

6. El impacto de lo digital en la comunicación y las relaciones de los adolescentes

Jordi Sánchez-Navarro. Doctor en Comunicación Audiovisual, profesor de los Estudios de Ciencias de la Información y Comunicación de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) e investigador del grupo *GAME-Communication & New Media* del Instituto de Investigación IN3 de la misma universidad. Sus intereses de investigación actuales son las transformaciones de las formas narrativas en el cine contemporáneo, la innovación en el entretenimiento audiovisual y la cultura lúdica digital.

Daniel Aranda Juárez. Doctor en Comunicación Audiovisual, profesor de los Estudios de Ciencias de la Información y Comunicación de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) e investigador del grupo *GAME-Communication & New Media* del Instituto de Investigación IN3 de la misma universidad. Su línea investigación actual se centra en el estudio de las formas de consumo, prácticas culturales y dinámicas sociales relacionadas con el ocio y el entretenimiento digital.



El uso cotidiano de las tecnologías digitales que realizan los adolescentes tiene que ver con sus necesidades y dinámicas sociales y culturales propias de su etapa evolutiva.

¿Pero qué haces tanto tiempo conectado?

El acceso cada vez más temprano al teléfono móvil (se estima que alrededor de los doce años¹⁵) y la masiva presencia de Internet en ordenadores personales, tanto los que se encuentran en los hogares como los que se hallan en los centros escolares, hace que la conexión a la red sea la normalidad. Internet es una infraestructura básica como puede ser la electricidad o el agua corriente.

Los adolescentes viven conectados en un mundo conectado. La conexión no es una característica especial de nuestros menores, sino más bien una manifestación que va en consonancia con el contexto social y cultural que les ha tocado vivir: la Sociedad de la Información y la Comunicación.

15. Los datos de este artículo forman parte del proyecto internacional World Internet Project, WIP, extraídos en los años 2011 y 2013, del que formamos parte. http://in3.uoc.edu/opencms_in3/opencms/webs/projectes/wip/es/index.html



En estas circunstancias, preguntarse para qué se usa Internet resulta cada vez más irrelevante: los jóvenes usan Internet para todo.

A pesar de que la conexión es un hecho social e incluso una oportunidad cultural y política sin precedentes, nuestros menores hacen un uso bastante diferenciado del que pueden hacer los adultos. Sus prácticas digitales no vienen definidas tanto por la potencialidad que les ofrece la red (contrastar información, acceso a infinidad de recursos culturales,...) como por sus necesidades en consonancia con su etapa evolutiva o ciclo vital: la adolescencia.

Las normas familiares sobre el tiempo de conexión, el tipo de contenidos o el lugar que ocupa lo digital en el hogar no debe ser tanto un asunto de reglas o recomendaciones concretas que las familias deben aprender e implementar sino que, más bien, deben ser la extensión natural del régimen de valores, normas y confianza que ya hay en el hogar.

Los adolescentes viven digitalmente inmersos en contacto permanente con sus iguales y sus propios recursos culturales a través de sus dispositivos móviles, ordenadores o tabletas. Sus prácticas comunicativas y culturales son personales, privadas y se escapan de los contextos regulados por los adultos. Este hecho es el que hace que las tecnologías digitales orientadas a la comunicación sean tan atractivas para los adolescentes.

Aun en el caso de que el tiempo que dediquen a ver la televisión sea superior al que dedican a Internet, los adolescentes y jóvenes consideran que ver la televisión es un hábito del pasado y que el ordenador es un dispositivo mucho más adecuado a sus necesidades.

Nuestros datos muestran que los jóvenes perciben el consumo televisivo como una actividad vinculada a los espacios comunes dentro del hogar y a una oferta, variedad y horarios determinados por intereses diferentes a los suyos. Por otra parte, perciben el consumo de medios y contenidos a través de Internet como una actividad más libre, es decir, menos regulada por los padres, y que se adapta mejor a sus necesidades sociales, culturales y psicológicas (Aranda, Roca, Sánchez-Navarro, 2013).

Internet es un medio fundamental para el ocio de los menores y los jóvenes. Este entretenimiento aparece claramente vinculado a la autoexpresión de los usuarios, y esa autoexpresión está a su vez vinculada a una orientación lúdica del uso de Internet. En ese cruce de entretenimiento, autoexpresión y orientación lúdica aparece un uso característico de los medios por parte de los jóvenes y hace necesario un reenfoque de aspectos como la educación en medios y las recomendaciones sobre su consumo.

Además de la red, los videojuegos, en sus diferentes formas, son un entorno natural de sociabilidad, autoexpresión y aprendizaje. Un entorno, también, orientado a lo lúdico.

La Internet de nuestros adolescentes y jóvenes

Hoy en día, el uso de Internet por los adolescentes y jóvenes de edades comprendidas entre los dieciséis y los veinticuatro años es prácticamente universal. Y en los últimos años, el porcentaje de jóvenes que usan cotidianamente Internet ha aumentado hasta casi el 100%¹⁶. Se puede afirmar, sin lugar a dudas, que el acceso de los jóvenes a Internet en nuestro país es universal.

Aunque el propio hogar sigue siendo el lugar prioritario de conexión, comienza a observarse un cambio en la tendencia. En 2011 un 98% de jóvenes encuestados afirmaba usar Internet en casa. Además, lo hacía de una forma muy intensiva, entre trece y veinticuatro horas semanales. Dos años después, en 2013, la cifra de los jóvenes y adolescentes encuestados que indicaba que el hogar es el lugar donde mayoritariamente

16. Los datos de este artículo forman parte del proyecto internacional World Internet Project, WIP, extraídos en los años 2011 y 2013, del que formamos parte. http://in3.uoc.edu/opencms_in3/opencms/webs/projectes/wip/es/index.html

riamente se conectaba era del 96,2%. No se trata de una gran diferencia, pero este pequeño cambio sugiere que la conexión en movimiento, a través de los teléfonos móviles, se impone entre los hábitos de conexión de los jóvenes españoles.

Muchos de los jóvenes se conectan estando en un medio de transporte o en la calle. Y del mismo modo, aunque el ordenador sigue siendo el dispositivo más empleado, los jóvenes se apropian de aparatos móviles para satisfacer sus necesidades de conexión.

En el año 2013, el 91,9% de los jóvenes usuarios españoles encuestados reconocen que usan Internet a través de móviles. Entre los que utilizan más de un dispositivo para conectarse, la mayoría (el 63%) prioriza el consumo por medio de móviles por delante del ordenador o la tableta. Es significativo en este cambio de hábitos de consumo que, entre los usuarios de diecinueve y veinticuatro años, un 3,6% afirma no hacer uso del ordenador para acceder a Internet.



Los recursos digitales y el juego digital tienen que convertirse también en material de discusión e intercambio familiar de valores, opiniones o espacios compartidos de entretenimiento.

Internet en el ecosistema de medios

Internet es la herramienta básica para la información y el entretenimiento de los jóvenes. Sin embargo, sean o no conscientes los usuarios más jóvenes, Internet es parte integrante de un complejo ecosistema de medios que no se está haciendo más sencillo, sino más bien todo lo contrario.

Aunque el tiempo dedicado a ver la televisión es muy superior al que dedican a Internet, la televisión no se percibe como la fuente principal de ocio o entretenimiento. Con independencia del tiempo dedicado, Internet es su medio preferido. El consumo televisivo se percibe como una actividad vinculada a los espacios comunes del hogar (comedor, cocina, sala de estar...) y a una oferta, variedad y horarios determinados por las cadenas, es decir, que obedecen a intereses muy diferentes, incluso opuestos, a los suyos. Por el contrario, el navegar por la Red para informarse y entretenerse se percibe por los adolescentes como una actividad más libre, menos regulada por los adultos (padres) y que se adapta a sus necesidades sociales, culturales y psicológicas.

Ver la televisión implica pactar las preferencias y los intereses individuales al bien común/doméstico. El contenido televisivo se convierte en material de discusión e intercambio familiar de valores, opiniones o espacios compartidos de entretenimiento.

Por este motivo, es necesario compartir espacios de consumo cultural con nuestros adolescentes no únicamente a través de la televisión sino también a través de sus propios dispositivos como tabletas, ordenadores o móviles. Ser conscientes y partícipes como adultos de sus gustos digitales (contenidos, redes o juego digital) genera espacios de relación, confianza y conocimiento alrededor de contenidos y dinámicas comunicativas propias de los adolescentes y no únicamente alrededor de los intereses de los adultos.

Probablemente, el hecho de que este uso suela producirse en espacios privados dentro del hogar (fundamentalmente los dormitorios y en la palma de sus manos a través de dispositivos móviles) contribuye a esta percepción por parte de los jóvenes.

Internet como herramienta que se adapta a sus necesidades

Además de ser un medio de comunicación que ofrece información y entretenimiento, Internet ofrece a los jóvenes un espacio de expresión de uno mismo. Y eso se ajusta muy bien a lo que los jóvenes necesitan, a su etapa evolutiva o ciclo vital.



Entendemos por capital social a través de Internet como los recursos que las personas adquieren y tienen disponibles gracias a sus interacciones y conexiones sociales en línea.

Según Valkenburg (2011), investigadora de la *Amsterdam School of Communication Research* un correcto desarrollo psicosocial de la adolescencia depende de la calidad del desarrollo de la identidad, la intimidad y la sexualidad. Los adolescentes deben desarrollar un fuerte conocimiento de sí mismos, necesitan estar seguros de quiénes son y qué quieren llegar a ser. También es importante que desarrollen un cierto sentido de intimidad, necesitan adquirir habilidades que son importantes para formar, mantener e incluso concluir relaciones con los demás que les sean significativas.

Para todo ello, los adolescentes necesitan aprender dos habilidades importantísimas: cómo presentarse uno mismo a otros y cómo compartir aspectos íntimos con los demás.

Desde este punto de vista, Internet y en especial las redes sociales *online* ofrecen a los adolescentes el espacio para trabajar productivamente en la gestión de su identidad, su estatus y la toma de conciencia de las reglas sociales.

Entender que la conexión cotidiana de jóvenes y adolescentes a las redes sociales no tiene que ver con pérdida de tiempo es fundamental. Las redes sociales *online* se utilizan principalmente, sean ellos conscientes o no, como herramientas de socialización con sus iguales en un momento o ciclo vital donde la gestión y desarrollo de la identidad, la intimidad son fundamentales para su crecimiento.

Internet y las redes sociales o diferentes herramientas de mensajería como WhatsApp o Snapchat se convierten en un campo de experimentación, en una oportunidad excepcional de explorar su identidad e intimidad sin la supervisión de los agentes tradicionales de socialización como los padres, las escuelas o institutos.

Los espacios de socialización de los adolescentes siempre han contado con espacios de libertad alejados de las normas de los adultos pero actualmente estos espacios se han multiplicado, son ubicuos, omnipresentes.

El uso responsable de estos espacios de socialización *online* es generalizado entre los adolescentes. El abuso, los peligros o los riesgos tienen que ser fuente de conversación pero en ningún caso pueden definir el comportamiento generalizado de nuestros adolescentes en la red.

Espacios como Facebook están orientados a la amistad, pero existen también redes de aprendizaje y participación orientados al interés. En estas redes orientadas al interés, aun no siendo tan populares, los jóvenes buscan individuos *online* que compartan las mismas aficiones o intereses como la música, el cine o los videojuegos. Ambas formas de participación son una fuente importante de aprendizaje y socialización. Según Ito (2009), los jóvenes usan diferentes contextos sociales, sean estos orientados al interés o a la amistad, para aprender desde cómo encontrar pareja a la manera de insertar un fragmento de código HTML concreto para conseguir una nueva aplicación en su blog o alcanzar cierto nivel o ventaja en un videojuego. En ambos casos, la red de amigos *online* les proporciona una potente herramienta de aprendizaje.

Más allá de determinar las características concretas de la participación de adolescentes y jóvenes y su relación con la tecnología, la mayoría de estudios coinciden en señalar que los adolescentes y los jóvenes gestionan capital social a través de la red (Rheingold 2004; Valenzuela, Park, y Kee 2009).

Otros autores no nos hablan de capital social sino de espacios de aprendizaje informal que denominan *espacios de afinidad*. Se trata de unos entornos *online* (redes de

participación y aprendizaje orientados al interés) en los que se aprende más y mejor, se participa más activamente y se establecen relaciones con mayor profundidad, atención y seriedad con la cultura popular (videojuegos, música o moda por poner algún ejemplo) que con el contenido de los libros de texto característicos de los espacios formales de educación.

El capital social a través de red y los espacios de afinidad son herramientas que permiten a adolescentes y también a adultos incrementar nuestros recursos sociales y culturales, nos permiten acceder a soluciones, ideas y valores diversos y necesarios para nuestro desarrollo personal y cotidiano. Por este motivo, más que negar el contacto *online* con los demás hay que velar por que esos contactos sean significativos.

Así, la explicación de la importancia que tiene Internet para los jóvenes la encontramos no en el tiempo de consumo, sino en cómo se usa y para qué se usa Internet como fuente de información, entretenimiento y sociabilidad, junto con el contexto social y las necesidades psicosociales características de las diferentes etapas de la adolescencia.

¿Y qué pasa con los videojuegos?

Como ya se detalla en el capítulo cuatro del presente Cuaderno de forma más extensiva, el uso de videojuegos por parte de los adolescentes es a menudo uno de los puntos principales del debate en torno a la relación de la juventud con los medios y la tecnología. El acceso a contenidos adecuados con respecto a la edad de los jugadores, o el uso frecuente e intenso que puede generar adicción en los adolescentes, además de la consiguiente alienación de su vida social, son argumentos habituales.

Stuart Brown, fundador del *National Intitute for Play* y autor de *Play: How It Shapes the Brain, Opens the Imagination, and Invigorates the Soul* (2009), realiza un recorrido por el significado del acto de jugar y las implicaciones culturales y sociales del juego. Jugamos, dice el autor, a causa de un impulso biológico que es necesario para nuestra supervivencia.

Para Brown, el juego es un potente catalizador para una socialización positiva. Cree firmemente que la antítesis del juego no es trabajo, sino la depresión.

Potenciar los videojuegos y el juego en general mejoran la calidad de nuestras relaciones sociales al permitir espacios de distensión y placer entre iguales y también en el contexto doméstico.

Según nuestras investigaciones (Aranda, Sánchez-Navarro, Tubella, 2014), los videojuegos están ampliamente extendidos ente los adolescentes, y su uso es habitual. Aquí debemos tener en cuenta una diferencia significativa en relación al género y la edad: los chicos juegan en mayor número que las chicas, mientras que los más pequeños, de entre doce y quince años, son jugadores más habituales que los que tienen entre dieciséis y dieciocho años.

Hay una diferencia en el hábito del videojuego en relación con la edad, de manera que los más pequeños tienden a jugar más por las tardes y los fines de semana, así como en espacios de uso común en el hogar, mientras que los más mayores juegan más por la noche y en el entorno privado de su habitación.

Del mismo modo ocurre con la intensidad de juego: la media de tiempo dedicada a los videojuegos es de unas cinco horas a la semana. A pesar de que el porcentaje de jugadores entre los más pequeños es superior en comparación con los mayores, son estos últimos los que dedican más tiempo al juego, casi seis horas a la semana, en comparación a las menos de cinco horas de media de los chicos de entre doce y

quince años. A este respecto, también se observan diferencias de género: los chicos vuelven a dedicarle el doble de tiempo que las chicas.

Muchos adolescentes no tienen normas en casa sobre el uso de videojuegos, pero cuando existen normas se refieren sobre todo al tiempo de dedicación y los días de la semana en los que se puede jugar. Muy pocos de ellos tienen restricciones con respecto al tipo de juegos a los que puede jugar.

Como ya hemos comentado anteriormente, las normas familiares sobre el tiempo y tipo de juego adecuado, no tienen que ver con reglas objetivas o recomendaciones concretas que las familias deben aprender sino, más bien, con los valores, normas y regímenes de confianza familiares que ya existen en todos los hogares.

Más allá de las cifras, creemos necesario destacar que los videojuegos son productos comunicativos que responden al deseo y la necesidad de muchos menores, jóvenes y adultos de experimentar placer y, por encima de todo, de potenciar sus vínculos sociales y ejercitar diferentes aspectos de su identidad (Aranda, Sánchez-Navarro, 2009).

Debemos entender que los videojuegos son herramientas de socialización y aprendizaje entre iguales. Los amigos y compañeros de clase, es decir, de nuevo el círculo social extra-familiar más cercano, son las personas con las que más se habla de videojuegos, mientras que los padres y las madres son interlocutores mucho menos habituales.

Afirmamos también que los videojuegos generan contextos que promueven la alfabetización digital, la resolución de problemas confusos y la habilidad en la toma de decisiones.

Los videojuegos proponen objetivos concretos y acciones que se ajustan a las habilidades del jugador y que favorecen un aprendizaje en el que el jugador es seducido para intentar superar un problema, para dedicarle esfuerzo y finalmente para conseguir algún éxito significativo.

Egenfeldt-Nielsen (2004) sostiene que el aprendizaje está incorporado en la estructura misma de los videojuegos; aprender es, de hecho, un prerrequisito para jugar; el aprendizaje está incorporado en el código genético de los videojuegos, de modo que aprender cosas se convierte en algo necesario para jugar.

Desde este punto de vista, es necesario crear espacios de juego familiares e incorporar los intereses y discusiones cotidianas sobre el juego digital en las dinámicas domésticas con el objetivo de situar los gustos y placeres de los adolescentes en el centro y no en la periferia de las dinámicas e intereses familiares.

Buena parte de la culpa de los aspectos negativos de los videojuegos reside, precisamente, en su capacidad para atraer y focalizar el interés de los jugadores. Se produce así una paradoja relevante. Los mismos jóvenes que reconocen que los videojuegos son interesantes porque tienen una serie de características únicas, creen también que esas características son las que los hacen peligrosos.

En 2004, Henry Jenkins publicó un ensayo que obtuvo una gran repercusión en la comunidad de investigadores sobre videojuegos. El ensayo, titulado *Ocho mitos desentramados sobre los videojuegos* pretendía arrojar algo de luz al debate sobre los efectos nocivos de los videojuegos, separando los hechos hasta el momento probados por la investigación de los mitos populares que anunciaban que los videojuegos eran poco menos que una plaga destinada a arruinar la vida de los jóvenes.

En el texto, Jenkins explica entre otras cosas que, frente al mito popular que afirma que *“La disponibilidad de los videojuegos ha tenido como consecuencia una epidemia de violencia juvenil”*, las estadísticas oficiales citadas demuestran que la violencia juvenil ha disminuido hasta su punto más bajo en los últimos treinta años. Como

respuesta a la afirmación popular de que “*Las pruebas científicas vinculan el jugar con videojuegos violentos con la agresividad juvenil*”, el autor afirma que no hay estudios concluyentes que demuestren tal afirmación. Similar proceso se produce en todas las afirmaciones que cierta parte de la opinión pública ha puesto en circulación para justificar su pánico social. Jenkins también deja claro que, en contra de lo que se afirma desde algunos sectores, el videojuego no es una práctica que lleva al aislamiento social y que no es una actividad que desensibiliza a los jóvenes ante la actitud violenta. Sin extendernos demasiado, destacaremos que lo más interesante del ensayo es que, en contra de lo que hacen los que sostienen las afirmaciones de los más apocalípticos, Jenkins sí aporta pruebas de lo contrario.

Es recomendable enfrentarse a los videojuegos y al juego digital en general desde el sentido común y no desde los prejuicios, muchas de las veces sin fundamento. Los videojuegos deben introducirse en la cotidianidad familiar entendiéndolos como un recurso cultural y social más y no como el enemigo.

Conclusiones

Ya en 2008 Henry Jenkins constató el modo en que los jóvenes del siglo XXI están en contacto, a través de diferentes entornos colaborativos o herramientas de comunicación *online*, con lo que él denomina *cultura participativa*. Según este autor, las principales características de la *cultura participativa* son:

1. Las relativas pocas barreras hacia la expresión.
2. La potenciación del apoyo a la creación y el intercambio.
3. La promoción de un tipo informal de afiliación donde los que tienen más experiencia comparten sus conocimientos con los que se inician.
4. La conciencia de los miembros de que sus contribuciones valen la pena.
5. El sentimiento de cierta conexión social con los otros.

Estar en contacto con esta *cultura participativa* permite a los adolescentes trabajar habilidades como:

- **Las habilidades sociales:** pues facilitan la ayuda colaborativa y el intercambio, generan espacios de interacción y afinidad.
- **Las habilidades cognitivas:** pues recoge consenso y toma de decisiones, pensamiento crítico y autorreflexión, conocimiento de sí mismos y adaptación a distintos contextos de relación y registros de comunicación, resolución de problemas.
- **Las habilidades emocionales:** en el sentido en que afectan a la percepción de la autoestima y reconocimiento en el grupo, prestigio social en la comunidad de usuarios, gratificación emocional al resolver los problemas y ser ayudado por otros iguales en la gestión de los mismos.

En las redes sociales o en las herramientas de mensajería, el adolescente deposita parte de sus conocimientos y estados de ánimo y, a cambio, obtiene grandes cantidades de conocimiento y oportunidades de sociabilidad. Intercambiar información o chatear son las herramientas básicas que movilizan el capital social de red.

El chisme o la curiosidad pueden parecer actividades intrascendentes, pero son actividades esenciales para estrechar lazos, reafirmar relaciones y mostrar alianzas o

jerarquías. El chisme puede ser visto como un efecto de nuestra disposición hacia la sociabilidad que nos permite gestionar nuestra posición en relación con los demás. También la importancia del chat o el *chisme digital* recae en la capacidad que tiene para potenciar procesos de empatía y espacios de confianza.

Compartir a través de las redes sociales en línea genera un posible marco para generar el intercambio de experiencias entre adolescentes y desarrollar ciertas habilidades interpersonales en consecuencia.

Como adultos, padres o formadores de nuestros adolescentes tenemos que velar para que sus espacios de sociabilidad sean productivos y les ayuden a desarrollarse positivamente sin negar o menospreciar lo que estos contextos *online* significan para el crecimiento y mejora de sus capacidades sociales, culturales y psicológicas.

Así pues, el ocio y la comunicación digital de los adolescentes se relacionan directamente con sus necesidades sociales, culturales y psicológicas propias de su etapa evolutiva. De esta forma, la percepción de la importancia que tiene para ellos Internet no tiene tanto que ver con el tiempo de consumo, sino con la calidad y la adecuación a sus necesidades.

Somos conscientes de la importancia de un uso responsable que minimice los posibles riesgos que se puedan derivar del contacto con la tecnología (y de cualquier otro recurso cultural) pero también creemos que las políticas y discursos actuales orientados al riesgo (o más bien al miedo), parten, por qué no decirlo, del desconocimiento y la torpeza.



Bibliografía

Aranda, D., Sánchez-Navarro, J. i Tubella, I. (2014). *World Internet Project Spain 2013. Informe de Resultados*. Recuperado de http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/31701/1/Aranda_WP2013_informe.pdf

Aranda, D., Roca, M. i Sánchez-Navarro, J. (2013). Televisión e internet. El significado de uso de la red en el consumo audiovisual de los adolescentes. *Quaderns del CAC*, 16 (39), 15-23.

Aranda, D. i Sánchez-Navarro, J. (eds.) (2009). Aprovecha el tiempo y juega. *Algunas claves para entender los videojuegos*. Barcelona: UOCPress.

Aranda, D. (ed) (2015). *Game and Play. Diseño y análisis del juego, el jugador y el sistema lúdico*. Barcelona: UOCPress.

Aranda, D., Sánchez-Navarro, J. y Tabernero, C. (2009). *Jóvenes y ocio digital. Informe sobre el uso de herramientas digitales por parte de adolescentes en España*. Barcelona: Editorial UOC.

Bernete, F. (2010). Usos de las TIC, relaciones sociales y cambios en la socialización de las y los jóvenes. *Revista de Estudios de Juventud*, 88, 97-114.

Boyd, D., Ito, M., Baumer, S., Bittanti, M., Cody, R., Herr-Stephenson, B., Horst, H.A., Lange, P.G., Mahendran, D., Martínez, K.Z., Pascoe, C.J., Perkel, D., Robinson, L., Sims, C. i Tripp, L. (2009). *Hanging Out, Messing Around, Geeking Out: Living and Learning with New Media*. Cambridge: MIT Press.

Boyd, D. (2007). Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life. *MacArthur Foundation Series on Digital Learning - Youth, Identity, and Digital Media Volume* (ed. David Buckingham), 119-142.

Brown, S. (2009). *Play: How It Shapes the Brain, Opens the Imagination, and Invigorates the Soul*. New York: Avery.

Egenfeldt - Nielsen, S. (2004). *Beyond Edutainment: Exploring the educational potential of computer games* (Tesis doctoral no publicada). Copenhagen: IT-University of Copenhagen.

Ito, M., Baumer, S., Bittanti, M., Boyd, D., Cody, R., Herr-Stephenson, B., Horst, H.A., Lange, P.G., Mahendran, D., Martínez, K.Z., Pascoe, C.J., Perkel, D., Robison, L., Sims, C. i Tripp, L. (2009). *Hanging Out, Messing Around, Geeking Out: Living and Learning with New Media*. Cambridge: MIT Press.

Ito, M., Horst, H., Bittanti, M., Boyd, D., Herr-Stephenson, B., Lange, P.L., Pascoe, C.J. y Robison, L. (2008). *Living and Learning with New Media: Summary of Findings from the Digital Youth Project*. Chicago: the MacArthur Foundation.

Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K. i Robison, A.J. (2008). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Chicago: The MacArthur Foundation.

Lin, N. (2001). *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. Cambridge: Cambridge University Press.

Livingstone, S. (2009). *Young People in the European Digital Media Landscape*. Sweden: Nordicom, UNESCO International Clearinghouse on Children, Youth and Media.

Patchin, J. y Hinduja, S. (2010). Trends in online social networking: adolescent use of MySpace over time. *New Media & Society* 12(2), 197-216.

Putnam, R. (2000). *Bowling alone: the collapse and revival of American community*. New York: Simon and Schuster.

Rheingold, H. (2004). *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social (Smart Mobs)*. Barcelona: Gedisa.

Rubio Gil, Á. (2010). Generación digital: patrones de consumo de Internet, cultura juvenil y cambio social. *Revista de Estudios de Juventud*, 88, 201-221.

Rubio Gil, Á. (2009). *Adolescentes y Jóvenes en Red*. Madrid: Instituto de la Juventud.

Sánchez-Navarro, J. y Aranda, D. (2011). Internet como fuente de información para la vida cotidiana de los jóvenes españoles. *El profesional de la información*, 20(1), 32-37.

Sánchez-Navarro, J. y Aranda, D. (2013). Messenger and social network sites as tools for sociability, leisure and informal learning for Spanish young people. *European Journal of Communication*, 28(1), 67-75.

Valenzuela, S., Park, N. y Kee, K. (2009). Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14, 875-901.

Valkenburg, P. M. y Peter, J. (2011). Adolescents' online communication: An integrated model of its attraction, opportunities, and risks. *Journal of Adolescent Health*, 48, 121-127.

Valkenburg, P. M., Sumter, S. y Peter, J. (2011). Gender differences in online and offline self-disclosure. *British Journal of Developmental Psychology*, vol 29(2), 253-269.