simbólico y construcción de relaciones interpersonales dentro de un grupo específico, especialmente en la juventud, que va a constituir un nuevo mundo compartido y construido por sus miembros en base a las representaciones sociales e imaginarios colectivos, con fuerte implicaciones intersubjetivas. Para Michel Maffesoli, la socialidad es una clasificación necesaria para el análisis de una sociología de la vida cotidiana u ordinaria; donde la experiencia en el otro, fundamenta la comprensión de nuestra era. De esta forma, de manera dialéctica, las denominadas Tribus Urbanas<sup>9</sup> a modo de expresión y alejamiento de la monotonía de lo institucionalizado, van a ser representantes de un “nuevo espíritu del tiempo que se puede llamar con el nombre de socialidad”.

---

<sup>7</sup> Según encuesta realizada por el Taller de Metodología de la Investigación Aplicada, - ECI , FD y CS , UNC- a ingresantes a la Carrera de Comunicación Social en el año 2012.

<sup>8</sup> Martín Barbero, Jesús (2002)“La globalización en clave cultural: una mirada latinoamericana” Departamento de estudios socio culturales. ITESO, Guadalajara, México.

<sup>9</sup> En esta presentación se rescata especialmente el concepto de socialidad que M. Maffesoli estudia en las Tribus Urbanas.

En estos procesos producidos en una red intertextual, mediada por estas tecnologías, es donde 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 los sentidos; se crea una cosmovisión de mundo que incide en la comprensión y percepción que tienen los sujetos del mundo en el que interactúan.

En esta “revolución virtual” todo se transforma. Al respecto Zygmunt Bauman deja en claro que la naturaleza y sustancia de las relaciones, han cambiado. “...A diferencia de las “relaciones”, el “parentesco”, la “pareja” e ideas semejantes que resaltan el compromiso mutuo y excluyen o soslayan a su opuesto, el descompromiso, la “red” representa una matriz que conecta y desconecta a la vez: la redes sólo son imaginables si ambas actividades no están habilitadas al mismo tiempo. En una red, conectarse y desconectarse son elecciones igualmente legítimas, gozan del mismo estatus y de igual importancia...Las conexiones son “relaciones virtuales”<sup>10</sup>...

¿Cómo abordar este mundo de los jóvenes estudiantes como un espacio de cierta autonomía con interdependencia de sus partes?. Como abordarlo en un mundo donde la única certeza es la incertidumbre...

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

Inicialmente el término “cosmovisión” fue planteado en 1914 por Wilhelm Dilthey<sup>11</sup> que consideraba que la experiencia vital estaba basada en el conjunto de principios de la sociedad y de la cultura en la que se había formado. Una experiencia que además de intelectual, era también moral y emocional. Desde esta perspectiva, las relaciones, sensaciones y emociones producidas por la experiencia vital, en un ambiente determinado, contribuyen a conformar una cosmovisión individual que reconoce e interpreta el mundo que la rodea. Se entiende entonces que “Una cosmovisión provee un modelo *del mundo* que guía a sus adherentes *en el mundo*”<sup>12</sup>.

---

<sup>10</sup> Bauman, Zygmunt (2005) “Amor Líquido. Acerca De La Fragilidad De Los Vínculos Humanos. Fondo de cultura económica, México DF. Prólogo Pág. 5.

<sup>11</sup> Introducción a las Ciencias Humanas. “*Einleitung in die Geisteswissenschaften*” en 1914.

<sup>12</sup> Walsh and Middleton,( 1984), *The Transforming Vision (La Visión Transformadora - Downers Grove, Ill.: InterVarsity, 32.*

Las cosmovisiones de mundo son diferentes, aunque puedan tener algunas características comunes o similares, ya que las condiciones de existencia de los actores sociales construyen diversos habitus y configuraciones de la realidad.

Con este trabajo intentamos aceptar la invitación a '*activar una escucha teórica diferente, mucho más cauta y crítica*'<sup>13</sup> de Carlos Scolari.

### Desarrollo:

#### Estado de avance del Proyecto para el primer año

Este Proyecto inició su desarrollo en dos sentidos: uno concreto práctico para caracterizar y definir las unidades de observación y otro de discusión teórica con el objeto de definir un marco teórico común.

Se propuso la confección de un diario de consumo de las redes sociales (Facebook y Twitter) a los integrantes del equipo de investigación. El objetivo es reflexionar sobre sus propias prácticas y usos de las redes sociales.

Al mismo tiempo, se llevan adelante Seminarios internos de discusión teórica sobre 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. Estos seminarios están en curso y continuarán en la segunda etapa incluyendo la discusión sobre resultados parciales obtenidos.

Para tener claridad sobre las características de los ingresantes y definir las unidades de observación se aplicó una encuesta llevada adelante por el Taller de Metodología de la Investigación Aplicada, - ECI, FD y CS , UNC. En ella se le solicitaba información a ingresantes a la Carrera de Comunicación Social en el año 2012 respecto del uso de Facebook y Twitter. Además se le solicitó su mail y voluntad de participar en la investigación. La idea fue además de conocer las características de la población, facilitar la definición de casilleros tipológicos.

Acercamos a continuación algunos datos de la encuesta<sup>14</sup> realizada a Ingresantes año 2012:

---

<sup>13</sup> Scolari, Carlos (2008) Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Barcelona: Editorial Gedisa.

<sup>14</sup> La tablas de contingencia y cerramientos de preguntas abiertas están siendo analizadas por lo que no se presentan en este informe.

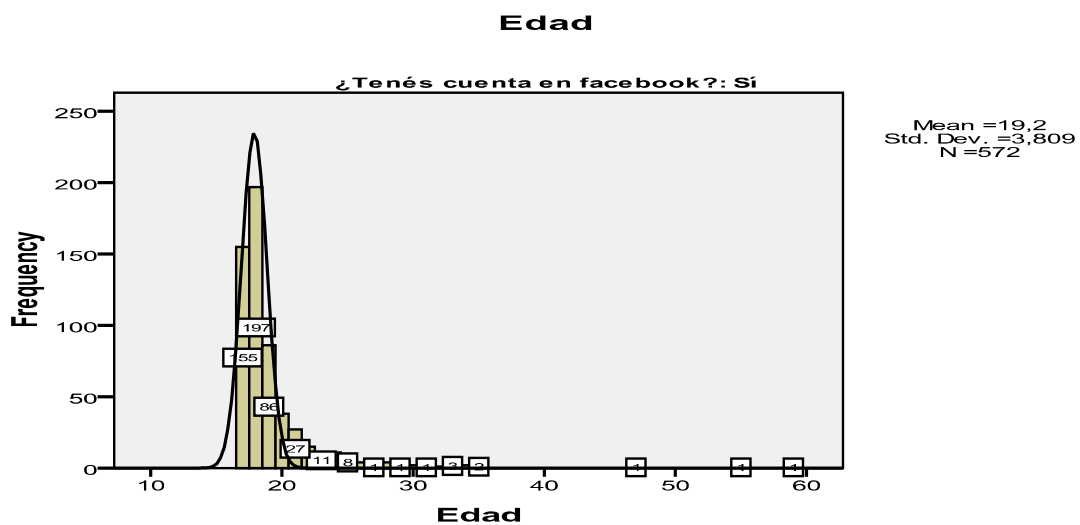
## **SOBRE LOS INGRESANTES ENCUESTADOS:**

**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.

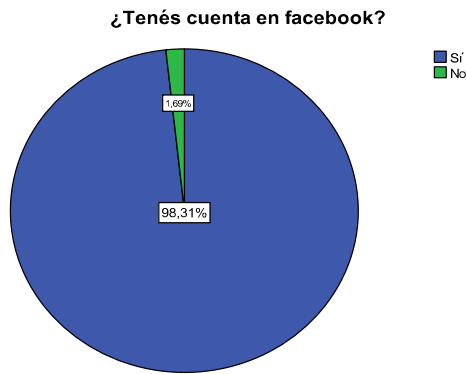


### **Lugar de procedencia**

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

## **USO DE FACEBOOK**

De un total de 590 ingresantes, la casi totalidad, un 98%, tiene cuenta en facebook



### **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.

## **RESULTADOS PARA AQUELLOS 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. Éstos datos son llamativos si se tiene en cuenta la cantidad de contactos que poseen



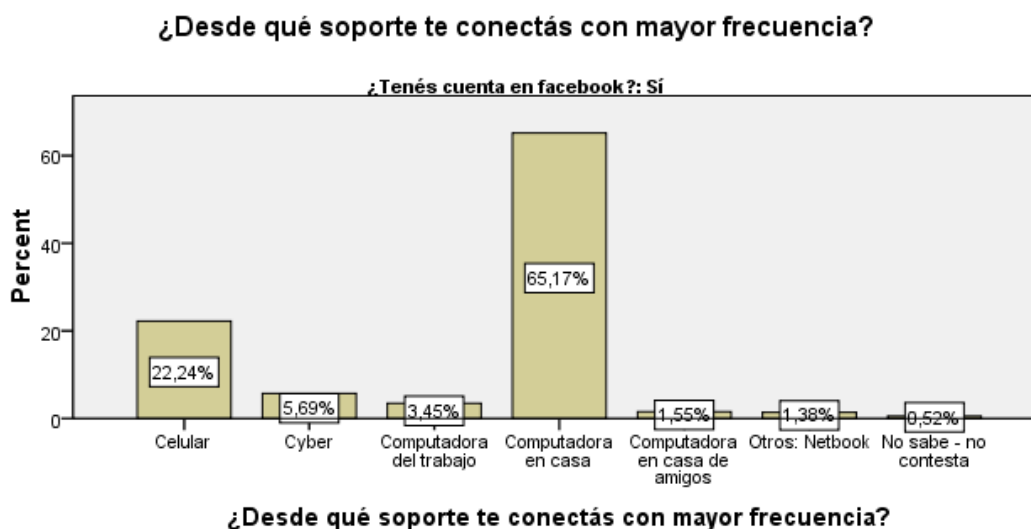
(ver más abajo). Por la cantidad de contactos que poseen, el investigador supone, en primera instancia, que dedican más horas de tiempo en cada oportunidad de conexión.

### **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. Computadora familiar y celular parecen ser los medios más utilizados por estos jóvenes para conectarse a facebook.



#### **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

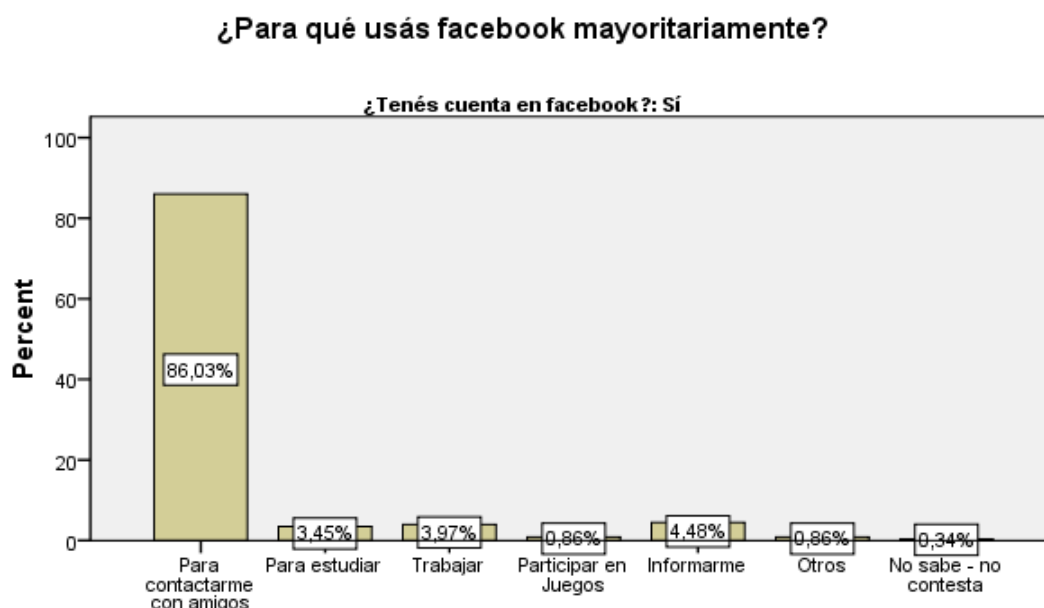
un segundo soporte. Es decir, utilizan primordialmente ó la computadora en su casa; ó el celular.

### Soporte utilizado en 3º lugar...

Solo 265 ingresantes de los 580 dijo que utiliza 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 ver 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 utiliza facebook para estudiar. Por otra parte, resulta interesante observar que 26 personas (un número casi igual que en el caso anterior) indicó que utiliza facebook, 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:

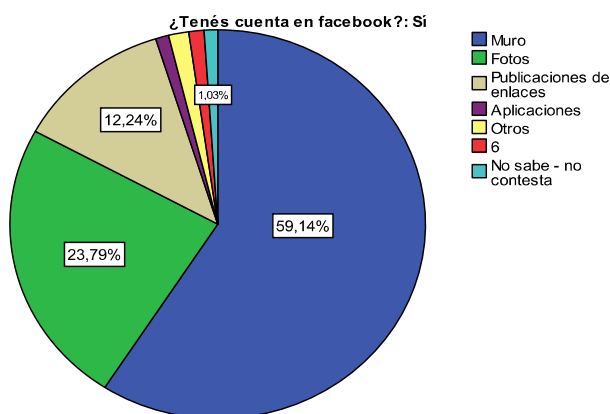
- Informarse ( un 18%)
- Estudiar (un 16%)
- Otros (un 10%). En este grupo se ubican aquellos que indicaron usar facebook fundamentalmente para para bajar música, chatear, bajar links.

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 ¼ 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 ó porque son amigos de la vida cotidiana; amigos de amigos; ó porque son

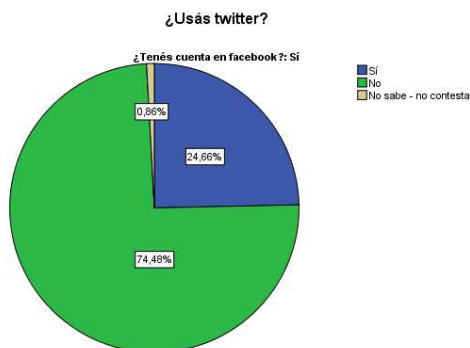
conocidos de conocidos; ó familiares. Mientras tanto, un 5% indicó no tener ningún criterio particular para elegir los amigos y un 3% señaló que eligen a sus amigos a partir de la revisión de la información que encuentran de los contactos en los perfiles: si encuentran que hay gustos e intereses comunes, entonces los eligen.

### **A quiénes NO aceptan como amigos**

Es interesante ver los criterios que usan los estudiantes para no aceptar a 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 ó no tienen ganas de aceptar a quienes no les cae bien; no les agrada o no les interesa (un pequeño 4%)ó a aquellos que tiene pocos o ningún contacto en común.

### **USO DE TWITTER**

De 590 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. Hubieron 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 tanto, de un total de 248 varones, un 23% tiene también cuenta en ésta red social. Los porcentajes están casi empatados.

### **¿Cuántas veces por semana usan Twitter?**

Mientras el 12% de sujetos ingresa entre 1 y 3 veces semanales a Twitter, el restante 11% ingresa entre los 4 y los 7 días por semana.

### **¿Con quiénes se conectan ?**

En relación con esta pregunta, importante es destacar que de 580 facebookeros, casi  $\frac{3}{4}$  no respondió. Mientras tanto, 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.

## **USO DE OTRAS REDES SOCIALES**

### **¿Están en otras redes sociales?**

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

Bibliografía:

## A. **BIBLIOGRAFÍA**

- Bauman, Zygmunt : (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) “44 cartas desde el mundo líquido”. Ed. Paidós. Buenos Aires.
- Martín Barbero, Jesús (2002)“La globalización en clave cultural: una mirada latinoamericana” Departamento de estudios socio culturales. ITESO, Guadalajara, México.
- Castorina, José Antonio (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.
- Chartier, Roger (1992) “El Mundo como Representación. Historia Cultural: entre práctica y Representación”. Editorial Gedisa, Barcelona,
- Duby, G (1974): "Historia social e ideologías de las sociedades", en P. Nora (Ed.), *Hacer la Historia*. Editorial Laia. Barcelona.
- Elias, Norbert (1989) El Proceso de la Civilización. Fondo de Cultura Económica. México.  
(1990) La Sociedad de los Individuos. Península. Barcelona.
- Feixa, Carles (2006) "GeneraciónXX. Teorías sobre la juventud en la era contemporánea". Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud. Vol.4,N 2 [revistacinde@umanizales.edu.co](mailto:revistacinde@umanizales.edu.co)
- Maffesoli, Michel (1990) "El tiempo de las tribus" Icaria. Barcelona.
- Mattelart, Armand (2000) “Historia de la utopía planetaria. De la ciudad profética a la sociedad Global”. Paidós . Barcelona. España.  
(2002) “Historia de la sociedad de la información”. Paidós. Barcelona. España.
- Martín Barbero, Jesús (2002) “La globalización en clave cultural: una mirada latinoamericana” Departamento de estudios socio culturales. ITESO, Guadalajara, México.
- Reguillo, Rossana (2001)"Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto".Norma. Bs. As.
- Scolari, Carlos.(2008) “Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva”. Editorial Gedisa. Barcelona.
- Walsh, Brian J. y Middleton, J. Richard (1984) “The Transforming Vision” (La Visión Transformadora). InterVarsity. Downers Grove, Illinois. USA.
- Grimson, Alejandro (2011) “Los límites de la cultura”. Siglo XXI Editores S.A.. Bs. As.
- Wallerstein Immanuel (Coord.) (1996) “Abrir las ciencias sociales” ED Siglo XXI. México DF.
- Solari, Carlos (2008) Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Se continuará incorporando bibliografía según sea necesario.