

Gustavo Adolfo LEÓN DUARTE*

Comunicación digital interactiva y nuevos enfoques de análisis en las prácticas culturales: La perspectiva interdisciplinar en el estudio de la producción audiovisual

Interactive digital communication and new analysis approaches in cultural practises: The interdisciplinary perspective on the study of audiovisual production

José Alberto ABRIL VALDEZ*

Resumen

El texto centra su atención en el establecimiento de algunos puntos de reflexión en torno al audiovisual y a las transformaciones que ha sufrido con la llegada de las nuevas tecnologías e Internet. Propone abrir, desde una perspectiva interdisciplinaria, algunas líneas de estudio que quizás puedan servir para el análisis específico de la comunicación audiovisual y las nuevas prácticas culturales que se producen en la era de Internet. Para ello, se describen críticamente cuáles son y en qué consisten dichas transformaciones, enfatizando el papel activo de ciertos campos disciplinares y la síntesis interdisciplinar entorno al papel que juega el espectador convertido en usuario.

Palabras clave

Investigación; Comunicación; Interdisciplina; Producción Audiovisual; Cultura.

Abstract

The text focuses on the establishment of some thoughts about the audiovisual and the transformations undergone by the arrival of new technologies and the Internet. Propose open, from an interdisciplinary perspective, some lines of study that may be used for the specific analysis of audiovisual communication and the new cultural practices that occur in the Internet age. These transformations are described critically, emphasizing the active role of interdisciplinary synthesis environment to the role the viewer become user.

Keywords

Research; Communication; Cross-discipline; Interdisciplinary Analysis; Audiovisual Production; Culture.

Sumario

1. Contexto. El audiovisual ante un nuevo panorama. 2. Los nuevos procesos de comunicación audiovisual como objetos de estudio: ¿Hacia un cambio de perspectiva? 3. Los nuevos procesos de comunicación audiovisual y las nuevas prácticas culturales en la era de Internet desde una perspectiva interdisciplinaria; 4. Conclusión. Apuntes para una propuesta interdisciplinaria del análisis. 5. Referencias bibliográficas

Summary

1. Context. The front of the new audiovisual panorama. 2. The new audiovisual communication processes as objects of study: ¿Towards a change of perspective? 3. The new audiovisual communication processes and new cultural practices in the Internet age from an interdisciplinary perspective. 4. Conclusion. Notes for an interdisciplinary analysis. 5. Bibliographical references

1. Contexto. El audiovisual ante un nuevo panorama

Afirman Gilles Lipovetsky y Jean Serroy (2009), que en menos de medio siglo hemos pasado de “la pantalla espectáculo a la pantalla comunicación, de la unipantalla a la omnipantalla” y que bajo esa misma lógica evolutiva el presente puede describirse como el siglo de la pantalla multiforme, planetaria y multimediática. Es el siglo de lo que ellos mismo llaman el fenómeno de la “pantalla global”. Evidentemente se refieren al carácter omnipresente que la imagen en movimiento ha adquirido en menos de veinte años, en el contexto de la globalización; omnipresencia que va de la mano del advenimiento de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) que han permitido la ampliación y diversificación de las formas de registro, reproducción, distribución y circulación de dichas imágenes.

En ese sentido el panorama de la producción y representación audiovisual de la realidad, de nuestras distintas realidades, se ha transformado radicalmente. El cine, por ejemplo, medio fundacional de dichos procesos, hace tiempo, que abandonó su carácter único, prácticamente exclusivo, para convertirse sólo en una de las muchas maneras y posibilidades con las que técnica registra y reproduce nuestras acciones mediante la imagen animada (Gubern, 2000).

Uno de los fenómenos tecnológicos específicos que han contribuido a esta transformación del panorama audiovisual es, precisamente, Internet. Internet ha sido una de las tantas vías que han contribuido a la conformación de ese gran espectro que es la *Pantalla Global*. Por sus características no sólo ha permitido la fácil circulación de material audiovisual, pensar lo contrario (Internet, la computadora, sólo como un dispositivo) es reducir el asunto a algo pura y fríamente tecnológico: “es imposible no darse cuenta –dicen Lipovetsky y Serroy (2010: 11)-: que lo que está en proceso es una tremenda mutación cultural que afecta a crecientes aspectos de la creación e incluso de la propia existencia”.

En nuestra opinión Internet ha venido a transformar las formas de creación y producción audiovisual así como nuestras maneras de aproximarnos a ellas en tanto espectadores. Es el papel del espectador, las prácticas espectatoriales en general, esos procesos de recepción de imágenes, las que también se han transformado radicalmente (Stam, 2001), porque el audiovisual no sólo es ahora parte de ciertas prácticas culturales y facilitador de nuestra facultad humana de procesar símbolos ligadas al uso de Internet (Castells, 1997), sino que ha devenido en una práctica *cibercultural* por sí misma (Piscitelli, 2002). Es decir, la imagen se ha insertado a ese “conjunto de técnicas (materiales e intelectuales), de prácticas, de actitudes, modos de pensamiento y valores que se desenvuelven conjuntamente con el crecimiento del ciberespacio” (Lévy, 2007: 17). Si bien el uso a veces indiscriminado de material audiovisual ha contribuido a una saturación visual, lo cierto es que, también, ha formado parte importante en la conformación de comunidades virtuales, de grupos socialmente organizados, culturalmente activos, que han tomado la imagen como elemento de socialización y cohesión e Internet como plataforma (Roig, 2011). Al respecto Jenkins (2009), señala que ha emergido una nueva cultura de carácter participativo en la que el espectador y el consumidor cultural (audiovisual para el caso) cobra un papel activo fundamental pues se auto-configura a través de tres intersecciones:

- 1) Las nuevas herramientas y tecnologías de la información permiten a los consumidores archivar, comentar, apropiarse y volver a poner en circulación los contenidos mediáticos.
- 2) Una gama de prácticas y subculturas promueven la producción mediática del [[hazlo tú mismo]], un discurso que condiciona el uso de esas tecnologías por parte de los consumidores; y,
- 3) Las tendencias económicas que favorecen los conglomerados mediáticos horizontalmente integrados que fomentan el flujo de imágenes, ideas y narraciones a través de múltiples canales mediáticos y demandan tipos más activos de espectadores (*Ibíd*: 163).

Por su parte, Antoni Roig (2011), bajo esa misma lógica, señala que no debe resultar para nada exagerado plantear que la interconexión de los *públicos* alrededor de cierto tipo de intereses, experiencias e inquietudes comunes logra ser uno de los principales motores de transformación no sólo de las industrias culturales sino del propio concepto de producción cultural, en la que la tendencia a la participación, la colaboración, el diálogo crítico, la reapropiación, el

intercambio, la difusión o la (co)creación de (y con) los públicos en la cultura audiovisual contemporánea es un rasgo por demás característico. En este sentido, Jenkins propone un nuevo mapa en el que ubicar los nuevos procesos espectatoriales, de consumo cultural y mediático planteando nuevas maneras de aproximación:

Si el actual entorno mediático hace visible la labor antaño invisible de los espectadores de los medios de comunicación, es un error suponer que estamos siendo liberados de algún modo por las tecnologías digitales. *Más que hablar de tecnologías interactivas, deberíamos documentar las interacciones que acontecen entre los consumidores mediáticos, entre los consumidores mediáticos y los textos mediáticos, y entre los consumidores mediáticos y los productores mediáticos.* (Jenkins, 2009: 163).

Es evidente, entonces, que desde el punto de vista de la investigación social estos cambios también plantean y exigen nuevas ubicaciones desde donde mirar esta realidad, cómo reflexionarla y, por tanto, cómo abordarla.

2. Los nuevos procesos de comunicación audiovisual como objetos de estudio: ¿Hacia un cambio de perspectiva?

Como se ha sugerido anteriormente, los cambios que la globalización plantea, así como los que han introducido las TIC, en especial Internet, demandan la conformación de nuevas perspectivas desde donde mirar la realidad social-cultural; si esta realidad se ha transformado, es lógico que ésta plantee la necesidad de nuevos paradigmas y teorías para entenderla y explicarla. Estos cambios impulsan, consecuentemente, la necesidad de un cambio en las ciencias sociales que se encargan pues de explicarnos el mundo y de cómo nos involucramos con él (Wallerstein, 1999). Estos cambios no son ajenos, claro ha quedado, a los medios de comunicación, menos aún si se considera que son ellos y sus transformaciones los que –tal como señala Giddens (2002)– han tenido una influencia y un peso más que significativo en los procesos de globalización.

Los procesos de comunicación audiovisual, sean vistos desde el punto de vista industrial o bien desde el punto de vista estético y socio-cultural, en tanto parte inherente de estos cambios (que implican procesos de distribución, circulación, acceso y consumo, prácticas de interacción y socialización,

entre otras muchas cosas más), no pueden ser aislados de este contexto para su estudio. Cabe preguntarse entonces: ¿Ante estas nuevas condiciones, ante este nuevo panorama, necesariamente tienen que formularse nuevas teorías? O bien, ¿Efectivamente hoy en día los viejos o paradigmas tradicionales resultan útiles? Esta preocupación ha estado presente en las reflexiones de dos campos que se han encargado de suministrar la mayor parte de la producción teórica relacionada con los procesos de comunicación audiovisual que en la actualidad cobran un papel decisivo, supra-significativo y que debería, por lo mismo, ganar cierta centralidad en los intereses de las nuevas ciencias sociales (Calhoun, 2010).

Por un lado, está el campo académico concerniente a la cultura cinematográfica, raíz y punto de partida para la teorización de lo audiovisual, en todas sus implicaciones, atenta a las transformaciones tecnológicas y estéticas que las imágenes en movimiento han sufrido a lo largo de poco más de un siglo; del otro, la atención puesta en los cambios socio-culturales de las dos últimas décadas por parte de las ciencias sociales: fundamentalmente, el campo de estudios de la comunicación, la sociología y la antropología (Martín-Barbero, 2010). Robert Stam (2001), por ejemplo, figura paradigmática en la investigación cinematográfica contemporánea, plantea la necesidad de una nueva teoría ante esas transformaciones, porque los nuevos medios de comunicación diluyen la especificidad de los medios; dado que los medios digitales incorporan potencialmente a todos los medios anteriores, ya no tiene sentido pensar los medios en términos de su especificidad (Stam, 2001: 364). Al mismo tiempo, respecto a las formas de consumo, expone:

Las nuevas tecnologías repercuten claramente en la espectacularidad, haciendo que la teoría del dispositivo parezca aún más obsoleta. Mientras que la situación clásica de visionado suponía una sala cinematográfica a oscuras donde todos los ojos se situaban en dirección a la pantalla, los nuevos medios suelen implicar pequeñas pantallas en situaciones de fuerte luz ambiente. Ya no es la caverna platónica donde permanecía cautivo el espectador, sino la autopista de la información por la que el espectador viaja, presumiblemente, en dirección a la libertad (Stam, 2001: 365).

Por su parte, Carlos Scolari (2008), desde las ciencias sociales, se pregunta si necesitamos nuevas teorías para los nuevos procesos de comunicación. Conciente de que una teoría

sobre la nueva sociedad digital (en las que se incluyen las transformaciones de la comunicación audiovisual) aún es un trabajo inacabado, señala que necesitamos el conocimiento acumulado por las teorías de la comunicación de masas en el último siglo, pero, al mismo tiempo, debemos reconocer que esta producción teórica no es suficiente (Scolari, 2008: 143). Para el Scolari el desafío que nos espera pasa por la necesidad de recuperar los conceptos, hipótesis y métodos de las teorías tradicionales al mismo tiempo que se hace imprescindible desarrollar nuevas categorías de análisis con un carácter verdaderamente innovador, en sintonía con las transformaciones del ecosistema mediático (Scolari; 2008: 144). Hacia esa apuesta, la de no menospreciar el legado de un gran conjunto de pensadores y no renunciar del todo a sus aportaciones, apuntaba hace ya una década Jesús Galindo (2003) al señalar:

Para un nuevo mundo por venir nuevos conceptos, para un mundo por venir nuevos conceptos para percibirlo y construirlo, para nuevos conceptos un poco de novedad, de sorpresa, pero también un poco de tradición y sentido común, y para redondear una forma que exprese ambos componentes, lo nuevo y lo viejo en una unión que favorece el tránsito de los límites a las posibilidades (Galindo, 2003: 2).

3. Los nuevos procesos de comunicación audiovisual y las nuevas prácticas culturales en la era de Internet desde una perspectiva interdisciplinaria

Como se ha señalado a lo largo y ancho del presente documento, los distintos procesos socioculturales que trae consigo la globalización y las nuevas tecnologías han traído consigo nuevas formas de hacer uso de la imagen, del audiovisual, de acceder e intervenir en este tipo de procesos de comunicación; es decir, se han introducido nuevas transformaciones en el ecosistema mediático y cultural. Desde el punto de vista del estudio y la investigación, esta serie de transformaciones confieren tal complejidad al fenómeno de la comunicación que hoy más que nunca es mucho más difícil pensar los medios, en tanto objetos, temas y problemas sociales de estudio, sólo a partir desde la especificidad de sus lenguajes y las características de los dispositivos tecnológicos que los generan tal como lo señala Stam (2001). En nuestra opinión, ello nos obliga, entonces, a pensar estos procesos ya no sólo desde las teorías que las ciencias de la comunicación y las ciencias sociales en general han aportado a lo largo del siglo XX sino la de integrar, también, aquellos conceptos y

perspectivas originarias de otras disciplinas que posibiliten su cabal entendimiento y comprensión. En ese sentido, es que en los últimos años los procesos de comunicación visual y/o audiovisual, no exentos de esa nueva dinámica, exigen ser estudiados desde perspectivas que privilegien una visión compleja de los fenómenos sociales e intersecciones interdisciplinarias que permitan dar cuenta íntegra de esas transformaciones (José Luis Brea, 2005).

Pero ¿De qué se habla al hacer referencia a la perspectiva interdisciplinaria y qué sentido cobra con respecto al estudio de lo audiovisual en tanto proceso de comunicación y práctica social, cultural? En teoría, y en una primera instancia, se trata de establecer una visión holista de la realidad porque su complejidad así lo demanda. Una complejidad inabarcable si se limita a ser mirada, analizada desde la especificidad que impone el enfoque disciplinar (en este caso, los estudios de la Comunicación como disciplina o bien la Estética, encargada hasta hoy sobre las formas estéticas de la cultura visual) propio de la especialización que ha dominado a las diferentes ciencias sociales desde sus comienzos y que hoy, más que nunca, pareciera poner en evidencia sus restricciones (Sotolongo y Delgado, 2006). El siglo XX, desde el punto de vista de la investigación social, fue dominado por el imperio del fragmento, o lo que es lo mismo, una visión fragmentaria y reduccionista de la realidad (UNESCO, 2010). Ahora, el gran desafío es el de saber captar, mirar la totalidad no dividida en movimiento fluyente. Ello también obliga una mirada holista, como ya se ha señalado, que sólo será generada por en un tipo de conocimiento producto de ese cruce sistemático de las diferentes disciplinas. Según Edgar Morin (1999), ese conocimiento:

(...) debe enfrentar la complejidad. *Complexus*, significa lo que todo está tejido junto; en efecto, hay complejidad cuando son inseparables los elementos diferentes que constituyen un todo (como el económico, el político, el sociológico, el psicológico, el afectivo, el mitológico) y que existe un tejido independiente, interactivo e inter-retroactivo entre el objeto de conocimiento y su contexto, las partes y el todo, el todo y las partes, las partes entre ellas. Por eso la complejidad es la unión entre la unidad y la multiplicidad (*Ibíd*: 41).

De acuerdo con Morin (1999, 2004), la sociedad comporta dimensiones históricas, económicas, sociológicas, religiosas y el conocimiento pertinente debe reconocer esta multidimensionalidad e insertar allí sus informaciones. Desde el punto de vista y de partida básica para el análisis y la reflexión de nuestras realidades (desde la mirada periodística,

académica, o cualquier otra mirada), esa complejidad debe significar hablar de una ciencia social que tienda a estrechar los vínculos entre las diferentes disciplinas que la conforman, o bien, hablar, en todo caso, de la apertura de estas diferentes disciplinas a la integración de conocimientos que por tradición [[disciplinar]] se consideran ajenos porque como sistemáticamente hemos venido vivenciando, en la medida en que el mundo cambia las ciencias sociales enfrentan la necesidad de modificarse y de aumentar sus debates en número y en contenido. Por ejemplo, para Ander-Egg, esta dinámica evoca la idea de intercambio entre diferentes disciplinas. Lo sustancial de este concepto –interdisciplinariedad– es la idea de interacción y cruzamiento entre disciplinas en orden a la comunicación de conocimientos (Ander-Egg, 1999: 31). Por su parte, Golding (2009), dicha dinámica de cambio implica:

“(...) explorar e integrar múltiples perspectivas desde diferentes disciplinas, sub-disciplinas y áreas de conocimiento. Esto es diferente de lo que podría llamarse un tema multidisciplinario que yuxtapone múltiples perspectivas sobre el mismo tema sin integración. La interdisciplinariedad implica una síntesis o el balance de perspectivas múltiples para producir cosas tales como una comprensión más profunda o un juicio equilibrado, o una solución producto de la integración creativa de las diferentes perspectivas” (Ibíd: 3).

Al hablar sobre el trabajo científico interdisciplinario, Schmidt (2007), propone cuatro grados de integración interdisciplinar: 1). Toda integración debe encaminarse a la construcción del objeto de estudio; 2). Consecuentemente, procurar la integración de teorías y paradigmas epistemológicos provenientes de diferentes áreas del conocimiento, 3). Buscar la combinación de metodologías; y, por último, 4). El trabajo interdisciplinario debe plantearse necesariamente para incidir directamente en la solución de problemas específicos. Cualquiera que sea el grado de integración disciplinar, propuesto por Schmidt, es importante no perder de vista que inevitablemente siempre habrá un centro disciplinar desde donde generar las intersecciones. Al respecto Scolari (2008) puntualiza:

No debemos olvidar que un campo científico-discursivo, más allá de las posibles conversaciones que pueda entablar con sus fronteras, siempre construye un centro, un lugar de enunciación sometido a reglas discursivas precisas (Scolari, 2008: 65).

Hablando particularmente sobre los procesos de comunicación audiovisual, que adquieren determinadas características en el ciberespacio y en las que el espectador/usuario cumple un papel activo fundamental, clave en prácticas emergentes de espectacularidad ¿Cuál pudiese ser el papel de la interdisciplinariedad y en todo caso qué disciplinas pudiesen integrarse para el estudio?

4. Conclusión. Apuntes para una propuesta interdisciplinaria del análisis

Coincidiendo con lo anterior, Scolari (2011) señala que en los últimos años y de manera ascendente los estudios sobre comunicación apuestan más por cierto tipo de teorías generalistas que sobre teorías especializadas (aquellas que se focalizan sobre una de las partes de los procesos: o el medio o el mensaje o el efecto o la recepción). De acuerdo con Scolari, esto significa que el estado actual de la reflexión opta por una teorización expandida que abarca:

Casi todos los aspectos de los procesos de comunicación. Desde las relaciones entre los medios y la economía hasta las transformaciones perceptivas y cognitivas que sufren los sujetos a partir de su exposición a las tecnologías de la comunicación. Por otro lado, no se centra en ningún medio en especial ni a un período de tiempo limitado: su reflexión comienza con la transición de la oralidad a la escritura y llega hasta nuestros agitados días de vida digital (Scolari, 2011: 18).

Si efectivamente esta tendencia ocurre, se trata, en todo caso, de teorías que incorporan los diferentes componentes del proceso, agregando y privilegiando el proceso integral mismo y sus diferentes etapas y escenarios por los que transcurre y entiende que no es sólo en directo, frente a la pantalla que se realiza la recepción de los mensajes; es decir, tal y como también lo refiere Orozco (2012), frente a la evaluación de los diferentes componentes del proceso se debe tomar en cuenta el antes y después e integrarlos en la cotidianidad y a lo largo de la vida. En nuestra opinión, como es natural, hay escenarios presenciales y no presenciales en los que continúa la recepción y la negociación de significados. Lo cual permite pensar que no solo frente a la pantalla y de manera inmediata puede intervenir, reorientarse y completarse el proceso de apropiación de los referentes mediáticos.

Particularmente, tales planteamientos nos obligan a pensar en la necesidad de recursos teórico-conceptuales ubicados en las fronteras disciplinares de la Comunicación. En nuestra experiencia, esa búsqueda teórico-conceptual y su consecuente integración, hasta el momento, ha sido posible adoptando los dos primeros grados de integración propuestos por Schmidt (2007): en la construcción del objeto de estudio y en la apelación a teorías, conceptos y paradigmas de disciplinas distintas. Por lo mismo, es importante recalcar que se consideran ambos grados de integración estrechamente vinculados: inevitablemente las formas de construcción de un objeto de estudio conlleva y sugiere *per se* las maneras y perspectivas (teórica, conceptuales) de abordarlo (Schmidt, 2007). Si bien en la actualidad, como se indicaba párrafos arriba, la formulación de nuevos conceptos es un “trabajo en progreso”, estos siguen planteándose desde las disciplinas de siempre y en constante deuda con sus formulaciones teóricas pretéritas; son conceptos y teorías que se renuevan en la combinatoria interdisciplinar y que representan una opción adecuada frente a un cuerpo teórico emergente no del todo sólido y perfiles metodológicos que aún son poco claros.

En ese sentido, Scolari (2008), uno de los investigadores más activos en el campo de la investigación de las culturas y comunicación digitales, propone no desviar la atención de la tradición de ciertas líneas de pensamiento, corrientes y escuelas paradigmáticas como vías de acercamiento a los nuevos fenómenos sociales y culturales. El autor recomienda auxiliarse de las aportaciones que se han hecho desde diferentes disciplinas frecuentemente subestimadas por el investigador social: de la semiótica a la filosofía del lenguaje, de la teoría literaria y la narratología a los estudios cinematográficos, porque muchos de los rasgos que presentan estos fenómenos encuentran sus claves de explicación en algunos planteamientos que desde aquellos campos ya se habían formulado; además, hay que tomar en cuenta que “navegar en red textual, crear enlaces o participar en experiencias de escritura participativa han dejado de ser actividades de laboratorio –como sucedía en los inicios– para convertirse en procesos básicos de nuestras rutinas laborales, escolares o lúdicas” (Scolari, 2008: 287). Por otro lado, Scolari precisa en relación al consumo cultural que un dato revelador que emerge del consumo hipermediático es eminentemente político, en el sentido de que la división entre el autor y el lector tiende a desaparecer. “Si la primera generación de hipertextos transfirió poder del autor al lector, ahora los nuevos formatos participativos están socializando la producción y el consumo de contenidos” (Scolari, 2008: 289).

Finalmente, al respecto Scolari remata: “Los estudios culturales, la antropología y la sociología tienen una larga tradición en el estudio de los procesos de consumo cultural; este capital teórico y metodológico se debería aprovechar a la hora de analizar cómo se construye el significado en entornos interactivos caracterizados por la convergencia de lenguajes” (Scolari, 2008: 289).

Para el caso, el audiovisual, su uso y consumo en el ciberespacio, se pudiese partir de un campo disciplinar, las ciencias de la comunicación, disciplina que ha contribuido al estudio de los procesos de comunicación audiovisual, y a la vez buscar aquellos vínculos teóricos y conceptuales que se han estado estableciendo con la sociología (particularmente la sociología cultural), la antropología, la semiótica y la estética.

En términos específicos, la teoría de la comunicación digital interactiva y el análisis de medios (Ciencias de la comunicación), las teorías de la recepción y el consumo cultural así como las prácticas de socialización que se generan (sociología de la cultura) y las teorías de la imagen, la teoría del cine y el análisis textual (por ejemplo, la semiótica y la estética) pueden servir de base para una reflexión íntegra del audiovisual ante el nuevo panorama. Lo planteado hasta aquí han sido solo reflexiones sobre la interdisciplinariedad como una opción para el estudio de los nuevos procesos de comunicación audiovisual emergentes en el panorama de la sociedad digital. Reflexiones en torno a la integración disciplinar solo a nivel teórico-conceptual y como tal, creemos, contribuyen al necesario debate.

5. Referencias bibliográficas

[1] Ander-Egg, E. (1999). “Qué es y qué no es la interdisciplinariedad”, en *Interdisciplinariedad y educación*. Argentina: Editorial Magisterio del Río de la Plata. pp. 25-42.

[2] Beng-Hansson (1999), *Interdisciplinarity: For what purpose?* Kluwer Academic Publishers. Printed in the Netherlands. Policy Sciences 32: 339-343.

[3] Brea, José L. (2005). “Los estudios visuales: por una epistemología política de la visualidad” en *Estudios Visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización* (Brea, J.L. ed.). Madrid: Ediciones Akal; pp. 6-14.

[4] Calhoun, Craig (2010). “Las ciencias sociales en Estados Unidos y Canadá. Las tendencias dentro y más allá de las disciplinas”. *Informe sobre las ciencias sociales en el mundo. Las brechas del conocimiento*. New York: UNESCO, pp. 230-

235.

[5] Castells, Manuel (1997). *La era de la información. Vol. 1.* Madrid: Alianza Editorial.

[6] Castillo, Emilia; León, Gustavo y Montes, Mariel (2012). *Generación de Conocimiento e Innovación para la Educación y la Comunicación.* México: Universidad de Sonora.

[7] Carrier, Martin; Howard, Don; Kourany, Janeth (2008), *The Challenge of the Social and the Pressure of Practice: Science and Values revisited*, Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, 262 p.

[8] Derry, Sharon J., Morton, Gernsbacher Ann; Schunn, Christian D. (2005), *Interdisciplinary Collaboration. An Emerging Cognitive Science*, Routledge, pp. 7-384.

[9] Fernández Buey, F. (2004). *Ciencia, tecnología y humanidades para el siglo XXI. Ideas en torno a una tercera cultura* (inédito), Madrid: El escorial.

[10] Galindo Cáceres, Jesús (2003). *Cibercultura en la investigación. Intersubjetividad y producción de conocimiento. Revista TEXTOS de la cibersociedad*, pp. 1-7.

[11] Giddens Anthony (2002). *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas.* Madrid: Taurus.

[12] Golding, C. (2009). *Integrating the disciplines. Successful interdisciplinary subject.* University of Melbourne: CSHE.

[13] Gubern, Román (2000). *El eros electrónico.* Madrid: Ed. Taurus.

[14] Jenkins, H. (2009). *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración.* Barcelona: Paidós.

[15] León, Gustavo y Caudillo, Dora (2013). *¿Cómo son las Relaciones Interactivas en los Jóvenes Mexicanos? Un Estudios sobre Regulación, Mediación y Control Parental en la Secundaria Pública Mexicana. Revista Sessões do Imaginário: Cinema-Cibercultura-Tecnologias da Imagem.* 23 (18), 7-13. Recuperado de: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/artic le/viewFile/13062/8715>

[16] León, Gustavo (2013). *Relaciones Interactivas, Internet y Jóvenes de Secundaria en México. Primera Oleada sobre Usos, Consumos, Competencias y Control Parental de Internet en Sonora.* México: Universidad de Sonora.

[17] ----- (2012): "Historia y Comunicación en América Latina. El papel de Ciespal en el proceso de institucionalización de los estudios de la Comunicación en América Latina", en Miguel

Hernández Communication Journal, 3, 235 a 261. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). Recuperado de: http://mhcj.es/2012/12/09/gustavo_leon/

[18] ----- (2011). *Estudios de la Comunicación. Estrategias Metodológicas y Competencias Profesionales en Comunicación*. México: PEARSON-Prentice Hall.

[19] ----- (2010). *Sobre la institucionalización de la comunicación en América Latina*. México: PEARSON-Prentice Hall.

[20] Lévy, Pierre (2007). *Cibercultura La cultura de la sociedad digital*. México: Anthropos, Universidad Autónoma Metropolitana.

[21] Lipovetsky, G. y Serroy, J. (2009). *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama.

[22] Luis Carrizo (2004), "El investigador y la actitud transdisciplinaria. Condiciones, implicancias, limitaciones", en *Transdisciplinaria y complementariedad en el análisis social*, UNESCO, 2004, pp. 46-65.

[23] Martín-Barbero, Jesús (2010). "Convergencia digital y diversidad cultural" en *Mutaciones de lo visible. Comunicación y procesos culturales en la era digital* (pp 137-165). Buenos Aires: Paidós.

[24] Morin, Edgar (1999), *Los 7 saberes necesarios para la educación del futuro*. Paris: UNESCO.

[25] ----- (2004), "Sobre la interdisciplinaria". Buenos Aires: Crítica.

[26] Orozco, Guillermo (2012). La investigación de las audiencias "viejas y nuevas". *Revista latinoamericana de ciencias de la comunicación*. Sao paulo: ALAIC, pp. 13-19.

[27] Piscitelli, Alejandro (2002). *Ciberculturas 2.0. En la era de las máquinas inteligentes*. Barcelona: Paidós.

[28] Roig, Antoni (2011). *Trabajo colaborativo en la producción cultural y el entretenimiento*. Barcelona: UOC.

[29] Schmidt, Jan (2007). *Towards a philosophy of interdisciplinarity. An attempt to provide a clasification and clarification*. Poiesis Prax, No. 5. Pp. 53-69.

[30] Scolari, Carlos (2004). *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa, pp. 7-253.

[31] ----- (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa, pp.

7-317.

[32] ----- (2011). Prólogo. *Digitalización y ecología de medios. Reflexiones sobre comunicación, tecnología y sociedad*. Arcila, Ferrer, Scolari, et al. San Cristobal: Universidad de los Andes, pp. 8-13.

[33] UNESCO (2010). World Social Science Report 2010: Knowledge Divides. Primera edición por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Cultura y la Ciencia (UNESCO), 7, Paris: UNESCO, pp.7-51.

[34] Sotolongo y Delgado (2006). "Las ciencias sociales de un nuevo tipo" en *Idem. La revolución contemporánea del saber y la complejidad social. Hacia unas Ciencias Sociales de nuevo tipo*. Buenos Aires: Crítica, pp. 79-94.

[35] Stam, Robert (2001). *Teorías del cine. Una introducción*. Barcelona: Paidós. Pp 417.

[36] Repko, Allen F.(2008), *Interdisciplinary Research. Process and Theory*, Sage: Los Angeles, pp. 7-123.

[37] Thomson Klein, Julie (2005). *Humanities, Culture and Interdisciplinarity: the Changing American Academy*, State University Press: Albany, pp. 7-276.

[38] Wallerstein, Immanuel (1999). *Abrir la ciencias sociales* (prólogo). México: Siglo XXI editores, pp. 1-114.

***Dr. Gustavo Adolfo LEÓN DUARTE**

Posgrado Integral en Ciencias Sociales, Universidad de Sonora
Grupo de Enseñanza e Investigación de la Comunicación en
América Latina
gustavoadolfoleon@gmail.com

***Ddo. José Alberto ABRIL VALDEZ**

Posgrado Integral en Ciencias Sociales, Universidad de Sonora
Grupo de Enseñanza e Investigación de la Comunicación en
América Latina
seis14@yahoo.com/mx

Fecha de recepción: 21/02/2013
Fecha de revisión: 17/05/2013
Fecha de preprint: 22/05/2013

