

Comunicación, Cultura y Política

María Belén Albornoz y Mauro Cerbino, compiladores

Comunicación, Cultura y Política



Índice

© De la presente edición:

FLACSO, Sede Ecuador
La Pradera E7-174 y Diego de Almagro
Quito - Ecuador
Telf.: (593-2) 323 8888
Fax: (593-2) 3237960
www.flacso.org.ec

Ministerio de Cultura del Ecuador
Avenida Colón y Juan León Mera
Quito-Ecuador
Telf.: (593-2) 2903 763
www.ministeriodecultura.gov.ec

ISBN: 978-9978-67-175-7
Cuidado de la edición: María Pessina
Diseño de portada e interiores: Antonio Mena
Imprenta: Crearimagen
Quito, Ecuador, 2008
1ª. edición: septiembre, 2008

Presentación	7
Prólogo	
Memoria y balance	9
<i>Héctor Schmucler</i>	
Introducción	15
<i>Belén Albornoz – Isabel Ramos</i>	
 PRIMERA PARTE: ALGUNOS DEBATES SOBRE TELEVISIÓN PÚBLICA	
Problemas para la televisión estatal en Latinoamérica.	
Reflexiones a partir del caso argentino	33
<i>Roberto Follari</i>	
 La Reforma de Televisión Nacional de Chile y calidad de la política.	
Aprendizajes y nuevas perspectivas	47
<i>Valerio Fuenzalida</i>	
 Venezuela: El lejano servicio público	67
<i>Andrés Cañizález</i>	
 Onde está o negro na TV pública brasileira?	79
<i>Joel Zito Araújo</i>	

SEGUNDA PARTE:
COMUNICACIÓN Y POLÍTICA

Los movimientos sociales como sujetos de la comunicación	93
<i>Raúl Zibechi</i>	
¿Qué es una prensa pública?	109
<i>Emir Sader</i>	

TERCERA PARTE:
ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN

Estudos de recepção na América Latina, hoje: a visão de seus pesquisadores	119
<i>Nilda Jacks y Daiane B. Menezes</i>	

El estudio de las audiencias en Centroamérica. Primeras coordenadas del mapa	131
<i>Amparo Marroquín Parducci</i>	

Audiencias y sociedad de información. Aproximaciones teóricas y metodológicas para el estudio crítico de audiencias y la Internet	147
<i>María José Calderón</i>	

CUARTA PARTE:
TIC Y SOCIEDAD

El culto a la información, imaginarios sobre tecnología	161
<i>Belén Albornoz</i>	

El móvil, artefacto ritual para exorcizar la otredad	173
<i>Rosalía Winocur</i>	

Cybercultura y las nuevas nociones de privacidad	191
<i>Belén Albornoz</i>	

Audiencias y sociedad de información. Aproximaciones teóricas y metodológicas para el estudio crítico de audiencias y la Internet

María José Calderón*

En las últimas décadas, los paradigmas teóricos de la antropología y sus versiones más críticas como los estudios culturales han desarrollado un abigarrado conjunto de marcos teóricos para explicar los medios y la sociedad.

En América Latina, particularmente las nociones sobre producción cultural y medios de comunicación, se han revisado desde que las atraviesan lecturas propias de la hibridez, y su representación en menor medida la política (García Canclini, 1996; Martín Barbero: 1997).

Es preciso abrir los marcos metodológicos de interpretación cuando se trata de nuevas tecnologías, como la Internet o las tecnologías móviles. En este sentido, los usuarios de la Internet, llamados como los gestores de una esfera pública no regulada, deben ser reconocidos como audiencias expertas, resultado de un medio capaz de dotar a los usuarios de algo más que el análisis de gratificaciones instantáneas y respuesta inmediata.¹

Esta investigación busca encontrar una propuesta metodológica alternativa para entender las audiencias, sus rastros teóricos y su relación con las nuevas tecnologías de información y comunicación. Intento buscar una propuesta metodológica que abra un espacio para la comprensión de las relaciones de medios y audiencias y que otorguen relevancia a una me-

* M.A. Universidad San Francisco de Quito

1 *Users and gratifications* Thomas Staford and Lawrence Schkade. Metodológicamente, representa a variables sistematizables para identificar el comportamiento de usuarios como potenciales consumidores de Internet. Teóricamente, corresponde a una postura basada en el análisis cuantitativo y la facilidad de la sistematización que ofrece la arquitectura de la Internet.

todología y un estudio crítico de la comunicación con el Internet como nuevo medio.

Sin embargo, los estudios críticos sobre audiencias en América Latina son escasos y presentan un abigarrado tejido teórico, con una escasez de bases empíricas. Los estudios críticos de audiencias siguiendo el marco teórico de la universidad de Birmingham fijan pautas claves para el desarrollo de los estudios de comunicación desde hace aproximadamente 30 años.

La razón de buscar un marco metodológico para el estudio de audiencias en la Internet está ligada directamente con el tema de la recuperación de nuevas formas de representación política y en cierta medida una sensación de acústica global.

Tradicionalmente, las metodologías empleadas para entender a los medios han oscilado desde el tramado funcionalista norteamericano hasta las vertientes críticas de la escuela de Frankfurt y los estudios culturales ingleses. (Curran:1990, Morley:1992) ¿Qué queda de los análisis contemporáneos sobre la sociabilidad y los usos de las nuevas tecnologías? Al igual que sus predecesores, estos intentos, sin desmerecer su importancia, proponen los supuestos funcionalistas de *usabilidad* y *sociabilidad* tomando como punta de lanza la democratización y el poder que las nuevas tecnologías otorgan al usuario. Un análisis desde esta perspectiva, le da poder al texto por demás incluido en el debate marxista y post-estructuralista. Por otro lado, la utilización de metodologías funcionalistas le da poder a los estudios cuantitativos de encuestas y grupos focales en su mayoría.

Como un rechazo a esta postura, los estudios de audiencias y de audiencias “activas” emergieron cuando se descartó la pasividad de la audiencia. Y por primera vez, obligando a incluir en el parámetro de análisis la etnicidad, clase social y género.

En los espacios virtuales, estas diferencias son indirectas, pero no evidentes. La contribución de los estudios críticos de audiencia finalmente se limita a los problemas coyunturales del medio. Este mismo, ratifica nuevas dimensiones al enfrentarse con la aparente multi-vocalidad de la Internet.

Las audiencias de las nuevas tecnologías aparentemente desaparecen en un intento de homogenizarlos; no olvidando que las diferencias también se manifiestan aún en medios más democráticos como son los entornos sociales (social networking y otros espacios participativos de la web

2.0). El problema se mantiene y eso hace pensar hasta qué punto el medio determina a su audiencia y la limita.

El desarrollo epistemológico más grande ha sido el de Manuel Castells, para quien la sociedad de información se manifiesta en una compleja amalgama de fuerzas sociales, inicialmente de fuerzas dominantes inspiradas en una racionalidad instrumental. La misma que está dividida entre modos de producción y desarrollo, cuyos efectos son por un lado negativo y por otro positivo (Castells: 1996: 10-25).

Es justamente su definición del nacimiento de las nuevas identidades y redes que se manifiestan como una alternativa a la masificación de la lógica global capitalista. Lo que se presenta como reivindicativo de la comunicación electrónica tiene que ver directamente con el apareamiento de movimientos sociales y su relación con el espacio virtual.

Este ensayo busca relacionar el espacio virtual y los movimientos ciudadanos con una metodología que relaciona al medio y su audiencia para conocer efectivamente una manera más directa de entender sus alcances y medir su poder en la sociedad contemporánea.

Uno de los campos tal vez más estudiados en América Latina es su relación con el desarrollo de espacios virtuales de interacción social, entendidos como aperturas o intentos de construcción de esfera pública, en términos *habermasianos*.² Parto de una idea fundamental de los espacios virtuales: aquel que puede ampliar la capacidad de actuar en el mundo público de la política a través del espacio público virtual.

Para el tema deliberativo, sin embargo, me voy a referir a un estudio de caso y su relación con la formación de comunidades virtuales, los estudios de audiencias y mercadeo político en el Ecuador, paralelamente a su difusión en otras comunidades fuera del ámbito nacional ecuatoriano. Durante el último proceso democrático, se inició una campaña masiva para promover a los futuros asambleístas. Una de las estrategias más interesantes residía en la creación de blogs y/o sitios de movimientos sociales y otras organizaciones civiles que promovían el diálogo abierto.

2 En el Ecuador, por ejemplo, los estudios son escasos, existe una sistematización importante de la implementación de TIC's en los últimos años, como Karina Palacios: *Incidencia de las iniciativas TIC y NTIC en el fortalecimiento del espacio público rural en el Ecuador*. p. 150

¿Pero, qué clase de audiencias encontramos en este debate? Es justamente el perfil homogéneo de la comunicación por la Internet que alude a una sensación de “hegemonía global ciudadana”. Pero en cierta medida estas ilusiones pueden ser derrocadas, precisamente, por la incapacidad de este medio para reconocer al otro.

Alcances, evolución y reconocimiento de audiencias: de las comunidades virtuales a la sociedad global

El análisis de las audiencias tiene su raíz en la larga y extensa tradición etnográfica que pone de manifiesto una evolución en el análisis cualitativo vs. el grueso de la investigación cuantitativa. Resulta altamente interesante poder ver los cambios de los estudios cuya base etnográfica es de altísima calidad teórica y la falta de material empírico.³

En el caso específico de las nuevas tecnologías, el apareamiento de medios convergentes, ha sofisticado más el estudio de audiencias. Desde los últimos años, este fenómeno ha materializado casi simultáneamente la proliferación de expertos de los nuevos medios que vaticinan el principio de una nueva era y/o el fin de las investigaciones tradicionales sobre audiencias, finanzas y en general la economía global.⁴ La crítica abierta a esta tradición además de su falta de fundamentos epistemológicos fuertes, radica en su metodología abiertamente tecno-céntrica (Zheng: 2007).

Metodológicamente, la pregunta no es complicada. Los estudios de audiencia tradicionales toman en cuenta las aproximaciones cuantitativas y lecturas etnográficas contemporáneas que incluyen textualidad y la deconstrucción. Cuando el estudio cualitativo ingresa a la ecuación, estas

3 El texto clave de Stuart Hall *Cultural media studies* propone un modelo complejo y tomando de la semiótica, la crítica literaria, el psicoanálisis para elaborar uno de los modelos más influyentes en el análisis de la interpretación de textos mediáticos. Textos entendidos como el complejo conjunto de mensajes abiertos y cerrados que dependen de una participación mayor del lector del código. Los límites del medio radican en el lector del mensaje.

4 Particularmente cito el texto de Ian Angell: *The New Barbarian Manifesto* (2000) cuyo éxito de ventas y proyección mediática lo convirtió en un texto clave para los análisis de la economía y la sociedad de información al igual que el futuro del mercado global de tecnología.

variables se cruzan con otras más importantes como los hábitos de consumo y el contenido textual del mensaje.

Es tal vez recientemente que impulsados por la tradición epistemológica inglesa de los estudios culturales se vuelve a un interés cualitativo de la agencia de los sujetos, la diferenciación de las audiencias y la re-estructuración teórica de los “posts”⁵ quedando relegado el estudio de audiencias a la crítica epistemológica.

En esta crítica, la búsqueda de una alternativa al racionalismo instrumental deja de lado al otro y su relación con el medio. En nuestro estudio de caso, el espacio de diálogo virtual construido está delimitado por blogs (bitácoras), portales de discusión y las versiones electrónicas de sindicación de noticias (ecuadorinmediato.com). Los ejemplos para este análisis son los del forodemocratico.org y la estrategia de campaña en la Internet del movimiento ciudadano “la concertación”. En ambos procesos el alcance de las campañas personales y la difusión de las mismas mediante e-mails personales, y una des-automatización del proceso de entrega obligaba a los usuarios a responder de manera personal a las cartas de origen.

Es así como cada carta se respondía de manera personal. La campaña consistía en la difusión de cartas personales, firmadas por sus autores. A su vez, los 200.000 usuarios registrados y confirmados buscaban de alguna manera comunicarse personalmente con los generadores de información. En términos cuantitativos, se podrían medir el volumen de respuestas positivas y visitas a los vínculos de las cartas. Para el análisis cualitativo, el ejercicio metodológico de interpretar audiencias en un medio que aparentemente democratiza el uso de la palabra nos remite al texto como fundamento clave para la interpretación de la sociabilidad del medio. El tráfico diario contabilizaba 30 mil visitas confirmadas, al igual que el nivel de interacción, medido en foros, encuestas y libros de visita, que contabilizado activamente por el sitio, prometía resultados, fidelizaba seguidores y promovía a su vez mayor diálogo político. Sin embargo, esta

5 El artículo *International Communication, Ethnography, and the Challenge of Globalization* (2007) de Patrick D. Murphy y Marwan M. Kraidy, argumenta uno de los temas claves de los estudios contemporáneos sobre globalización y comunicación como parte de la agenda para el desarrollo de la investigación en comunicación.

apertura y vínculo con otros espacios de diálogo no significó una respuesta óptima en términos electorales. El resultante de un proceso comunicacional, vía la Internet, promovió una respuesta nacional localizada y cuya apertura permitió la continuidad de un foro abierto de varias tendencias. Encontramos, además, un eco de resonancia con otros sitios de mayor visibilidad, como el de *aporrea.org* cuyo papel en la difusión de las políticas de Hugo Chávez es conocido regionalmente.

La Internet, ciudadanía.

Una aproximación al espacio local en el Ecuador

Una de las características de expansión de este medio lo convierte no solo en una herramienta de difusión y de construcción de contenido en función de la socialización, interactividad y propuestas ideológicas.

Existen algunas reflexiones teóricas sobre las ventajas de la Internet en la expansión de un ideal democrático global (Castells, 1987-2002). Sin embargo, no podemos regirnos ante estas medidas, ya que están limitadas por espacios socio-económicos muy específicos como es, por ejemplo en nuestro caso, el acceso a conectividad.

La figura puramente comunicativa de lo público es la opinión pública. Ésta es entendida originariamente como la acción que se oponía a la práctica del secreto, propia del Estado absolutista, y será después el principio de la crítica como derecho del público a debatir las decisiones políticas. El debate ciudadano: espacio de articulación entre la sociedad civil y la sociedad política, entre conflicto y consenso (Habermas: 1968, 125-145).

El fenómeno de socialización que permitió la creación de redes de asistencia globales, con fuentes de financiamiento bilaterales, desarrolladas en varios países en vías de desarrollo para mejorar, inicialmente, su capacidad de gestión.⁶ Las identidades virtuales generadas a través de los blogs y portales de opinión pública, generan círculos que permiten la interacción local (vía mensajes sms), la interacción regional (*Altercom*, *Voltairenet*) y la recreación de imaginarios globales (blogs, sitios inmigrantes, etc.)

⁶ Este es el caso de redes como *Alainet* e *Indymedia* entre las más antiguas.

El producto del trabajo de los últimos años en la consolidación de redes TIC's en el Ecuador va de la mano de proyectos profundamente arraigados en las campañas de difusión católicas, y más recientemente, la cooperación internacional para el desarrollo de TIC's, principalmente, en sectores rurales.

En este proceso, los portales de movimientos sociales se construyen como comunidades imaginadas transnacionales, donde la identidad de los actores se diluye en el discurso político (Norte vs. Sur, etc.). La comunidad transnacional virtual se construye en un estado paralelo entre la realidad y el simulacro (Ribeiro: 1998). La característica de estos portales y sus masivas listas de distribución es que se mantenían como medios unívocos.⁷

La Internet en este caso, confinado desde los orígenes a los márgenes del poder estatal y del mercado, tiene la potencialidad de cambiar la comunicación política y la naturaleza de la opinión pública. Sin embargo, en términos de libertad de expresión no significa necesariamente aumento de conocimiento. Paradójicamente, la naturaleza del medio, sin filtros tradicionales limita su legitimidad frente a otras instituciones cuyas interacción social es mayor. Si bien es cierto, la Internet es un espacio libre de debate donde la libertad de palabra prevalece, también es el espacio donde la legitimidad del discurso se desconoce; en efecto existen otras variables más pertinentes al análisis. Las relaciones de poder siguen legitimando los discursos en donde el medio y el mensaje están libres de distorsiones que caracterizan a otros canales de comunicación.

Toda innovación tecnológica es ambigua. Contiene igualmente una versión utópica y distópica de su evolución. Los optimistas ven a la Internet no sólo como un medio de comunicación capaz de revolucionar el proceso democrático, la naturaleza interactiva y la participación ciudadana en la expresión de opinión pública y gobernabilidad. La Internet podría mantener los ideales *habermasianos* de libertad de palabra e información, como los fundamentos por los cuales la opinión pública estaría formada.

⁷ El caso de mediación más completo es el del Ejército Zapatista de Liberación Nacional en México y sus redes globales al igual que *Acción Ecológica* y, sobre todo, la red de *Oil Watch*, que inició su red virtual desde 1994, generando no sólo una de las mejores campañas de lobbying difundida exclusivamente por la Internet en los EE.UU. sobre el caso *Huaroani* y *Maxus* (Calderón: 1998).

Pero queda todavía por ver en este espacio, la consolidación de una audiencia participativa transformada en sociedad civil conectada donde nuevas generaciones verán al medio escrito de la Internet como una manera más directa y democrática de asociarse frente a las limitaciones del mercado, las asimetrías de estas redes y proyectos políticos que limiten los cambios: leyes de propiedad intelectual, proteccionismo, falta de garantías para la conectividad y censura.

Estudios de audiencias y política. El medio puro y sus decepciones

Teóricamente, los estudios de audiencias para comunicación ofrecen una oportunidad heurística para comprender las implicaciones locales de la globalización y sus versiones locales (Appadurai, 1996; Mato, 2002)

El análisis etnográfico, que otorga a la observación participativa un papel preponderante, ubica también la necesidad de entender que el carácter global del medio presupone ubicar esta participación en un doble sentido. Aquel que reconoce el papel de la de-territorialización y desplazamiento del espacio virtual. Es preciso responder críticamente al proceso de la audiencia como parte de sus efectos más fundamentales, las industrias culturales y hacia el rechazo de la pasividad de los actores virtuales y la supuesta libertad de su participación.

Esta impresión de participación se puede revelar con el alcance de las estrategias y las respuestas de los usuarios. Si bien es cierto, la relevancia política y discursiva de la audiencia puede ser entendida por su posición socio-económica (tomando en cuenta que el nivel de penetración de la Internet en el Ecuador es bajo), también podríamos analizar a la audiencia desde las variables tradicionales como el género, nivel de ingresos y hábitos de consumo.

Pero, realmente, el espacio de diálogo aparente no es libre. La libertad de expresión constantemente coartada por la capacidad del medio en sí mismo de desdoblarse a los individuos en usuarios multívocos, obliga a no perder de vista el análisis crítico de la metodología. Inscritos aún más en las faltas hermeneúicas encontramos que la práctica etnográfica no se debe limitar a exaltación de voces finalmente liberadas por el medio. Las

resistencias tácticas presentes en los espacios virtuales, en donde las tensiones entre local, nacional y transnacional se vuelven evidentes.

La trayectoria de difusión y mercadeo de propuestas en nuestro estudio mantenía un carácter coyuntural. Su duración estaba marcada por el fin de una campaña electoral. Sin embargo, el éxito y posterior supervivencia del espacio dialógico radica en asumir los cambios más allá de la textualidad. Es decir, enfrentar al espacio textual, en este caso el denominado “esfera pública” virtual, como parte de las condiciones de vida humana y coyunturas históricas que profundizan los ejercicios analíticos textuales.⁸

Conclusiones

Los estudios de audiencias y la producción cultural deben mantener la rigurosidad crítica y epistemológica. Al mismo tiempo debe escapar de los modelos tecnocéntricos, y buscar una definición del tema global y la experiencia local.

Finalmente, el tema de la mediación debe ser abordado como parte de la sociabilidad y la construcción de ciudadanía. Lo que movemos en los estudios sobre medios y su eco en la agencia de los actores y la globalización son las limitaciones del medio.

Después del efecto inicial de envíos y respuestas masivas, el espacio quedó abierto para el diálogo. Más allá del proselitismo político, lo que reveló la experiencia de segmentar audiencias fue justamente la incapacidad de poder conocer a los usuarios mediante variables pre-determinadas.

Más allá que un instrumento útil para el análisis cuantitativo y la inclusión de variables poderosas para los estudios de mercado, las audiencias de la Internet poseen el privilegio que a la vez empodera al individuo y oculta las diferencias. Los ciudadanos podrían expresarse libremente en un espacio libre y que aparenta crear comunidades imaginadas⁹. Pero es el

8 El estudio de José Figueroa (2007) sobre la crítica a las metodologías etnográficas tradicionales para el caso del Caribe colombiano ha analizado la genealogía de la etnografía contemporánea frente a posturas de las ciencias sociales.

cuestionamiento de libertad que otorga la tecnología y su capacidad real de crear redes participativas reales.

Los espacios de diálogo virtuales y el reconocimiento de las audiencias pone de manifiesto la importancia de situar a los usuarios como actores políticos, provistos de discurso. La etnografía tradicional provee una base metodológica cualitativa que limita la agencia de los actores.

El espacio de diálogo virtual podría conformarse en el espacio deliberativo que otorgaría el derecho del público a debatir las decisiones políticas, como es el debate ciudadano: espacio de articulación entre la sociedad civil y la sociedad política, entre conflicto y consenso (Habermas: 1987; 1989; 1991)

Esta diferenciación de los espacios públicos de diálogo debe ser definida críticamente. El espacio de diálogo, no es necesariamente performativo y es preciso mantener a las audiencias con una postura crítica a su función con el medio.¹⁰ Es decir, el espacio público no regulado de la Internet debe ser concebido como un espacio de análisis crítico desde la premisa del medio y su función social. En el punto central del debate queda por ver la manera de abordar los usos del medio en la sociedad contemporánea. El giro etnográfico ha cambiado a las metodologías en análisis de medios durante los últimos 20 años. Este giro y la importancia de situarlo bajo una óptica global el día de hoy obliga a ubicar las diferencias antes que elogiar las capacidades del medio. Es preciso encontrar en las subjetividades y la crítica el poder transformador de los individuos y su agencia frente a este medio.

En este análisis la consonancia global de los estudios de comunicación internacional y nuevas tecnologías, nos remite a pensar en el espacio local como un centro de elementos simbólicos comunes, ampliados a la acústica global y la inmediatez del mensaje. Aún a pesar del ruido, se puede identificar al final de este proceso, que alta participación no significa cambios representativos. La cantidad de información no significa calidad. La

9 Alusión al ensayo de Benedict Anderson retomado por Arjun Appadurai, y sobre *scapes* (espacios/paisajes) y la capacidad de reconocer a la acción social sobre los medios como vectores de colectividades.

10 Una de las críticas más interesantes hacia la formación de una esfera pública deliberativa en América Latina, habla sobre imposibilidad de delimitación de la esfera pública y la esfera privada y una serie de mecanismos de inhibición que caracterizan a la "modernidad periférica", (Figueroa: 2007, 19-27).

oportunidad de responsabilizar y dialogar con las elites y el discurso hegemónico para indagar en un debate racional y crítico, no mantiene una duración ni resultados efectivos. Pero, sobre todo, la ilusión de un espacio público no regulado transforma a los usuarios de la Internet en actores políticos que buscan legitimarse en este espacio.

Los resultados de campañas promoviendo la organización ciudadana y el voto de asambleístas por la Internet, resultó en multitudinarias respuestas y altos índices de tráfico y respuesta. Inevitablemente, el uso de los sitios y el espacio de diálogo, no necesariamente se traducen en votos "duros", por lo que la respuesta por la Internet abrió la oportunidad de entender a una audiencia mucho más compleja, provista de una poderosa capacidad de articular variables en su trayectoria "virtual". La idea de democracia deliberativa libre y participativa en las carreras políticas obliga a repensar nuevos lineamientos teóricos para entender a las audiencias en el proceso de formación de opinión pública.

Mientras la sofisticación de los usuarios crezca, estas audiencias adaptarán su participación como actores en el escenario político regional. Esto significa que las redes ciudadanas tienen que poner mucho más atención en como transforman la participación en institucionalidad legítima. Con la Internet como su infraestructura política, los movimientos ciudadanos han logrado mantener una especialidad de-territorializada que obliga a repensar la representación y la participación política.

Referencia bibliográfica

- Appadurai, Arjun (2001). *La modernidad desbordada*. Fondo de Cultura Económica de Argentina. Buenos Aires.
- Martín Barbero, Jesús (1997). *De los medios a las mediaciones*. Convenio Andrés Bello. Caracas.
- Canclini, Néstor (1996). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalvo. México.
- Curran, James (1996). *Repensar la comunicación de masas*. Curran, J. Morley, K. Walkerdine, V. (Eds.) Estudios Culturales y Comunicación. Paidós. Barcelona.

- Deibert, Ronald J. (2000). *Internacional Plug 'n Play? Citizen Activism, the Internet, And Global Public Policy*. International Studies Perspectives. Vol 1.
- Figuroa, José Antonio (2007.) En prensa. “Realismo mágico, vallenato y violencia política en el Caribe Colombiano”. Tesis doctoral Department of Modern Languages, Georgetown University.
- Clifford, James and Marcus, George. (1986). *Writing Culture*_University of California Press.
- Lins Ribeiro, Gustavo. En: Arturo Escobar, Sonia E. Alvarez, (1997). *Cultures of Politics Politics of Cultures : Re-Visioning Latin American Social Movements*. Westview, 1998. Westview Press, Boulder.
- Mato, Daniel (2004.) *Políticas de identidades y diferencias sociales en tiempos de globalización*. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad Central de Venezuela.
- Murphy, Patrick D. and Kraidy Marwan M. (2003). *International Communication, Ethnography, and the Challenge of Globalization*. Communication Theory, August.
- Said, Edward. (1978). *Orientalismo*. London. Routledge.
- Williams, Raymond. (1987). *Cultura y Sociedad*. Nueva visión. Saic. Buenos Aires.
- Zheng, Yingking (2007). *A structural conceptualization of Information Literacy: Reflections on Literacy on Rural South Africa*. Department of Management on information systems Group. Working papers. London School of Economics.