

El papel de la imagen y su presencia en los textos publicados en las revistas científicas del ámbito de la Comunicación recogidas en *JCR Social Science Edition*

Francisco Javier RUIZ DEL OLMO
fjruiz@uma.es
Universidad de Málaga

Recibido: 31/07/2012

Aceptado: 30/10/2012

Resumen

El texto escrito viene siendo tradicionalmente el principal vehículo para la transmisión de la información y la argumentación científicas. Pero el auge de la cultura visual contemporánea, las posibilidades de la digitalización de la imagen y las transformaciones en el ámbito de la Educación Superior conducen a una mayor presencia de la cultura visual en los artículos científicos. Al mismo tiempo ayudan a una mayor presencia de la esfera visual en la investigación aplicada. En ese sentido, el presente texto describe este nuevo marco con mayor presencia de la imagen en la cultura científica y realiza una investigación empírica sobre la presencia de los recursos icónicos, cualquiera que sea su naturaleza, en las revistas científicas del ámbito de la Comunicación recogidas en el *Journal Citation Reports* de Thomson Reuters.

Palabras clave: Investigación, Comunicación, Revistas Científicas, Educación Superior.

The image and its presence in the articles published in scientific journals in the scope of Communication and listed in JCR Social Science Edition

Abstract

The written text is still the main way for the transmission of information and scientific argumentation. But the preponderance of visual culture along with the possibilities of digital image lead to a greater presence of visual culture in scientific articles. The transformations in the field of High Education help a greater presence of the visual field in applied research. In that way, this text describes this new situation, and also performs an empirical investigation into the presence of iconic resources in Communication scientific papers. This journals are contained in the *Journal Citation Reports* from Thomson Reuters.

Keywords: Research, Communication, Scientific Journals, Higher Education.

Referencia normalizada

RUIZ DEL OLMO, Francisco Javier (2012): "El papel de la imagen y su presencia en los textos publicados en las revistas científicas del ámbito de la Comunicación recogidas en *JCR Social Science Edition*". *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Vol. 18, núm. especial noviembre, págs.: 829-838. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.

Sumario: 1. Introducción. 2. Metodología. 3. Primer contexto: el referente educativo y la transformación de la Educación Superior. 4. Segundo contexto: los referentes históricos del ensayo visual. 5. La presencia de lo visual en las revistas científicas de Comunicación. 6. Conclusiones. 7. Referencias bibliográficas.

1. Introducción

La imagen y sus distintas formas expresivas tienen ya una dilatada tradición, que se intensifica a partir de mediados del siglo pasado, en los ámbitos de la creación y la expresión humanística. Sin embargo, sólo muy recientemente es cuando empieza a ser tímidamente considerado, en ámbitos limitados como forma de exposición científica. La reciente implantación del Espacio Europeo de Educación Superior, aún escasa-

mente desarrollado en sus potenciales, lleva aparejado radicales cambios en la estructura y el contenido de los estudios universitarios. En ese sentido el presente texto aborda el estado de la cuestión, entre los nuevos formatos y estrategias expositivas investigadoras en el ámbito de la Comunicación, de la presencia de lo icónico como parte esencial de la exposición científica. La creciente importancia de los aspectos visuales en la cultura científica y técnica, así como la aplicación de estrategias innovadoras en la investigación, han impulsado una mayor utilización de la imagen en las investigaciones en Comunicación.

A lo largo de la presente investigación se realiza un primer análisis de la presencia de la imagen dentro de los textos científicos en las revistas de Comunicación recogidas por la plataforma ISI-WoK. Aunque con presencia minoritaria, algunas publicaciones científicas recogen con mayor medida y facilidad en sus números discursos científicos en los que los formatos visuales explican con precisión los problemas de investigación propuestos. Aparentemente, el desarrollo de estos formatos estaría vinculado en mayor medida a publicaciones cuya línea editorial conecta mayoritariamente con la cultura y la comunicación visual, la representación y el espacio público o la creación audiovisual.

En nuestro país, por ejemplo, el proceso de análisis y de exploración de las competencias comunicativas ligadas al manejo y difusión de la fotografía y la gráfica digital (Van Dijck, 2008: 64) y sus prácticas culturales asociadas en la Educación Superior encuentran en pleno desarrollo. Se trata de señalar hasta qué punto es posible trasladar un ensayo de carácter científico, bien sea de naturaleza filosófica, comunicativa, estética y/o social hacia formas audiovisuales, fotográficas o gráficas. El camino en ese sentido se origina y teoriza a partir de la segunda década del siglo pasado hasta una masiva proliferación actual empujados tanto por la variedad y accesibilidad tecnológica como por las posibilidades de publicación en múltiples formatos y soportes.

Es obvio que la investigación científica ha venido usando de manera casi exclusiva en el ámbito de las Ciencias Sociales la palabra escrita, organizada en argumentaciones teóricas como vehículo de conocimiento e investigación. También es cierto que, a partir de la última década, se ha producido una creciente presencia de los medios digitales y, por ende de los usos de la imagen tanto fotográfica (Chalfen, 1987: 60), gráfica o audiovisual en el ámbito de los procesos de investigación científica. Entendemos que el ámbito de las Ciencias Sociales y específicamente el campo de la Comunicación no han sido ajenos a estas circunstancias.

A lo largo de la estructura del presente texto consideraremos, en primer lugar esos antecedentes que han desembocado en un estado actual de la cuestión en los que el poder de la imagen como coadyuvante de la investigación científica va adquiriendo un mayor protagonismo. Entre otros distinguimos dos de esos contextos cuyas síntesis históricas exponemos a continuación: se trata de la transformación de las prácticas y competencias educativas, incluyendo el uso de herramientas audiovisuales digitales y el desarrollo de las competencias mediáticas en los nuevos planes ligados al Espacio Europeo de Educación Superior. Naturalmente somos conscientes de que ambas tienen que ver solo tangencialmente con la investigación científica pero es evi-

dente también, para cualquier investigador y/o docente en el ámbito de la Comunicación, que el uso de la imagen proporciona herramientas singulares con las que exponer propuestas y resultados de estudios. Ello es especialmente válido en el caso de la publicación de investigaciones aplicadas y también muy especialmente en el estudio de casos.

Ampliamente utilizado por la comunidad científica, el *ISI Web of Knowledge*, elaborado por *Thomson Reuters*, selecciona a las publicaciones incluidas en sus listados a través de diversos índices bibliométricos para medir su calidad. Éstas son así incluidas en las siguientes bases de datos: *Arts and Humanities Citation Index (A&HCI)*, *Science Citation Index (SCI)* y *Social Sciences Citation Index (SSCI)* que contiene las revistas científicas del campo de las Ciencias Sociales y donde, junto a otras 50 disciplinas, se encuentra el campo científico que aquí nos ocupa, la Comunicación. Adicionalmente el ISI elabora anualmente dos informes, *Journal Citation Reports (JCR)* en sus dos ediciones *Social Sciences Editions* y el *Sciences Editions* que detallan dichos índices bibliométricos. El JCR es una herramienta cuantitativa para clasificar, evaluar, y estructurar por índices las revistas científicas. Son muy numerosos los estudios sobre bibliometría en España que analizan estas variables (Castillo et al., 2012; Martínez y Saperas, 2011)

En el presente estudio, la muestra de revistas que se han seleccionado para la investigación son las recogidas en 2011 en el JCR Social Science Edition y en el campo de la Comunicación.

2. Metodología

A partir de lo anteriormente señalado la investigación indaga sobre en qué medida las revistas científicas de comunicación están integrando la imagen o incluso el ensayo fotográfico en la estructura de sus contenidos editoriales. Nuestra hipótesis de trabajo es que las publicaciones en el ámbito de la Comunicación empiezan tímidamente a ser permeables a propuestas en las que la argumentación icónica adquiera mayor protagonismo. Parecería lógico además que nos encontremos con grados variables de inclusión de imágenes en función de los temas de interés y líneas editoriales de cada una de las publicaciones.

Para ello, a lo largo del presente estudio, se describen dos contextos previos relevantes y se plantea, como un primer acercamiento a la cuestión, abordar un primer análisis de todo el universo de las revistas científicas del ámbito de la Comunicación incluidas en ISI, esto es, una muestra de 72 publicaciones recogidas en el último *Journal Citation Report* (2011); simultáneamente se trata de establecer el “grado” de inclusión y permisividad a la imagen. El trabajo empírico desarrollado se canalizó en el análisis de la línea editorial expuesta por las revistas en sus páginas de su versión en Internet y las líneas maestras que recogen las secciones de llamada e invitación a la inclusión de textos científicos para su evaluación y posible inclusión. Finalmente, señalar que este estudio se desarrolló entre los meses de septiembre y octubre del año 2012.

Para que la propuesta fuera viable hemos considerado dividir metodológicamente dicho universo muestral en cuatro categorías, que responden a cuatro grados genéri-

cos de la relación de las publicaciones con la imagen, y que nos permitirá obtener unas primeras conclusiones sobre la cuestión:

- Categoría A. Compuesta por aquellas publicaciones que específicamente en sus instrucciones a los autores y en sus más recientes llamadas a textos y colaboraciones (*Call for Papers*) permitan la inclusión de aportaciones de naturaleza icónica (fotográfica, gráfica o incluso audiovisual), aunque solo sea en secciones secundarias o bien se trate sólo de aportaciones de carácter meramente ensayístico. Puesto que en el catálogo que recoge el campo de Arte y Humanidades es posible encontrar revistas que admitan estas aportaciones, desarrollamos la subhipótesis inicial que puede tratarse de una categoría muy minoritaria, presumiblemente sólo posible en alguna publicación que se ocupe específicamente de aspectos comunicativos de la Cultura Visual.
- Categoría B. Formada por aquellas publicaciones que en las instrucciones a los autores incluyen de manera explícita la posibilidad de inclusión de imágenes e ilustraciones como parte esencial del trabajo científico propuesto. En esta categoría la publicación llama muy explícitamente a la inclusión de imágenes y gráficos y admite su presentación en diversos formatos.
- Categoría C. Compuesto por aquellas publicaciones científicas del ámbito de la Comunicación que en sus instrucciones a los autores recogen de forma muy secundaria y sin detalle la posibilidad de incluir imágenes y por último.
- Categoría D. Estaría formada finalmente por aquellas revistas científicas que no realizan ninguna mención expresa a la utilización de elementos visuales en los trabajos de investigación a publicar. Ello no querría decir sin embargo que no fuera posible: la mayoría de las plataformas de gestión de envío de manuscritos tienen opciones en ese sentido, pero claramente es una posibilidad que se encuentra fuera de la óptica de la revista.

Por tanto se trata de llevar a cabo un análisis de contenido cuyas variables incluyen la revisión, en cada una de las revistas, de la línea editorial y la temática de interés de la publicación y, en correspondencia con lo anterior las instrucciones a los autores y la posibilidad o no de incluir información gráfica relevante, la utilización generalizada por parte de estas publicaciones de plataformas de gestión para el envío de los manuscritos es a la vez un factor normalizador y a la vez limitador de las posibilidades de inclusión de otros tipos de información. Es el caso, por ejemplo de la plataforma de gestión de *ScholarOne Manuscripts*, perteneciente a *Thomson Reuters*, la misma entidad que elabora JCR. Se trata de una herramienta de envío y gestión editorial de los manuscritos enviados a una parte muy significativa de las revistas incluidas en JCR, empleado por prestigiosas editoriales comerciales, sociedades, asociaciones y editoriales universitarias en el mundo. Ofrece una visión general del manuscrito e identifica los cuellos de botella para maximizar la capacidad de los flujos de trabajo del editor. *ScholarOne Manuscripts* gestiona la asignación de tareas, recordatorios de correo electrónico y web basados en herramientas de investigación de forma automática, captura datos y archivos en varios idiomas y formatos y perso-

naliza los requisitos formales como cuestiones de presentaciones, palabras clave, tipos de archivos y los límites de tamaño de los campos.

Otra cuestión relevante de cara a entender la uniformidad del universo de revistas científicas de Comunicación es que pese a contar con un universo creciente de 72 revistas, éstas pertenecen y están gestionadas por un muy reducido número de grupos editoriales, entre los que destacan Sage, Routledge-Taylor and Francis, Wiley-Blackwell, Elsevier u Oxford University Press.

3. Primer contexto: el referente educativo y la transformación de la Educación Superior

Tanto las competencias digitales como las relativas a la producción, distribución y uso social de las imágenes hace tiempo que dejaron de ser habilidades complementarias para formar parte de las capacidades, competencias y habilidades a desarrollar en la Educación Superior. Desde el año 2005, cuando se elabora el denominado Libro Blanco de la Comunicación, por la ANECA (Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación) en diferencia entre competencias disciplinares (saber), competencias profesionales (saber hacer), competencias académicas y otras competencias, de forma que recogía diversos aspectos esenciales en el diseño de un modelo de título de Grado. En sintonía con estudios correspondientes o afines en Europa, se exhortaba a la integración de conocimientos profesionales, habilidades y actitudes en la realización eficaz de las tareas propias de un puesto de trabajo en un contexto concreto (Levi-Leboyer, 1997). Hay que añadir aquí que no se trata sólo de competencias profesionales sino integradoras para la consecución también de objetivos personales y científicos (Rué, 2000: 56). La transferencia del paradigma de la educación superior hacia estas nuevas prácticas educativas está siendo inmediata, tanto por el resultado de las directrices educadoras como por el hecho de que el aprendizaje sea una actividad con un fuerte componente social. En ese contexto se avanza en la forma de recopilar, organizar, producir y difundir información y entretenimiento (ANECA, 2005: 17). En los estudios de Periodismo, por ejemplo, se aborda la predisposición a la innovación y facilidad para adaptarse a los cambios, juntamente con una introducción metodológica y análisis aplicado a la iniciación en la investigación del campo informativo-comunicativo (ANECA, 2005: 308-311). Igualmente, y referido a los estudios de Comunicación Audiovisual, se detalla la necesidad de transmitir predisposición a la innovación en los diferentes soportes y producciones audiovisuales y digitales. En concreto se relata la formación en el conocimiento y uso de las tecnologías de la comunicación para el desarrollo de nuevos formatos y soportes audiovisuales y en red (ANECA, 2005: 319-321).

Aunque el impulso reformista educativo es muy amplio y está afectando inevitablemente a las formas, contenidos y lugares de la educación, nos encontramos aún en un período de transición con fuerte presencia de los tradicionales medios educativos impresos junto con una creciente utilización de herramientas digitales (Warschauer, 2007: 44). Por ejemplo, la convergencia entre la red y los dispositivos móviles es un aliado para la extensión del uso de la imagen, y tiene entre sus rasgos distintivos diferenciados el producir comunicaciones por amplias comunidades de usuarios, ricas

en contenidos, complejas semánticamente y accesibles desde múltiples dispositivos y plataformas (Ruiz, 2009: 8).

Finalmente, la generalización en los estudios superiores de los proyectos afianzan el pensamiento crítico, la estructura argumentativa y de la creatividad; Marta Lazo (2010: 15) distingue entre proyectos de investigación en dos tipos, uno de los cuales se sustancia en la realización de un análisis en el que se aplica la estructura, pautas y métodos (analítico, sintético, inductivo, deductivo, dialéctico o histórico) científicos, planteando una estructura de hipótesis, metodología, muestra válida y conclusiones significativas, y desarrollando trabajo de campo, mediante la búsqueda de fuentes diversas.

4. Segundo contexto: los referentes históricos del ensayo visual

La fotografía y el cine son medios que poseen ya una larga tradición de obras asimilables a textos ensayísticos y precientíficos. Sus resultados son sin duda de naturaleza muy diferente al rigor expositivo de un texto científico al uso pero sus posibilidades ya han sido trasladadas a publicaciones de la esfera de las Humanidades y las Artes. El término ensayo sugiere por sí mismo aspectos como los finales mas o menos abiertos, aunque dirigidos y el desarrollo de una búsqueda y exposición de ideas y conceptos de naturaleza tanto evaluativa como sugestiva. Si bien ello entra en contradicción con la naturaleza de los textos científicos tradicionales, en cambio resulta adecuado para aquellas publicaciones científicas que incluyan en su estructura y objetivos mostrar textos de reflexión sobre el estado y prospectiva de los fenómenos comunicativos. Ello es especialmente válido en las publicaciones cuya temática se oriente hacia los cambios y novedades en la cultura pública contemporánea, en las nuevas formas y procesos de la comunicación, en la cibercultura y en general en aquellas que potencien el análisis de aspectos estéticos y visuales de la comunicación.

Luckács (1975) inició una primera categoría y deontología del ensayo descubriendo su esencia y forma y definiéndolo desde una perspectiva artística. Se trata de un género fronterizo que diversos autores han intentado determinar y definir; entre ellos Lopate (1996), Nichols (1994) o Gubern (1995). Entre sus atributos científicos se encuentra su capacidad de reflexionar sobre la reflexión y representar la representación Catalá (2005: 112) o referido exclusivamente al ensayo audiovisual, el uso de recursos metafílmicos (García Martínez, 2006: 97). El cineasta y teórico francés Alexandre Astruc (1968: 17) se acercó por su parte al ensayo reflexivo o científico en su voluntad de transmitir ideas y definió el concepto de filosofía filmada.

Para Alter (2007: 52) nos encontramos por una parte con el ámbito artístico, en el que el ensayo fílmico emerge de la vanguardia y los filmes experimentales y el documental analítico, generando una línea de trabajo separada durante décadas de otras obras producidas en el seno del género cinematográfico común.

5. La presencia de lo visual en las revistas científicas de Comunicación

Aunque las conclusiones de este primer trabajo sobre esta temática son aún de carácter general, radiografían un estado de la cuestión en el que es previsible tanto la inclusión en el catálogo *Journal Citation Report* de publicaciones cuyo objetivo sea el

análisis de la cultura audiovisual y de los nuevos medios como el aumento de las posibilidades de inclusión de imágenes en el resto de la muestra. Asimismo es importante hacer notar que el estudio analizó la línea editorial expuesta por las revistas y las instrucciones a los autores pero restaría por analizar qué tanto por ciento de artículos científicos efectivamente incluían de manera relevante, esencial para la comprensión y el desarrollo de la investigación, material gráfico. Igualmente y desde el punto de vista histórico sería interesante y complementario a este texto analizar la evolución histórica de la presencia de lo visual o la comparación del catálogo que nos ocupa con otros incluidos en Artes y Humanidades.

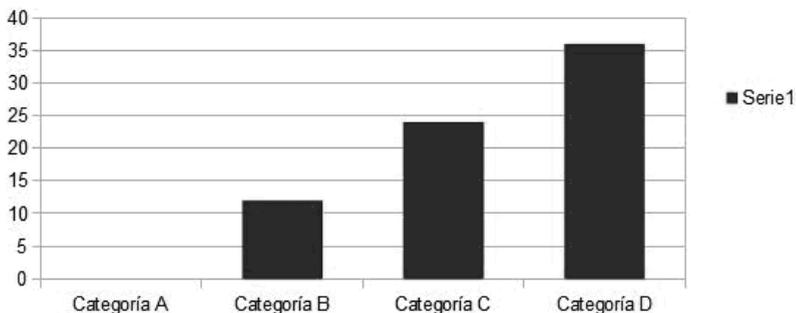
Los resultados obtenidos indican que en la Categoría A no encontramos ninguna publicación. La Comunicación está excluyendo por ahora el ensayo visual mas puro.

En la Categoría B podemos identificar 12 publicaciones. Hay que resaltar la facilidad a los autores para ello y variedad de formatos gráficos aceptados: TIFF, GIF, JPEG, EPS, LaTeX2E, TeX, Postscript, PICT, Powerpoint etc; la resolución varía entre los 1200 dpi (puntos por pulgada) y los 300 dpi. Recordemos que este grupo está formado por aquellas publicaciones que incluyen de manera explícita la posibilidad de inclusión de imágenes e ilustraciones como parte esencial del trabajo científico propuesto.

En la Categoría C encontramos 24 publicaciones. La mayoría de las revistas, por último, pertenecen a la última Categoría propuesta, la D con 36 publicaciones. Estaría formada finalmente por aquellas revistas científicas que no realizan ninguna mención expresa a la utilización de elementos visuales en los trabajos de investigación a publicar. Todo ello se representa en el siguiente *Gráfico n° 1*:

Gráfico n° 1. Valores totales por categorías de admisión de imágenes en revistas de Comunicación. 2011 JCR Social Science Edition.

Fuente: F° Javier Ruiz 2012



Porcentualmente se distribuye la presencia de lo icónico en los criterios de admisión de textos en las revistas de la siguiente forma: Categoría A, 0 %, Categoría B, 16,6 %, Categoría C, 33, 3 % y Categoría D, que ocupa el 50 % del análisis de la muestra. Ello puede visualizarse en el *Gráfico n° 2*:

Gráfico nº 2. Visualización por categorías de la porción de admisión de imágenes en revistas de Comunicación. 2011 JCR Social Science Edition.

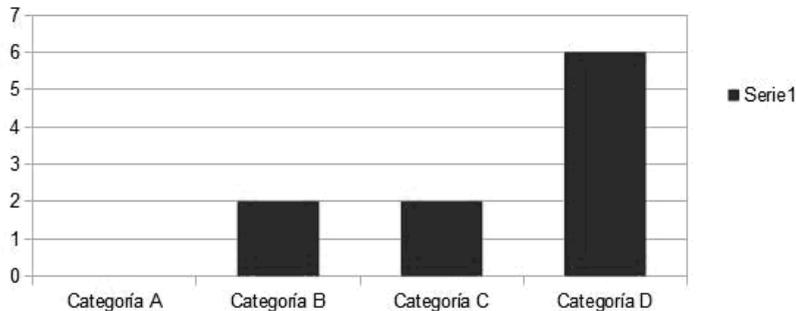
Fuente: Fº Javier Ruiz 2012



La situación se torna muy diferente si atendemos sólo en las diez primeras publicaciones de Comunicación en función de su índice de impacto. Aquí nos encontramos con una distribución total y porcentual que indica que las primeras revistas se apoyan en mucha menor medida de aspectos visuales. En concreto las cifras arrojan dos publicaciones en la categoría B (20%), dos revistas en la categoría C (20 %) y seis revistas en la categoría D (60 %). Igualmente la categoría A no arrojó ninguna publicación. El *Gráfico nº 3* ilustra esta situación:

Gráfico nº 3. Valores totales por categorías de admisión de imágenes en las 10 primeras revistas de Comunicación por índice de impacto. 2011 JCR.

Fuente: Fº Javier Ruiz 2012



Ello es lógico dado que en este subgrupo se encuentran principalmente trabajos teóricos y de investigación fundamental, y en mucha menor medida se abordan investigaciones aplicadas. La mayor parte de los trabajos “fuente” se encuentran en estas revistas, cuyos trabajos constituyen la base del área de especialización en Comunicación.

6. Conclusiones

El análisis descriptivo y empírico de las 72 revistas científicas que incluye el último JCR (2011) indica que la mitad de ellas no hacen referencia a la inclusión de material gráfico o visual por parte de los autores.

De entre la mitad restantes una mayoría significativa (24 publicaciones) incluyen el material gráfico sólo como material secundario de apoyo a la argumentación teórica manuscrita.

Una minoría de publicaciones especializadas compuesta por 12 títulos otorga una mayor importancia a los aspectos visuales de las investigaciones científicas incluyendo apartados específicos normativos para la recepción de originales a la imagen. Es destacable la relativa libertad para incluir una amplia variedad de formatos digitales y un amplio rango de resoluciones de imagen.

Esta situación se transforma en el caso del subgrupo de revistas constituido por las 10 primeras según índice de impacto, en las que la mención directa a lo icónico queda reducida a 2 publicaciones. Ello es lógico al tratarse de investigación de tipo fundamental, fuente. Por último, señalar como conclusión general que pese a los contextos icónicos en la Educación Superior y en la tradición ensayística visual, las revistas científicas de Comunicación están adoptando muy lentamente la argumentación con base icónica.

7. Referencias bibliográficas

- ALTER, Nora (2007) "Translating the Essay into Film and Installation". *Journal of Visual Culture*, 6, nº1, pp. 44-53
- ANECA (2005): "Libro Blanco de los Títulos de Grado en Comunicación", en http://www.aneca.es/media/150336/libroblanco_comunicacion_def.pdf
- ASTRUC, Alexandre (1968): 'The Birth of A New Avant-Garde: La Camero Stylo', en GRAHAM, Peter (ed.): *The New Wave: Critical Landmarks*. Garden City. NY, Doubleday, 13-36.
- CASTILLO, Antonio, RUBIO, Ángel y ALMANSA, Ana (2012): "La Investigación en comunicación. Análisis bibliométrico de las revistas de mayor impacto del ISI", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 67, pp 248-270, http://www.revistalatinacs.org/067/art/955_UMA/11_Castillo.html
- CATALÀ, Josep María (2005): "Film-ensayo y vanguardia", en TORREIRO, Casimiro, y CERDÁN, Josetxo (eds.): *Documental y vanguardia*. Madrid, Cátedra, pp. 109-158.
- CHALFEN, Richard (1987): *Snapshot Versions of Life. Bowling Green*. Ohio, Bowling Green State University Popular Press.
- GARCÍA MARTÍNEZ, Alberto (2006): "La imagen que piensa. Hacia una definición del ensayo audiovisual" en <http://dspace.unav.es/dspace/handle/10171/8332>
- GUBERN, Román (1995): "Cien años de cine", en *Historia general del cine. Vol XII: El cine en la era audiovisual*. Madrid, Cátedra, pp. 261-288.

- LOPATE, Philip (1996): "In the Search of the Centaur", en WARREN, Charles (ed.): *Beyond Document. Essays on Nonfiction Film*. Hannover y Londres, Wesleyan University Press, pp. 243-270.
- LUCKÁCS, Gyorgy (1975): *El alma y las formas*. Barcelona, Grijalbo.
- MARTA LAZO, Carmen (ed.) (2010): *El EEES y el Proyecto Final en los Grados de Comunicación*. Madrid, Fragua.
- MARTÍNEZ, Manuel y SAPERAS, Enric (2011): "La investigación sobre Comunicación en España (1998-2007). Análisis de los artículos publicados en revistas científicas", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 66, pp 101-29, http://www.revistalatinacs.org/11/art/926_Vicalvaro/05_Nicolas.html
- NICHOLS, Bill (1994): *Blurred Boundaries: Questions of Meaning in Contemporary Culture*. Bloomington e Indianapolis, Indiana University Press.
- RUÉ, Joan (2007): *Enseñar en la Universidad. El EEES como reto para la educación superior*. Madrid, Ediciones Narcea.
- RUIZ, Francisco Javier (2009): "Dispositivos móviles y servicios web. Características sociales y comunicativas de su convergencia", en *Icono14*, 15, 1-18, <http://www.icono14.net/monografico/dispositivos-moviles-y-servicios-web>
- VAN DIJCK, José (2008): "Digital Photography: Communications, Identity, Memory, Visual Communication". *Visual Communication*, 7, nº 1, pp. 57-76.
- WARSCHAUER, Mark (2007): "The paradoxical future of digital learning". *Learning Inquiry*, 1, nº 1, pp. 41-49.

Francisco Javier RUIZ DEL OLMO

Profesor titular de la Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad de Málaga