



Jaime Piracón\*



## *El smartphone global. Más allá de una tecnología para jóvenes*

Daniel Miller, Laila Abed Rabho, Patrick Awondo, Maya de Vries, Marília Duque, Pauline Garvey, Laura Haapio-Kirk, Charlotte Hawkins, Alfonso Otaegui, Shireen Walton y Xinyuan Wang

Londres  
UCL Press  
2021  
Idioma: Español  
ISBN: 139781787359635  
Formato: 23,6 x 15,2 x 3 cm / 320 pp

*El smartphone global...* (Miller *et al.*, 2021) surge a partir de una investigación, financiada por el Consejo Europeo para la Investigación, que proponía desde su diseño tres ejes: las apropiaciones de los *smartphones*, el envejecimiento y el uso de aplicaciones de celular para la salud. En ese marco, se realizó un trabajo de campo durante 16 meses en 13 localidades de diferentes países (Bento en Brasil, Cuan en Irlanda, Dar al-Hawa en Jerusalén Este, Kampala en Uganda, Kioto y Kochi en Japón, Nolo en Italia, Santiago en Chile, Shanghái en China, Thornhill en Irlanda y Yaundé en Camerún). Cada localidad contó con una o dos personas para realizar el trabajo de campo, quienes son los autores y autoras del volumen. Es importante aclarar que, si bien el trabajo de campo planteado en el proyecto de investigación culminó a fines de 2019, la irrupción de la pandemia desencadenada por el Covid-19 en 2020 se tematiza toda vez que las inserciones en el campo eran recientes y los vínculos establecidos por el equipo de investigación los llevaron a mantenerse en contacto durante ese período. Esto, sumado al hecho de que uno de los núcleos de la investigación eran los usos del *smartphone* para la salud, permite que el libro, en cada uno de los capítulos, extienda sus reflexiones para pensar el rol que tuvieron los teléfonos inteligentes durante la pandemia.

\* Magíster en Ciencias Sociales con orientación en Educación por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso) y psicólogo por la Universidad Nacional de Colombia. Trabaja las relaciones entre la educación y los nuevos medios, particularmente los videojuegos. En la UNIPE, participa del equipo de investigación que vincula las ciencias sociales, los temas de agenda y los nuevos medios. Filiación: UNIPE, Buenos Aires, Argentina. Correo electrónico: jaime.piracon@unipe.edu.ar. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3487-9063>



La investigación de Miller y equipo intenta ofrecer una respuesta a la pregunta “¿qué es un *smartphone*?” y, con ese objetivo, señala diferentes cuestiones que abonan a la discusión sobre la manera de estudiar los nuevos medios, las tecnologías o, en un sentido más general, la cultura digital. El texto pivotea entre la reflexión sobre *la manera de responder* esta pregunta (en términos epistemológicos) y la enunciación de una respuesta a partir de su etnografía. Este libro está inscrito en una serie de trabajos encabezados por Miller, que, a partir de la etnografía como constante metodológica, indaga sobre los usos que hacen las personas de ciertos *artefactos* en contextos poco explorados. Un ítem imprescindible de esta serie es *The Internet: An Ethnographic Approach* (Miller y Slater, 2000), en el que los autores analizan los usos que las personas de Trinidad hacen de internet. Se trata de un trabajo pionero que, mediante la realización de una etnografía enmarcada en los habitantes de un país, y no en una comunidad virtual (como era habitual en aquel momento), explora de manera fluida las cosas que la gente hace en internet y fuera de él. Otro antecedente es el proyecto *Why we post?* (2016), en el que Miller, junto con otro grupo de etnógrafos, analiza las formas en que la gente interactúa con/en las redes sociales durante su vida cotidiana. En este trabajo, Miller y su equipo proponen una metodología similar a la de *El smartphone global...*, en la que agrupan trabajos de campo hechos en diferentes lugares del mundo y desarrollan el concepto de *sociabilidad escalable*,<sup>1</sup> que es retomado en diferentes momentos de la obra reseñada. En síntesis, *El smartphone global...* hace parte de una trayectoria de investigación de larga data que ofrece reflexiones teóricas y metodológicas que exceden el trabajo de campo del libro y apuntan a la consolidación de una postura epistemológica y política en el campo de la cultura digital.

*El smartphone global...* puede ser ubicado dentro de lo que Ardèvol y Gómez Cruz (2015) denominan *la tercera ola de investigaciones sobre lo digital* y agrupan bajo el título de *etnografías digitales*. Estas etnografías se distancian de una primera ola caracterizada por enfatizar la separación entre mundo real y virtual y concentrarse en los mundos virtuales o del ciberespacio, creados más por las tecnologías que por los usuarios. A su vez, el enfoque de Miller *et al.* en este trabajo presta menos atención a los flujos entre lo *online* y lo *offline*, propios de la segunda ola denominada *etnografías de internet*, y, por el contrario, piensa en las formas de apropiación como un continuo en las vidas cotidianas de los y las participantes. A lo largo del libro, este enfoque se hace mucho más patente cuando se toman como eje las prácticas de la salud.

De vuelta a la pregunta central del libro, ¿qué es un *smartphone*? Una primera clave para avanzar en su respuesta es la apuesta de los y las autoras por pensar en términos globales. Se trata de una pregunta que incumbe a personas de todo el mundo. Esto puede entenderse como una consecuencia de la masificación de

1 *Sociabilidad escalable* es la posibilidad que ofrecen ciertas redes sociales de ampliar los rangos de comunicación. Así, redes como Twitter, Facebook, Whatsapp o Instagram permiten a las personas comunicarse con grupos cercanos, íntimos, como también de manera pública a gran escala.



los dispositivos que sucedió durante la década de 2010 con el surgimiento de los *smartphones* y la posterior producción de terminales de gama baja; en muchos países, la penetración de los *smartphones* se acerca mucho a la de la televisión (por encima del 90%) y en otros, supera el 100%, habida cuenta de la utilización de más de un teléfono por persona. Sin embargo, que la pregunta sea de interés global no implica que los enunciados que responden a dicha pregunta sean igualmente globales y apliquen de manera uniforme a las personas de las diferentes localidades que incluye la investigación. Como plantean los autores y autoras, si bien el libro está lleno de generalizaciones, cada afirmación general se matiza con los casos, con las particularidades locales. Así, mediante el establecimiento de profusos casos de análisis en diferentes ubicaciones, la investigación busca dar cuenta de aquellas determinantes universales que componen la respuesta a la pregunta en cuestión, pero también de las particularidades, las especificidades que componen las prácticas de los y las usuarias de los teléfonos en cada una de las localidades. El resultado de esta apuesta es un libro que todo el tiempo se construye sobre la base de casos y relatos que dan soporte a un argumento sobre las formas de apropiación, pero que también contradicen y ponen límite a la generalidad. La iteración constante sobre casos permite articular diferentes escalas, entre lo local, lo regional y lo global, lo individual y lo colectivo, lo urbano y lo rural; leer el libro es someterse a un constante ida y vuelta entre Europa, África, Asia y América a través de los relatos sobre lo que la gente hace con sus teléfonos.

Otra forma de entender la apuesta por la globalidad como encuadre para responder la pregunta *¿qué es un smartphone?* es la estrategia del libro de concentrarse en lo que se denomina *personas “mayores”*, adultos próximos a jubilarse.<sup>2</sup> A diferencia de la selección de localidades, tal como lo describen los y las autoras, la selección de una franja etaria específica toma partido y hace pie en la reivindicación de que la investigación de las prácticas con las tecnologías no se puede pensar exclusivamente desde las nuevas generaciones o desde los adultos en edad laboral, sino que debe incorporar a la sociedad en su conjunto. Categorías como *nativos digitales* inundaron la discusión pública, permearon la manera en que hablamos sobre los nuevos medios y esto determinó una parte importante de la agenda de investigación y de las políticas públicas que trataban sobre tecnologías (Benítez Larghi *et al.*, 2014; Dussel, 2012). Tal como lo señalan Miller *et al.* (2021), la investigación busca “equilibrar” esa tendencia y dar cuenta de cómo las personas mayores usan los teléfonos inteligentes. Esta apuesta por pensar de manera global los *smartphones* y la selección de las personas mayores como eje de entrada hace que los datos relevados visibilicen prácticas poco exploradas que, en muchas ocasiones, son contraintuitivas con respecto a las formas en que habitualmente se concibe la relación entre adultos mayores y tecnologías. Así, a partir de prácticas comunes (globales si se

2 Si bien esta es la descripción más general, como se aclara con insistencia en el libro, la pertenencia a la categoría “personas mayores” y la edad varían mucho entre los sitios de trabajo de campo que componen la investigación.



quiere) como escuchar música, mirar mapas, conversar por Whatsapp, se avanza en pensar las formas en que dichas prácticas se organizan en complejos entramados alrededor de la sociabilidad, la identidad y el cuidado. Solo para citar un ejemplo, a partir del análisis de los y las participantes en Shanghái, en China, por cuenta de la historia y tradición del país, las personas mayores están muy dispuestas a usar las tecnologías toda vez que ello se vincula estrechamente con el objetivo nacional de ser vanguardia tecnológica mundial; no obstante, el apoyo a los objetivos nacionales no se encuentra tan afincado en las personas más jóvenes y emergen tensiones intergeneracionales que van completamente a contramano de la idea de jóvenes entusiastas y adultos resistentes. En definitiva, este ejercicio de “equilibrio” demuestra la inviabilidad de las interpretaciones esencialistas que usan la edad como un predictor de las prácticas e invita a detenerse en las cosas que hace la gente con las tecnologías, y no tanto en lo que *se dice que hacen o se supone que hacen*.

La globalidad también puede apreciarse en la enorme cantidad de actividades en las que están presentes los teléfonos inteligentes en las vidas de las personas que participaron en la investigación. Ese rango de actividades no es uniforme, no es igual para todos, pero sí abarca prácticas muy diferentes enlazadas con intereses, culturas y cuestiones locales. La investigación despliega capítulo a capítulo esa amplitud a partir de sucesivos casos. Quizás uno de los capítulos en que esta amplitud se aborda de manera más contundente es el cuarto, en el que a partir del trabajo de campo se concluye que es mucho más fructífero analizar la manera en que las aplicaciones son adaptadas por las personas a sus actividades de la vida cotidiana y no cómo las aplicaciones afectan el día a día. Este rasgo está estrechamente relacionado con la idea de diseño abierto y flexible que está presente en la mayoría de los celulares y en muchas de las aplicaciones más usadas por los y las participantes. El capítulo subraya que solo en los usos cotidianos es posible comprender las prácticas con los celulares y sus aplicaciones.

Finalmente, la respuesta a la pregunta *¿qué es un smartphone?* es global en su análisis de las prácticas asociadas con la pandemia, entendida esta misma como una experiencia global en la que el *smartphone* fue centro de actividad y, en muchos casos, la única fuente de conexión con el exterior en las situaciones de encierro más estrictas. Allí, los vínculos de amistad, familiares y laborales se volcaron a la pantalla; aquello que ya existía se intensificó y redujo la diversidad de canales mediante los cuales se podía realizar. Por otra parte, la pandemia exacerbó uno de los hallazgos que había sugerido el trabajo de campo: los delgados límites entre el cuidado y la vigilancia. Así, al mismo tiempo que los celulares se constituyeron como herramientas de cuidado por parte de las familias y gobiernos, también, en muchos casos, las intervenciones en la emergencia fueron propuestas de arriba hacia abajo, sin pensar en la agencia de los y las ciudadanas; y esto terminaba por implantar un modelo más cercano a la vigilancia que al cuidado.

A continuación, se desplegarán tres conceptos que permean toda la investigación y que pueden resultar útiles para exponer y articular la perspectiva teórica y metodológica de la investigación: inteligencia desde abajo, oportunismo perpetuo y hogar portátil.



## INTELIGENCIA DESDE ABAJO

La investigación enfatiza constantemente en la oposición entre lo que *se dice* de los *smartphones* y lo que la gente *hace* con los celulares. Según los y las autoras, lo que *se dice* tiende más hacia discusiones morales que se concentran en temas como la adicción, la información falsa o la vigilancia. Aunque son vívidamente desplegadas por toda la sociedad, esas representaciones están ampliamente influenciadas por sectores poderosos de la sociedad, como los gobiernos, los medios, las empresas, las iglesias y la academia, y se suele incluir a estos actores como los únicos agentes o, directamente desde el paradigma de los efectos, como una consecuencia que generan *per se* las tecnologías. Estas discusiones morales, y la idea de los celulares como algo nocivo y benéfico al mismo tiempo, albergan contradicciones y ambivalencias, pues, por ejemplo, para muchos migrantes el teléfono es la herramienta fundamental para mantenerse en contacto con sus familiares en el lugar de origen y también para insertarse en la sociedad a la que arriban, pero al mismo tiempo temen que sea una herramienta de vigilancia por parte de los Estados. Lo que la gente dice de sus teléfonos es moral y, además, ambivalente.

En estas formas de hablar de los medios, la agencia de los usuarios es la gran ausente. *El smartphone global...* se posiciona y asume que la respuesta a qué es un *smartphone* no se puede construir sin atender a lo que la gente *hace* con sus teléfonos, y que esto último no coincide uno a uno con lo que las empresas desarrolladoras y comercializadoras proponen como usos para los teléfonos; al contrario, la investigación transcurre durante muchos pasajes por usos no previstos de los celulares. Así, se insiste en que la *inteligencia desde abajo* consiste en pensar en la agencia de los y las usuarias a la hora de interactuar con las tecnologías. Se puede leer en clave del clásico texto de De Certeau (1996) sobre la vida cotidiana, en el que planteaba cómo *las cosas que hace la gente* en sus prácticas culturales son también formas de pensar, de resistir y procesar las estrategias que despliegan los poderosos. Por ejemplo, Livingstone (2019) señala que se suele afirmar que la consecuencia más importante de la datificación es la conversión de la conducta humana en un bien primario del cual generan ganancia las empresas tecnológicas. Esta forma de concebir la relación entre personas y plataformas suprime la agencia de los usuarios y sus efectos sobre las tecnologías; si bien es un hecho bien documentado que las plataformas monetizan los datos que extraen de nuestra conducta, también es cierto que las personas despliegan tácticas que van en contravía de dichas prácticas de las plataformas: por ejemplo, los usuarios que en el libro en cuestión cuentan que desactivan la función de localización o quienes mandan capturas de pantalla con comprobantes bancarios antes que usar el canal de notificación establecido por la plataforma bancaria. La investigación de Miller *et al.* (2021) es elocuente en demostrar la precariedad y poco alcance de perspectivas que solo se centran en la agencia de las empresas tecnológicas en el estudio de las tecnologías y sus *impactos* o *efectos* en nuestras vidas.

Este posicionamiento que analiza las relaciones entre usuarios y nuevos medios a partir de las prácticas cotidianas, encuentra en la antropología, particularmente

en la etnografía, su deriva metodológica. Según Miller *et al.* (2021), para la antropología es más importante pensar en los individuos, la sociedad y la cultura que en la tecnología en sí misma. Es decir que, al enfocarse en lo que la gente hace, la unidad de análisis es menos susceptible de ser encapsulada en una aplicación o una tecnología; por el contrario, el uso del celular resulta de las adaptaciones que hacen las personas de sus teléfonos para encarar prácticas cotidianas, como hablar con familiares, comprar cosas, pagar facturas, entre otras. Retomando el estudio de *Why we post?*, se plantea que internet no es otra cosa que lo que la gente hace en determinadas localidades con la red. ¿Qué es un *smartphone*? Es, para Miller *et al.* (2021), lo que la gente hace con el celular. Las particularidades del contexto no son “una distorsión o una adaptación local: simplemente son otro ejemplo de lo que es internet” (p. 20) o un *smartphone*.

De este razonamiento se desprende justamente que, por momentos, el objetivo de dar respuesta a la pregunta ¿qué es un *smartphone*? resulte amplio en exceso y deje a los contextos cotidianos de vida dispersos en los sucesivos casos que se despliegan. Pues si bien el articulador de la investigación es el envejecimiento y el uso del celular en relación con la salud, la enormidad de asuntos que se tratan en los casos desplegados exceden en mucho esos dos ámbitos. Sostener el eje sobre los celulares, dejando de lado el eje salud, por momentos se puede llegar a percibir como una contradicción con respecto al énfasis en la vida cotidiana y sus prácticas concretas. Dicho de otro modo, plantear la pregunta por el aparato en cierta medida es similar a centrarse en una aplicación: ¿no sería más consecuente con el enfoque centrarse en la sociabilidad, solamente en la salud o solamente en el envejecimiento? No obstante, vale la pena plantear el reverso de la pregunta: ¿es posible desde un enfoque etnográfico ceñir los resultados a un ámbito específico de la vida cotidiana? ¿Es posible abarcar una pregunta por el uso del celular para la salud sin pasar por los usos que la gente hace del teléfono para conseguir pareja o pagar facturas? ¿Cómo se hubiera desarrollado la investigación si el eje se pone en el cuidado y el teléfono es uno más de los componentes que contribuyen en la descripción de ese asunto?

Más allá de este último planteamiento, es preciso plantear que el enfoque y énfasis que propone el equipo de investigación desafía una serie de conceptualizaciones que entronizan el saber informático y la agencia de las empresas tecnológicas y que, al mismo tiempo, generan un círculo vicioso en el que el poder de las empresas tecnológicas se incrementa al no enunciar las formas de poder o resistencia que están por fuera de esa agencia. La *inteligencia desde abajo* permite visibilizar esas formas de resistencia, esas tácticas, y visibilizar las limitaciones de las corporaciones, así como de las conceptualizaciones que omiten lo que *la gente hace* con los nuevos medios. Ahora bien, el texto de Miller señala claramente que en su apuesta muchas veces deja afuera los condicionamientos estatales y de las corporaciones tecnológicas; lo declara explícitamente y, aunque no se hace cargo, invita a los lectores a explorar una serie de investigaciones que dan cuenta de abordajes menos taxativos entre las formas de agencia de usuarios y empresas.



## OPORTUNISMO PERPETUO

Una de las conclusiones más extendidas sobre el uso y sentido de los teléfonos celulares (antes de la existencia de los *smartphones*) era su capacidad de mantener en contacto a las personas con sus seres queridos. Si bien esta idea la retomaron del concepto de *Perpetual Contact* desarrollado por Katz y Aakhus (citado en Miller *et al.*, 2021), la idea es coincidente con investigaciones desarrolladas en el contexto latinoamericano, como la de Winocur (2009), en la que se propone justamente que el entramado compuesto por la conectividad a internet y los celulares permitía a las personas mantenerse en contacto con todos todo el tiempo. A diferencia de lo que plantean estas investigaciones, Miller *et al.* (2021) proponen que lo significativo de los *smartphones* ya no es solo la posibilidad de conectividad constante, sino su facultad de estar siempre presentes, disponibles, al alcance de la mano. Ese rasgo permite que los teléfonos sean readaptados para muchas funciones que están lejos de la conectividad; por ejemplo, tomar la fotografía de una vidriera para recordar un producto y su precio. Este ejemplo muestra cómo la transitoriedad de esa imagen fotográfica cuestiona o complejiza las ideas de archivo y representación más tradicionales en el campo de la fotografía: la vidriera es memorable en un sentido muy diferente al que habitualmente se propone para las fotografías. En ese breve ejemplo, es justamente la cualidad del teléfono de “estar siempre ahí” la que lo pone en dicha función. Es posible suponer que, para los equipos de diseño, las cámaras de los celulares estaban destinadas originalmente a capturar grandes momentos, instantes especiales (así se puede inferir de las publicidades de los primeros *smartphones*). Sin embargo, los usos de las personas no fueron en esa dirección y tiempo después comenzaron a ganar popularidad aplicaciones que usaban la cámara de los teléfonos para producir imágenes funcionales (por ejemplo, aplicaciones para escanear documentos).

El oportunismo, adjudicado al teléfono, es interesante porque anima a pensar un enfoque poco presente en el libro: las *affordances*. La idea central de este enfoque es que, dicho en términos de Miller, *lo que la gente hace* es indisoluble de lo que los aparatos permiten hacer; no entendido en un orden causal, sino más bien como una tensión que se actualiza sucesivamente. El oportunismo de los *smartphones* no es comprensible por fuera de que efectivamente los celulares pueden acomodarse en un bolsillo o en un bolso; a su vez, este rasgo del teléfono es incomprensible sin la larga carrera tecnológica que permitió el surgimiento de los microprocesadores y cámaras fotográficas que ocupan muy poco espacio físico de un dispositivo ya pequeño de por sí. Estos dos hechos no invalidan la inteligencia desde abajo, tan solo la ponen en diálogo con la materialidad del objeto y todo lo que ella incluye. Si se quiere, en una perspectiva *latouriana*, las y los usuarios y sus formas de utilizar los *smartphones* hacen parte de un complejo entramado del que también forman parte los equipos de diseño de los teléfonos y los teléfonos mismos. Tratar de comprender la agencia de las y los usuarios al margen de las materialidades, en un sentido, es reproducir un modelo de caja negra (Latour, 1992).



## HOGAR PORTÁTIL

La noción de *hogar portátil* también puede leerse junto con la de *conectividad perpetua* nombrada en el apartado anterior. A partir del trabajo de campo, los investigadores proponen que, efectivamente, los *smartphones* pueden ser analizados como una herramienta que facilita los vínculos existentes, e incluso permite dar cierta cotidianidad a otros vínculos que, aunque existían previamente, no solían ser cotidianos. Esto último hace referencia a los vínculos con la familia extensa o con grupos de socialización dispersos en el espacio y en el tiempo de la vida de los participantes. El trabajo incluso sugiere que los teléfonos contrarrestan la tendencia arquitectónica que progresivamente ha privilegiado la construcción de viviendas para familias nucleares y unipersonales sobre las casas grandes para familias extensas. La constante presencia de lazos tejidos desde la distancia (migrantes, hijos que han partido del hogar, familia extensa, amigos de otras épocas de la vida y otros lugares) reorienta la red de los vínculos y la familia nuclear resulta un descriptor reducido para mapear las relaciones que se urden mediante el celular.

El hogar portátil también se refiere al lugar que ocupa el teléfono en escenarios de poca o demasiada socialización. Un ejemplo son aquellas personas mayores que, por cuestiones de salud, tienen impedimentos en su movilidad; en estos casos, el teléfono adquiere una relevancia particular, siendo el espacio a organizar, la manera de ir a hacer compras, el lugar para recibir visitas, entre otras tareas hogareñas. También, para muchos jóvenes migrantes o que no pueden trabajar, el celular es su única dirección fija; para muchos y muchas adolescentes, el celular es el lugar de intimidad en hogares altamente poblados, muchos lo tratan como las habitaciones de adolescentes que describía Feixa (2005) a mediados del 2000 para las clases medias españolas: espacio de intimidad y creación de identidad.

La portabilidad y movilidad del *smartphone* lo hace al mismo tiempo, y paradójicamente, constante y estable; el espacio de intimidad organizado y dispuesto según intereses y prácticas está siempre al alcance de la mano: puede ser en los tiempos y espacios entre la casa y la escuela, entre la casa y el trabajo, mientras se hace algún trámite o se espera ser atendido en los servicios de salud. Ahora bien, la extrema portabilidad (oportunismo si se quiere) e intimidad del *smartphone* produce miedos, dada su vulnerabilidad: puede ser robado, puede ser *hackeado* y puede ser espiado por otras personas. En diferentes momentos, el libro muestra formas en las que los adultos “tunean”, personalizan sus celulares, prácticas que también dan cuenta de la intimidad que adquiere el teléfono para sus usuarios.

El trabajo de Miller *et al.* (2021) abunda en material empírico en contextos y con poblaciones poco exploradas en el campo más occidental de la cultura digital. Sus interpretaciones, rigurosas y provocadoras al mismo tiempo, invitan a una discusión fundamentada, no centralista, y “con los pies en el campo”, sobre las propuestas conceptuales y metodológicas que realiza. Al mismo tiempo, conceptual y metodológicamente, el texto habilita diálogos con otras escenas del campo de la cultura digital.



## REFERENCIAS

- Ardèvol, E. y Gómez Cruz, E. (2015). Las tecnologías digitales en el proceso de investigación social: reflexiones teóricas y metodológicas desde la etnografía virtual. *Cidob*, pp. 187-204.
- Benítez Larghi, S., Lemus, M., Moguillansky, M. y Welschinger-Lascano, N. (2014). Más allá del tecnologicismo, más acá del miserabilismo digital. Procesos de co-construcción de las desigualdades sociales y digitales en la Argentina contemporánea. *Revista Ensamblajes*, 1(1), 57-81.
- De Certeau, M. (1996). *La invención de lo cotidiano*. Universidad Iberoamericana.
- Dussel, I. (2012). Más allá del mito de los “nativos digitales”. Jóvenes, escuela y saberes en la cultura digital. En M. Southwell, *Entre generaciones. Exploraciones sobre educación, cultura e instituciones* (pp. 183-213). HomoSapiens.
- Feixa, C. (2005). La habitación de los adolescentes. *Papeles del CEIC*, (16), 1-21.
- Latour, B. (1992). *Ciencia como acción*. Labor.
- Liboriussen, B. y Martin, P. (2016). Regional Game Studies. *Game Studies*, 16(1), 1-13.
- Livingstone, S. (2019). Audiences in an Age of Datafication: Critical Questions for Media Research. *Television & New Media*, 20(2), 170-183.
- Miller, D. y Slater, D. (2000). *The Internet: An Ethnographic approach*. Berg.
- Miller, D., Abed Rabho, L., Awondo, P., de Vries, M., Duque, M., Garvey, P., Haapio-Kirk, L., Hawkins, C., Otaegui, A., Walton, S. y Wang, X. (2021). *El smartphone global. Más allá de una tecnología para jóvenes*. UCL Press.
- Miller, D., Costa, E., Haynes, N., McDonald, T., Razvan, N., Sinanan, J., Spyer, J., Venkatraman, S. y Wang, X. (2016). *How the Word Changed Social Media*. University College of London Press.
- Winocur, R. (2009). *Robinson Crusoe ya tiene celular*. Siglo Veintiuno.

