



Las nuevas tecnologías: un nuevo marco emergente en las relaciones y la comunicación familiar

José Antonio Gabelas Barroso

1. Habitaciones de cristal en el espacio doméstico.

Los inicios del ser humano sobre la corteza terrestre no han dejado rastro de que se organizaran en familias, vivían en comunidades de supervivencia. Pasados los largos milenios de la Prehistoria, los asentamientos dispusieron de una economía agrícola y necesitaron muchos brazos, por tanto muchos hijos para sacar adelante el núcleo familiar que compartía techo. En el siglo XVIII, la gente vivía en familias con un desarrollo y unos pilares de apoyo doméstico diferentes a los actuales. La familia nuclear se consolidó en el siglo XIX. Con la industrialización, las familias se desplazaron a las ciudades, el trabajo se especializaron, los matrimonios redujeron el número de hijos, y apareció lo que ahora denominamos familia nuclear, padre, madre e hijos. Hoy, además de este modelo de familia, así como la familia tradicional que contiene más de dos generaciones, tenemos diferentes manifestaciones familiares como con las monoparentales, las denominadas por los servicios sociales de acogimiento, las de personas del mismo sexo que adoptan hijos, y las reformadas o reconstruidas. Sin embargo, lo constitucional de la familia no es la tipología de su formación, ni tampoco el perfil de sus miembros, se trata de una institución que influye y modela con unos valores y patrones de conducta, fundamentalmente presentados y ofrecidos por los padres, que permiten a los hijos aprender un modelo de vida.

Esta diversidad que nos ha mostrado la historia, también se presenta en los diferentes medios de comunicación y pantallas, aunque con frecuencia desde discursos estereotipados. En las series televisivas es interesante el análisis de las relaciones en el interior de la familia, según se centren en la pareja, o entre padres e hijos, o entre hermanos. No presenciamos un modelo único de familia. Pensemos en algunas series como, «Los Serrano»: la familia la conforma un viudo, casado en segundas nupcias, y los hijos de cada uno. En «Aida», aparece la madre, que termina en la cárcel, dos hijos y la abuela. Disney Channel emite Hannah Montana. Se trata de un musical *sitcom* que es una de las series con más audiencia juvenil. La temática y valores gira en torno a la celebridad y la amistad, en la en la que un padre y dos hijos comparten gustos y aficiones. Estos dos modelos chocan con el que ofrecen otras series españolas con bastante éxito como «Cuéntame», ambientada en los inicios de los años setenta, que subraya un modelo de familia tradicional. No obstante, si observamos la parrilla televisiva española del 2008-2009 constatamos que series de potente audiencia juvenil como *18* (Antena 3), *HKM*, *Hablan*, *kantan*, *mienten* (Cuatro), en las que el trasfondo es el baile y la música, a imitación de las americanas; incluso otras como *El internado* y *Física o química*, ambas de Antena 3, la referencia familiar apenas aparece.



El recuerdo de los troncos crujiendo entre las llamas, el abuelo contando sus historias junto al fuego, y la mesa en el centro del comedor, alrededor de la cual se reunía la familia para conversar y estar juntos, describen una estética bucólica, un modelo de familia nostálgico y desaparecido. Desde finales de los años sesenta el hogar se convirtió en el «cuarto de ver», la mayor parte de los hogares (99%) disponen de una televisión, la mayoría de más de una. Antes, una de las primeras preguntas que perturbaba una mudanza era ¿dónde ponemos la televisión?. El cuarto de estar (antes de ver) ha desaparecido. Del mismo modo que se ha desplazado el centro de convivencia y de atención familiar desde el salón a los diferentes rincones de la casa, también la autoridad de los padres ha sufrido un desplazamiento físico, también psicológico y moral. La presencia de las pantallas, en mayor o menor medida han ocupado la presencia de los padres y madres.

Nos encontramos en otra versión del «descentramiento» (Martín Barbero, 2003) del saber, también de la autoridad. En este caso, desplazamos el escenario escolar al que se refiere en su análisis el autor, para hablar de «descentramiento» de la autoridad familiar, que pierde los exclusivos límites del territorio familiar, donde el cuarto de estar marcaba las pautas de convivencia y conversación. Este «descentramiento» genera un referente moral disperso, en el que la figura de los progenitores convive con otros referentes anclados en las distintas pantallas (modelos y patrones existentes en los relatos deportivos, musicales, artísticos, publicitarios). Los padres se convierten para sus hijos en referencia compartida, lo que con frecuencia provoca contradicciones y tensiones, los modelos de conducta que propugnan los padres son diferentes, con frecuencia contrarios a los que los hijos consumen a diario en las pantallas.

Desde esta última década, el hogar se ha convertido en un «conjunto de rincones para ver, jugar, interactuar y navegar». Comedores, cocinas, dormitorios, disponen de televisores, ordenadores, sin contar los diferentes dispositivos móviles que pueblan y circulan por nuestras casas. Con la irrupción de la tecnología en nuestros hogares, las paredes de la casa se han convertido en múltiples pantallas, que vemos o miramos como espectadores, e interaccionamos como usuarios. Hasta los catorce años, aproximadamente, la convivencia con las pantallas son la prioridad máxima en el ocio de los jóvenes, luego será salir de casa para estar con los amigos. La interacción entre ellos con los móviles, Internet, y en particular las redes sociales (Tuenti, MySpace, Facebook), prolongan el rito de convivencia en el grupo de amigos. Los padres han dejado de ser el referente principal de los hijos adolescentes, reemplazados por los modelos musicales, artísticos y deportivos que aparecen y protagonizan los diferentes relatos audiovisuales y multimedia. Los cánones que proponen e imponen las pantallas nutren el escenario conversacional y de relaciones. El grupo de pares y el entorno tecnológico socializa los hábitos y costumbres de los menores.

La comunicación audiovisual es impacto emocional. Las historias publicitarias, las series, los *reality show*, los programas deportivos, los videojuegos, el *Messenger*, *Tuenti*, *Youtube*, impactan, convencen y seducen porque atrapan la emoción, porque son una provocación a la participación, porque permiten ser y formar parte de la popularidad, porque de otro modo se quedan fuera de un sinfín de oportunidades para coquear, conversar; en definitiva, para probar una serie de ritos de socialización y aventuras personales.



Los rincones del «hogar familiar» se han convertido en habitaciones de cristal donde se produce un dinámico mestizaje espacial. Lo privado se hace público en las ventanas de Internet, lo público se hace privado en el habitáculo adolescente. Un espacio invadido y comunicado por el exterior, que al mismo tiempo se convierte en territorio protegido de la mirada y la presencia adulta. El desconocimiento de este territorio y sus prácticas comunicativas motiva que los adultos asocien estos lugares con el aislamiento y la adicción.

La familia, que siempre ha sido y es el principal regazo de emociones y sentimientos, el lugar en el que el niño aprende a querer porque es querido, debe conocer que una multiplicidad de mensajes e historias emotivas brotan permanentemente de las pantallas que pueblan su casa. Cuando había un televisor era relativamente fácil saber qué historias, qué programas veían sus hijos, la media de televisores por hogar, según los datos del INE 2008, son 2'2 televisores por familia española, además del resto de pantallas (ordenadores, videoconsolas, celulares); los canales temáticos, la televisión por cable y digital, permite ver infinidad de programas distintos. Esta multiplicidad de pantallas, diversifica los intereses de cada miembro de la familia, lo que hace más difícil que los padres conozcan lo que sus hijos ven/juegan/navegan/conversan; que los padres y madres hablen con sus hijos sobre los mismos consumos, sobre las mismas historias. Añadamos a la variada tipología de pantallas (dispositivos móviles, televisión, ordenador); también los DVD, MP4, IPOD, en su diversidad de formatos, soportes, géneros y tipos de programas.

Por tanto, la presencia de las pantallas en casa describen un nuevo escenario, en el que destacamos los siguientes rasgos:

■ **Diversificación**

Varias pantallas, varios rincones de ver, para navegar y conversar, para jugar. El conocimiento que antes –cuando sólo había un televisor en casa- podían tener los padres, ahora resulta más difícil. Saber por dónde navegan, con quiénes conversan y a qué juegan, también. El tema de conversación que antes podía centrarse en la serie o los dibujos de moda, ahora se diluye en la diversificación de temas, prácticas e intereses

■ **Individualización**

Un solo televisor podía propiciar un consumo familiar, una conversación; el programa de la familia marcaba un ritmo doméstico. Las ofertas se han multiplicado, provocando un consumo más individual, en el que resulta más difícil que los diferentes miembros de la familia coincidan, aunque también puede permitir que las diferentes opciones, que antes no existían (jugar con la videoconsola, buscar una información o comunicarse por Internet), ahora sea posible.

■ **La «descentralización del saber».**

La escuela tenía su centro y su referencia para obtener el conocimiento en el maestro, la familia en los padres, porque la información estaba centrada en estas dos instituciones, y porque la experiencia directa era una de las principales fuentes de aprendizaje. Hoy, estamos



sumergidos en el tercer entorno, (Echeverría, 1999), al que hemos llegado después de la naturaleza, como primero, y la ciudad, como segundo. Echeverría nombra el tercer entorno como un espacio más amplio que abarcaría el ciberespacio, poblado de teléfonos, radios, televisiones, tarjetas de crédito, redes telemáticas, hipertexto, y por supuesto, Internet, un tercer entorno, por tanto, mediado por la tecnología.

Se describe el ciberespacio como «un sistema de sistemas; un medio de conexión de cosas y personas; una convergencia de productos humanos (materiales y espirituales); un vasto territorio donde concurren máquinas, individuos y grupos sociales, y donde se almacenan, intercambian y confluyen ideas y obras, datos, libros, periódicos, cartas, imágenes, programas de ordenador, vídeos y música de cualquier tiempo y lugar; un foro de encuentro para el intercambio personal, íntimo, público, masivo y comercial; y un nuevo espacio para la interacción humana (finanzas, comercio, educación, investigación, asociaciones y ONGs, empresas, comunidades globales o locales)»(Lapuente,2006). Por tanto, otro espacio, más allá del espacio físico y concreto, pero que no sustituye a éste. Un lugar en el que los hijos ven, conversan, juegan, interaccionan con el conocimiento. Un conocimiento paralelo y complementario al que percibimos con todos los sentidos en la experiencia directa.

Los rasgos descritos nos conducen a un nuevo escenario de comunicación y relación, dentro del propio espacio familiar. Otros modelos de convivencia, donde las pantallas puedan convertirse en ayuda o en problema, en cómplices o enemigos de la educación de los menores.

Hace unos días, estábamos reunidas unas cuantas familias, hablando como es habitual de nuestros hijos. Uno de los padres más jóvenes, que tenía a la mujer embarazada y comentaba la dificultad de tener un hijo adolescente, lo contaba con tanto temor, incluso angustia, que otro de los asistentes le tuvo que recordar que los hijos no nacen adolescentes. Esta anécdota ilustra una sensación que se tiene muchas veces cuando se habla con las familias de hijos adolescentes. Las madres y padres viven su responsabilidad con una doble presión ambiental. La primera, formada por sus propios compañeros, otros padres que tienen hijos adolescentes, cuyos comentarios con frecuencia se resumen en «ya verás cuando tus hijos se hagan mayores, prepárate». La segunda, desde la imagen que presentan los medios de comunicación de los propios jóvenes, casi siempre asociada al botellón, consumos de riesgos y violencia. De este modo se genera un imaginario colectivo de los jóvenes que provoca inquietud y desasosiego en los padres con hijos que son o serán adolescentes.

Por imaginario colectivo, entendemos una mirad poliédrica, estamos refiriéndonos no sólo a una visión, en este caso negativa o conflictiva con tintes negativos; también a un contexto (que no es ficticio, ni ilusorio), que envuelve a «los jóvenes», o lo que entendemos por jóvenes, que condiciona una posición irracional, que nutre un sistema de normas, valores y orientaciones en nuestro quehacer y seguimiento diario de nuestros hijos (Castoriadis,1989). Por tanto, no es de extrañar, que cuando te invitan a participar en un encuentro con padres, te encuentras con un clima inicial de temores y sospechas. Lo que sugiere iniciar cada sesión con una pequeña terapia en la que les ofreces una conciliación emocional entre lo que ellos son y necesitan como padres, lo que son y necesitan sus hijos, y lo que esperan ellos de sus hijos.



¿Cuánto hay de realidad en la imagen que presenta a nuestros hijos como consumidores compulsivos, hedonistas, egocéntricos e individualistas, con un alto grado de narcisismo, despreocupados de todos y de todo, salvo de su presente inmediato?. ¿Cuánto hay de desconocimiento y prejuicio adulto, del tradicional canon que establece que la generación siguiente siempre es peor que la actual?

A la doble presión antes indicada, las familias experimentan otra gran inquietud. La irrupción digital.

2. Viaje por la brecha digital.

Cuando se habla de brecha digital se alude a la inmensa mayoría de la población mundial que permanece «desconectada». El 20% de la población mundial utiliza Internet. Según datos de la UNESCO, menos del 3% de los africanos tiene acceso a algún servicio de telecomunicación. La brecha digital expresa la desigualdad social, pero también la separación que se produce o se puede producir entre generaciones.

Prensky Marc, en *Digital Natives, Digital Immigrants*, utiliza los términos nativos e inmigrantes digitales para describir de modo metafórico un conjunto de encuentros y desencuentros generacionales. Los nativos nacieron en la era digital, son menores de 30 años. Disfrutan con la velocidad, el cambio. Ejercen la multitarea, también la socialización on line. Viven, se relacionan y conocen en gran medida en el ocio digital. Prefieren lo aleatorio a lo lineal. Buscan y consiguen el acceso y la gratificación inmediata. Eligen el universo gráfico al textual.

Para nosotros, inmigrantes, (mayores de 30 años) lo digital es una segunda lengua, que se nota en todo lo que hacemos. Con un mayor o menor acento matiza todas nuestras actividades, que se refleja fundamentalmente en nuestra vida académica y profesional. Vamos a Internet después de no encontrar la información que buscábamos en el libro. Lo contrario de lo que ocurre con los nativos digitales que hacen primero y se preguntan después.

Los inmigrantes digitales criticamos la televisión pero decimos que vemos documentales (antes eran de la 2) y programas informativos; no hacemos varias cosas al mismo tiempo, detestamos los videojuegos (por desconocidos); tenemos dificultad para procesar información cuando leemos de modo discontinuo en un hipertexto. El acento de los inmigrantes digitales se nota en cientos de detalles que parecen intrascendentes pero que delatan nuestro origen analógico, como son imprimir un mail, editar un documento sobre papel, tener que leer cualquier documento on line en papel. Incluso somos capaces de llamar a otro por teléfono o preguntarle en la oficina si ha recibido el *email* que le acabamos de enviar.

Asumir esta posición a veces es mucho. Nos encontramos en un momento de la historia bastante original, los menores de una generación saben más que sus progenitores. En un debate sobre ¿Qué pasa cuando hablas con los padres?, contestaban dos alumnos de cuarto de ESO:

— «Tienes la satisfacción de saber que tienes unos padres que te escuchan».



— «Además, a veces, deberían limitarse a escuchar sin tener que dar una opinión para todo».

En los diferentes foros y encuentros de profesores, educadores y padres, se observa con frecuencia que el desconocimiento que existe de las nuevas pantallas (Internet, dispositivos móviles, videoconsolas), se convierte en rechazo y parálisis. Lo que los inmigrantes no conocen lo consideran peligroso, se piensa que sólo con normas, leyes, prohibiciones y penalizaciones se supera el problema –porque se ha convertido lo desconocido en problema-; de este modo se ensancha la brecha intergeneracional. Los inmigrantes rechazan los entornos audiovisuales y digitales, así como sus consumos desde el desconocimiento. Son varios los padres que después de ponerse a jugar un rato con sus hijos a la videoconsola o entrar en una red social, han cambiado de opinión sobre lo que significan estos consumos. Como indican los dos testimonios anteriores, quizá podamos aprender mucho más de ellos de lo que nos parece, quizá tengamos que explorar nuevas estrategias de escucha y observación del ocio digital de nuestros hijos y alumnos.

Los primeros nativos digitales españoles tienen ahora entre 15 y 18 años, han crecido conectados con el ADSL, mientras que sus padres lo hicieron con el televisor. No soportan la espera, todo está a un clic de distancia. Sienten horror por un texto de diez líneas, no aceptan estar sólo mirando la pantalla, necesitan enviar un vídeo o una foto, escribir una frase, cambiar de pantalla.

Son consumidores activos, muy creativos, su atención se divide, es intensa pero breve. Su cerebro es un procesador más complejo. El nativo digital se caracteriza por estar en este entorno desde la barricada de la participación en el que destacamos las siguientes dimensiones (Aranda,2009).:

- **Afiliaciones:** miembros formales o informales de comunidades online como Facebook o Tuenti.
- **Expresión:** producen contenidos creativos como piezas audiovisuales que exponen en YouTube.
- **Resolución de problemas de forma colaborativa:** trabajan conjuntamente en grupos formales o informales con el objetivo de desarrollar nuevos contenidos, conocimientos o habilidades a través de Wikipedia o foros de jugadores.
- **Circulación:** hacen circular los contenidos a través de blogs o fotologs.

Los datos del Instituto Nacional de Estadística de octubre 2008, señalan que el 51,0% de los hogares tiene acceso a internet, con un crecimiento superior a un millón de hogares en un año. Que la proporción de uso de tecnologías de información por la población infantil (de 10 a 15 años) es ya universal (94,1%, mientras que el 82,2% utiliza internet.

En una reciente investigación en este ámbito, (Tubella, I, Tabernero, C, Dwyer, 2008:40) se indica que el lugar principal de acceso a Internet es el hogar familiar; que la conexión a Internet en el



entorno doméstico se produce básicamente de modo autodidacta; que la intensidad y frecuencia de uso de Internet aumenta con la experiencia y la disponibilidad de conexión en el hogar. Por tanto, se constata que la vivienda se ha convertido en los últimos años en el lugar principal de conexión a Internet. Los datos del Instituto Nacional de Estadística 2007 señalan «los jóvenes de 25 años, que la mayoría viven con sus padres, son el sector con mayor índice de uso de Internet. Más del 50% de las familias con hijos tienen acceso a Internet en la vivienda, frente a menos de la mitad del resto de los hogares».

Si tenemos en cuenta estos equipamientos tecnológicos en los espacios domésticos, las rutinas familiares en torno al uso de la TIC, así como el consumo multipantallas que se realiza en cada casa, se constata la necesidad de abrir un importante espacio de reflexión sobre los nuevos patrones de convivencia familiar intergeneracional, y sus consecuentes prácticas comunicativas.

En la investigación de «Consumos y mediaciones de familias y pantallas. Nuevos modelos y propuestas de convivencia» (Gabelas y Marta 2008) la muestra elegida consta de un total de 127 padres y madres con hijos de 3 a 18 años, repartidos en 14 puntos de muestreo en el territorio aragonés. A pesar de que el índice muestral no pretende ser representativo, sí nos sirve para analizar cuáles son algunas tendencias en el uso y consumo, tanto en los ámbitos urbanos como rurales, de medios de comunicación y nuevas tecnologías.

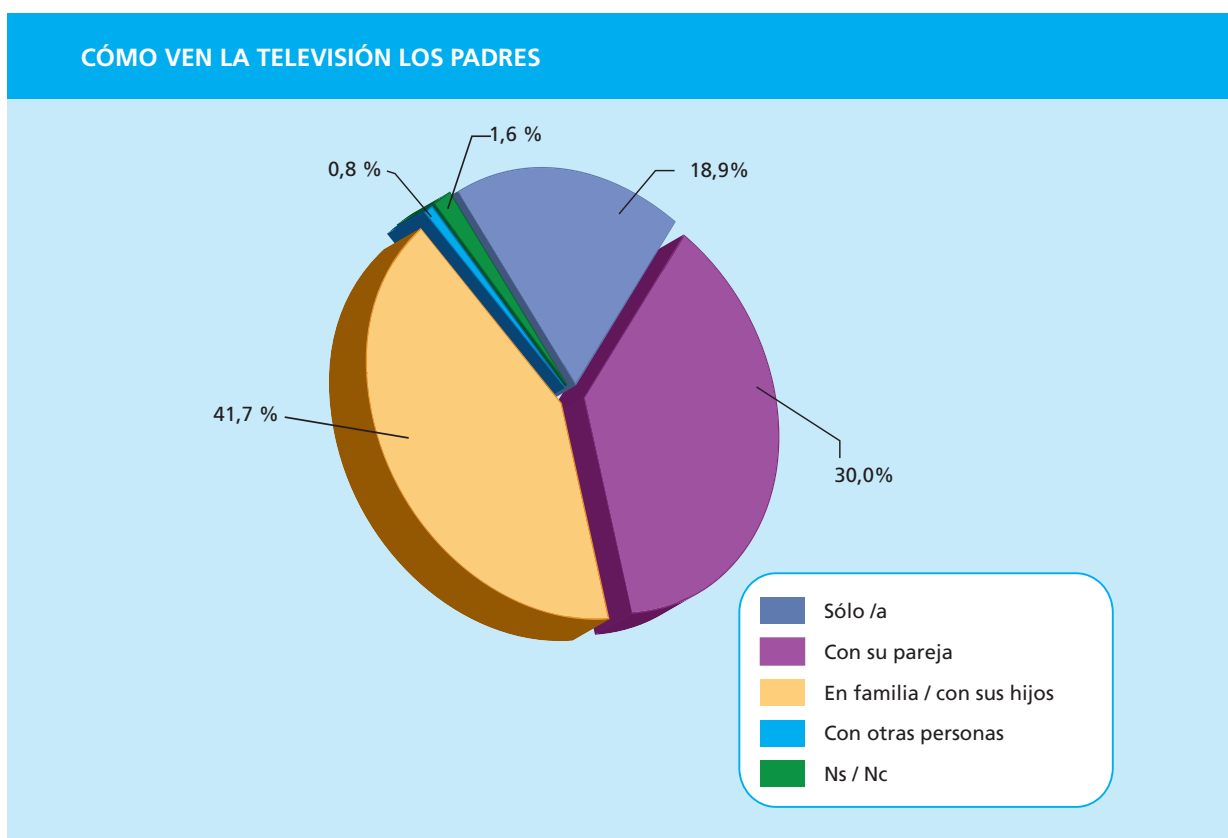


Figura. 1. Fuente propia.



La mayor parte de los padres, un 41,7%, afirma que suele ver la televisión en familia, aunque un 37% señala que solo con su pareja y un 18,9% afirma que en solitario. Esta última cifra es preocupante, ya que refleja lo poco acompañados que están esos niños por sus padres cuando ven televisión.

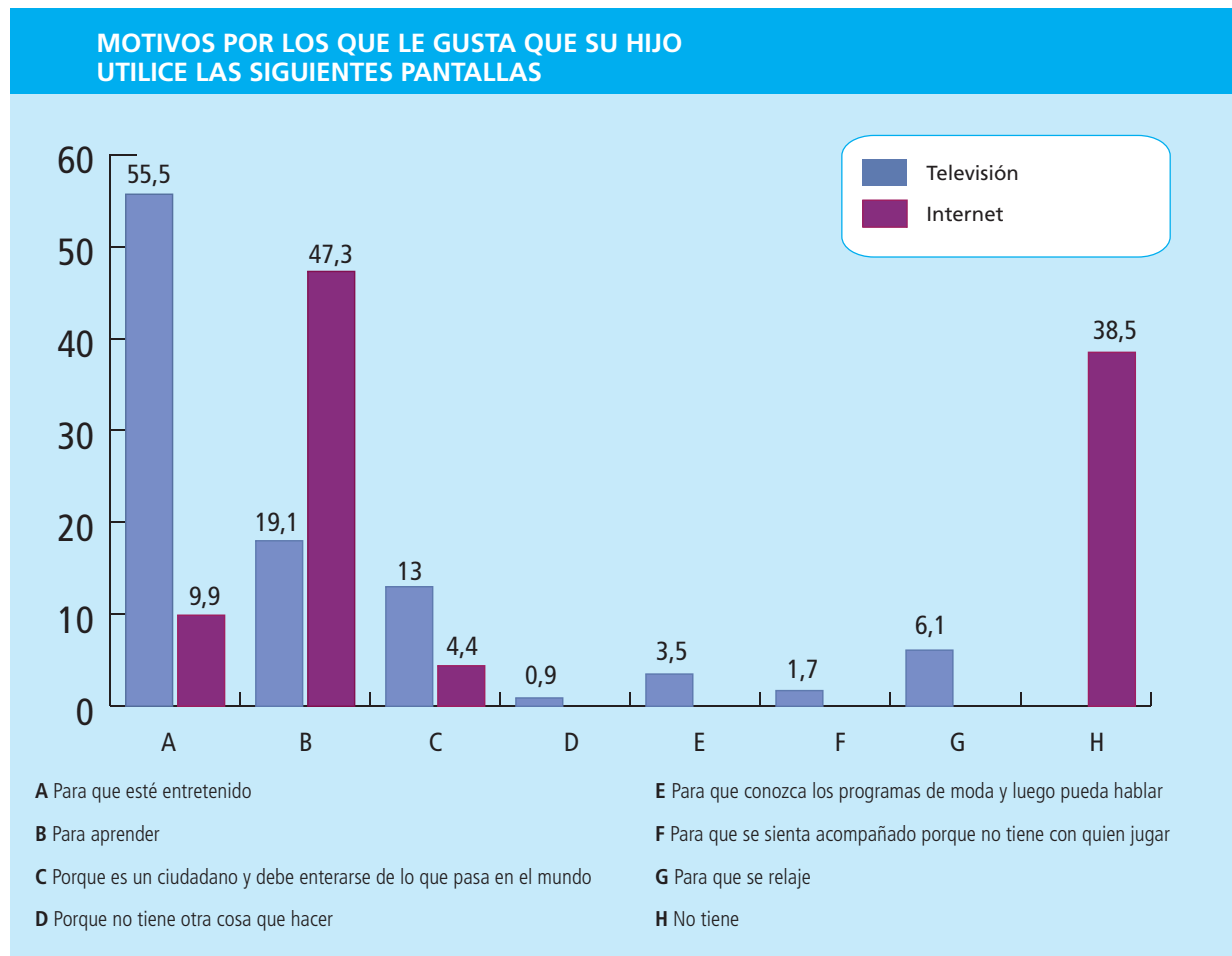


Figura2. Fuente propia.

Los padres que asumen que son sus hijos quienes deciden lo que consumen, la principal razón por la que se decantan es porque «los contenidos que ven no son perjudiciales». Así, lo exponen tanto en el motivo que atribuyen a la televisión (56,5%), como al ordenador (27,5%). El segundo argumento por el que optan es que, a pesar de su minoría de edad, consideran que sus hijos «tienen capacidad de decisión» (34,8 y 21,6%, respectivamente). Entre las respuestas restantes, cabe señalar que en el caso de la TV, un 4,3% de los padres deja ver a sus hijos «lo quieran para que se entretengan», sin establecer ningún tipo de control. Además, un 5,9% de las respuestas relacionadas con el ordenador y un 2,2% en lo que respecta a la televisión, manifiestan «contar con poco tiempo para guiar» a sus hijos.

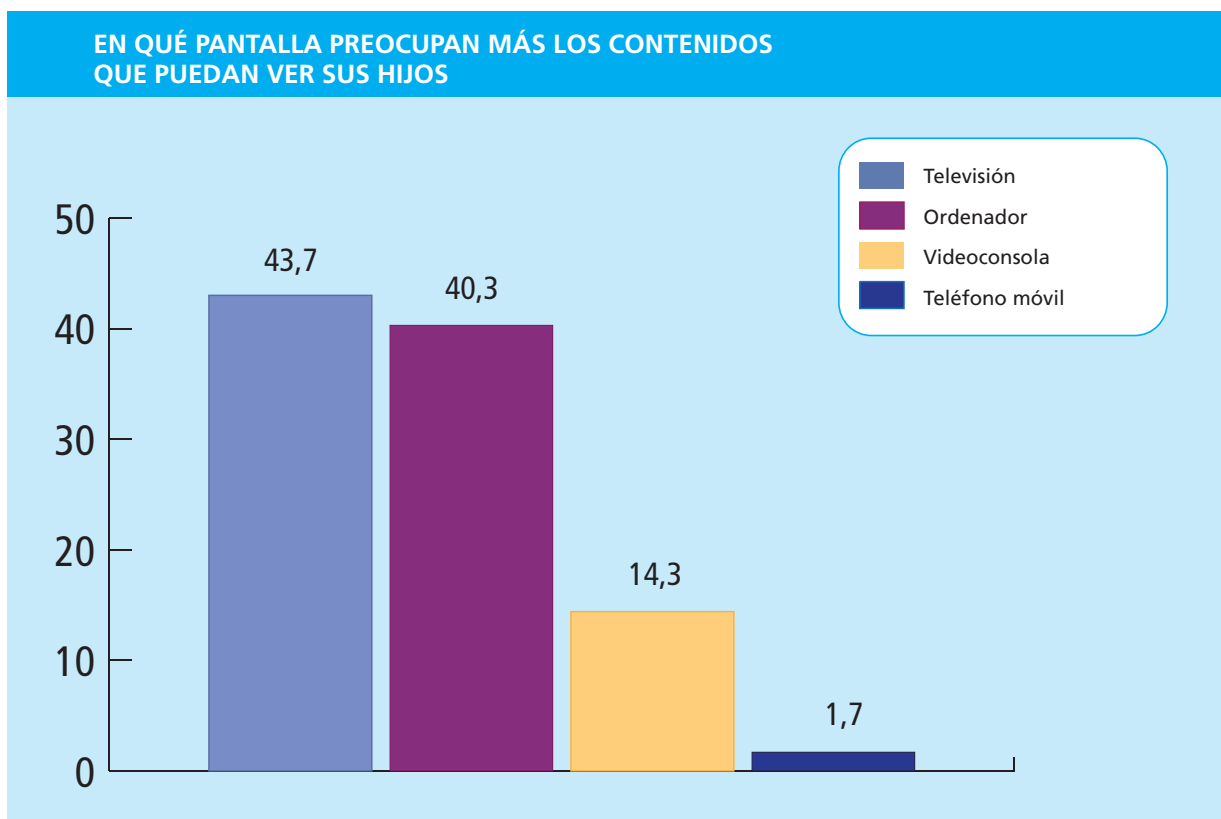


Figura. 3. Fuente propia.

Resulta paradójico que a pesar de que la televisión, como ya hemos visto antes, es la pantalla que los padres prefieren que utilicen sus hijos es, sin embargo, en la que más les preocupan los contenidos que puedan ver (43,7%), le sigue el ordenador (40,3%) y a mucha distancia la videoconsola y el teléfono móvil.

Con la plena integración de Internet en las casas, pasamos de consumos articulados y estructurados tradicionales, -como ocurría con el consumo televisivo, donde existía un lugar y unas horas para el visionado-, a un proceso de diversificación, en el que se convive con los hábitos de las parrillas tradicionales y generalistas, y con una potente oferta de canales y medios. La programación general tradicional se desplaza hacia una oferta más segmentada y diversa; en función, básicamente, de su accesibilidad.

De los dos estudios mencionados se observa una modificación de las prácticas comunicativas, en la que la fragmentación de las audiencias no sólo repercute en el aumento de la oferta (canales y contenidos), también a nuevas tendencias en la gestión individual de estos consumos. La coexistencia de prácticas tradicionales y nuevas supone un ajuste que afecta a relación intergeneracional.

Como señala el estudio antes citado «Internet y televisión: la guerra de las pantallas», al menos dos generaciones comparten el espacio familiar y el tiempo de la vivienda. Dos modos de entender la vida (social, cultural, tecnológica), dos modos de apropiarse de la tecnología y los medios tradicionales.



- Para los más mayores la televisión es la práctica dominante, el medio en el que nacieron y crecieron. Los mayores (inmigrantes digitales) con un nivel inicial de uso, con algunas prácticas «tradicionales» como el correo electrónico y la navegación por lo que se contempla Internet como una fuente complementaria de contenidos.
- Para los más jóvenes (nativos digitales), sólo es un medio más, que comparten espacio y tiempo con otros, especialmente con Internet. Con un nivel avanzado, acorde a sus destrezas e intereses. Sobre todo los que tienen entre 18 y 30 años, pero también los estudiantes que viven con sus padres, son la punta de lanza en el uso de las herramientas de comunicación que permite la socialización de usuarios, el acceso y distribución de todo tipo de contenidos, así como la utilización de diferentes aplicaciones como bajarse música o películas, o intercambiar ficheros.

3. A modo de conclusiones: preguntas para un nómada en el laberinto.

- Este nuevo laboratorio social, producido por un espacio doméstico poblado de pantallas, ¿obliga a replantear los modelos de convivencia y comunicación familiar?
- ¿Aprenderemos los inmigrantes digitales a educar y enseñar de otra manera, o los nativos digitales deberán retroproyectar sus capacidades cognitivas, emocionales y cognitivas a las de hace dos décadas?
- La incorporación de las TIC al espacio familiar describe una transición de las prácticas informativas y comunicativas tradicionales (televisión, prensa, radio, libro) que coexisten con otras prácticas (Internet, videoconsolas, dispositivos móviles) con una renovación de usos y estrategias. ¿Es una educación para la autonomía en la gestión de esta información y comunicación lo que garantiza un consumo audiovisual y multimedia responsable y saludable?, ¿Supone esta educación para la autonomía un educación para la promoción de la salud, más allá que la prevención de trastornos en la conducta?
- Si el papel de los más jóvenes en el impacto tecnológico indica que la edad es un factor primordial en la emergencia de estos nuevos espacios de convivencia ¿en qué medida son necesarios pactos y negociaciones de uso y consumo de las pantallas?
- El desconocimiento que tienen los padres y madres de las nuevas pantallas (Internet, ordenador, videoconsolas, dispositivos móviles), ¿Se convierten en motivo de recelo y rechazo, lo que puede provocar un mayor distanciamiento entre las dos generaciones y una ocasión perdida para crear vínculos familiares, incluso para conocer mejor a nuestros hijos?
- ¿Qué consensos y contratos entre las diferentes generaciones facilitarán entornos saludables de socialización y convivencia familiar, así como la construcción de la identidad de sus menores, sus aprendizajes y modelos de conducta?



- A lo largo de la historia todo avance tecnológico ha estado acompañado de un doble efecto: fascinación y temor (ventajas y riesgos). ¿Es válida una pedagogía de la oportunidad para crecer en el conflicto?, ¿Hasta dónde es necesaria la presencia del adulto?

Referencias bibliográficas

Aranda, D. (2009). *Nuevos escenarios de relación en la era digital: las redes sociales*. Ponencia en VI Curso Pantallas Sanas. Zaragoza.

Castoriadis, C. (1989) *La institución imaginaria de la sociedad*. Barcelona. Tusquets.

Echeverría, J (1999): *Los señores del aire: Telépolis y el Tercer Entorno*. Barcelona, Ediciones Destino.

Gabelas JA y Marta C: (2008) *Consumos y mediaciones de familias y pantallas. Nuevos modelos y propuestas de convivencia*. Zaragoza. Gobierno de Aragón.

Lamarca Lapuente. M.J. (2006). *Hipertexto, el nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen*. Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid.

Martín Barbero, J. (2003). *Comunicación, medios y educación un debate para la democracia*. Barcelona. Octaedro.

Tubella, I, Tabernero, C, Dwyer, V: (2008): *Internet y televisión: la guerra de las pantallas*. Barcelona. UOC.

José Antonio Gabelas Barroso

Profesor de Sociología de la Comunicación.
Universidad Oberta de Catalunya



[Volver al programa](#)