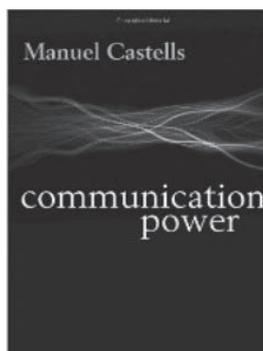


*Communication Power*¹

GABRIEL ALBERTO MORENO ESPARZA²

Las redes de comunicación son el espacio primordial a través de las cuales se ejerce y se resiste el poder en la sociedad red global. En esta premisa podría resumirse el argumento central de Manuel Castells en *Communication Power* (2009), una obra que pone en perspectiva la posibilidad de reprogramar los materiales culturales que estructuran las prácticas sociales y de desafiar a los órdenes dominantes al revelar la forma en que operan en la mente individual y la conciencia colectiva (p. 9). A través de un andamiaje teórico que es fascinante en su profundidad, de una multiplicidad de datos, referencias, casos de estudio y hallazgos empíricos condensados en 570 páginas,³ Castells

Castells, M. (2009). *Communication power*. Inglaterra: Oxford University Press, 570 pp.



¹ Este texto fue realizado en el marco del Programa de Apoyos Complementarios para la Consolidación Institucional de Grupos de Investigación del CONACyT.

² Universidad de Guadalajara, México.
Correo electrónico: gabrielmoren@gmail.com

³ Algunos conceptos y citas se recogieron de la versión en español (Comuni-

fortalece el arsenal teórico de la comunicación y su potencial para elucidar —e incluso transformar—, las asimetrías de poder en sociedades contemporáneas. “Lamentablemente”, como advierte Castells hacia el final de los agradecimientos de su obra, “como verá cuando pase esta página, las cosas no son tan sencillas” (p. XII).⁴

Para insertarse en la línea de pensamiento de Castells es conveniente partir de su conceptualización de poder. Como explica en su introducción, ésta se vale de una lectura selectiva de las teorías existentes sobre el tema, incluyendo a autores como Weber, Habermas, Parsons, Giddens y Foucault, entre otros. Castells se vale de estos autores para establecer una plataforma de análisis desde la cual aborda las relaciones de poder que imperan en lo que previamente ha denominado como la “sociedad red” (p. 6). Así pues el español define poder como “la capacidad relacional que permite a un actor social influir asimétricamente en las decisiones de otro(s) actor(es) social(es) con el fin de fortalecer su voluntad, valores e intereses” (p. 10). Castells precisa que el poder es una relación, más que un atributo, y que a pesar de la asimetría implícita en las relaciones de poder existe siempre la posibilidad de resistencia(s) por parte de los sujetos dominados. Éstas se transforman a medida que el rechazo es más significativo que el acatamiento, lo que conlleva al ejercicio de la violencia de la parte dominante, o bien a cambios institucionales. La primera opción significa la destrucción de la relación específica, y aunque puede disuadir para frenar los procesos de resistencia de otros sujetos dominados, hace de la violencia un elemento definitorio de la relación.

La estabilidad de una relación de poder depende, por otro lado, de la construcción de significados comunes entre los actores sociales, como

cación y Poder, 2009, Alianza Editorial, 679 pp.), en cuyo caso se agrega la letra “e” a las referencias correspondientes.

⁴ He decidido escribir una reseña descriptiva de la obra de Castells porque, aunque creo en la lectura crítica, su trabajo es de una monumentalidad y coherencia que habla por sí sola. Intentar criticar *Comunicación y Poder* en una reseña conlleva a observaciones parciales y quizás autopromocionales (por ejemplo Fuchs, 2009), y corresponde a quienes lo lean hacer la crítica correspondiente en su área de interés académico.

una forma de preservar el vínculo de dominación con el menor grado de resistencia. Ciertamente, “la institucionalización estatal de la violencia establece el contexto de dominación en el que la producción cultural de significado puede desplegar su efectividad” (p. 11). Dicha institucionalización se realiza a través de discursos disciplinarios presentes, por ejemplo en el funcionamiento del sistema penitenciario, el ejército, hospitales y asilos, así como las lógicas de producción agraria e industrial, y de asociación familiar que privilegian a la heterosexualidad y al orden patriarcal (p. 16). Además de la violencia que el Estado puede ejercer sobre sus ciudadanos, requiere recursos monetarios para operar y controlar los sistemas educativos y de comunicación que necesita para influir en las ideas que dan lugar a la confianza. La confianza es esencial porque, como afirma Geoff Mulgan (citado por Castells), a diferencia de la violencia y el dinero, la primera se sostiene en “el conocimiento y los pensamientos [que] pueden transformar las cosas, mover montañas y hacer que el poder efímero parezca permanente” (p. 16).

MECANISMO TEÓRICO

La preeminencia del Estado como entidad controladora de dinámicas sociales que ocurren en su esfera territorial se ha debilitado. Para documentar este proceso Castells invoca los conceptos (sociedad red global, espacio de flujos, tiempo atemporal, etc.) que ya consolidó en su trilogía *La Era de la Información*, pero en *Communication Power* se concentra en articular una respuesta para la pregunta, ¿dónde reside el poder en la sociedad red global? (p. 42). El poder radica, por supuesto, en las redes, “que constituyen el patrón fundamental de la vida” (p. 21). Éstas actuaron como médula espinal en la proyección de las civilizaciones antiguas a través de las tecnologías existentes de transporte. En décadas recientes –potenciadas por la capacidad de procesamiento del microchip y las telecomunicaciones digitales–, han modificado y trascendido al Estado como estructura organizadora de la sociedad red global. Así pues, el Estado ha dejado de ser el guardián soberano de la sociedad territorialmente delimitada, transformándose en tan sólo un nodo dentro de una red de actividad política, institucional y militar que se traslapa con otras redes que también son centrales para la construcción de la realidad social. Aun-

que el Estado ha dejado de ser el actor principal de la sociedad Castells reconoce que su rol es fundamental para la estabilidad de la sociedad red y la reproducción de las relaciones de poder, como:

fuiamos testigos en el colapso de los mercados financieros en el 2008 cuando los gobiernos fueron llamados para rescatar al mundo[...] Mientras que las redes de comunicación procesan la construcción de significados de los que depende el poder, el Estado constituye a la red que por defecto se encarga del funcionamiento adecuado de todas las otras redes de poder (p. 426).

El análisis de Castells busca identificar los puntos de intersección de las redes dominantes –y de resistencia– a escala planetaria. A pesar de su volatilidad, tales coyunturas pueden contener las claves que definirán el carácter de la *nueva* sociedad (p. 19). Para explorarlas, identifica cuatro formas de poder: poder de conectar en red (*networking power*); poder de la red (*network power*); poder en red (*networked power*), y poder para crear redes (*network-making power*). Ésta última es una de “las formas más cruciales del poder” (p. 45; 76e). Esta clasificación incluye a los llamados “programadores” y “enlaces”, los primeros actores o entramados de actores capaces “de constituir redes y de programar/reprogramar las redes según los objetivos que se les asignen”, y los segundos vestidos con “la capacidad para conectar diferentes redes y asegurar su cooperación” (p. 45, 76e). Puede decirse que los programadores definen la representación de ideas, visiones, proyectos, encuadres y otras formas simbólicas que definen el contenido y las metas de redes específicas, ya sean de carácter científico, político, religioso, militar, deportivo, financiero o criminal. Los programadores controlan operaciones mediáticas privadas y/o estatales, y se identifican en personajes como

⁵ Aunque estas itálicas son del reseñista da la impresión de que el uso del adjetivo “nuevo” o “nueva” que Castells utiliza a menudo en el libro invocan a un orden social más justo y equilibrado, nostalgia de una realidad por consumarse que requiere personas que como él están en la búsqueda de encontrar cómo contribuir a “retar el orden establecido”. Según dice, su única alternativa con este fin es revelar la manera en que el poder “opera en nuestras mentes” (p. 9).

los Murdoch (News Corporation), Berlusconi (Fininvest), Bloomberg (Bloomberg L.P.), Sergei Brin/Larry Page (Google) de este mundo (p. 420). En México, sujetos al análisis de Castells, podría decirse que los programadores están encarnados en personajes como Emilio Azcárraga Jean (Televisa), Ricardo Salinas Pliego (TV Azteca) y, sujeto a debate, Carlos Slim (Telmex), Alejandro Junco de la Vega (*Reforma*) y Juan Francisco Ealy Ortiz (*El Universal*). Los enlaces, por su parte, controlan los puntos de conexión entre redes estratégicas, vinculando por ejemplo a redes políticas y mediáticas para promover cierto proyecto de economía política, o a redes académicas y empresariales para generar mercados laborales (p. 46). Aunque no se presenta una lista que ubique con claridad a los enlazadores, éstos se encuentran en personas como Rupert Murdoch, un programador que constantemente está generando enlaces entre el mundo de los negocios y la política para beneficio de su imperio mediático. Murdoch es pues un “meta-programador en la red global multimedia y un enlazador en la sociedad red global” (p. 429).

Un aspecto importante de la programación y enlace en la sociedad red es la ausencia de una élite capaz de ejercer un Poder absoluto en su ámbito de influencia. La estabilidad en este contexto depende de una sutil negociación entre sistemas de poder, que en todo momento y a través de los mecanismos de enlace establecidos por los actores de una red, deben tener metas compatibles, y permanecer en comunicación con el fin de evitar contradicciones. De aquí la importancia de evitar que dueños de imperios mediáticos como el primer ministro italiano Silvio Berlusconi sean líderes políticos, o que los gobiernos de un país controlen los medios de comunicación, como ocurre en China. Castells apunta que las expresiones crudas de dominación por parte de un enlace sofocan el dinamismo e iniciativa de los múltiples agentes de estructuración y cambio social que participan en las redes, lo que en última instancia genera volatilidad en la red.

LUCHAS DE PODER

Un elemento central de *Communication Power* es su énfasis en los procesos de resistencia al poder, que en la sociedad red también operan bajo el principio de programación y enlace entre redes. Debido a que

una forma central del ejercicio del poder se ejerce a través de la inclusión/exclusión de la red, aquellos representantes de intereses, valores e ideas excluidos buscan en respuesta modificar el contenido de los programas de la red. Ejemplos de Contrapoder a través de la programación se presentan, por ejemplo, en movimientos sociales como Jubileo, que a inicios de este siglo generó los argumentos para presionar a que inversionistas financieros condonaran parte de la deuda extranjera de países en condiciones de pobreza extrema. Las nociones de ética ambiental, respeto a los derechos indígenas y crecimiento económico sustentable, entre otros, son también parte de los códigos del contrapoder. Por supuesto, en estos procesos siempre hay respuestas de agentes dominantes, afirma Castells, como cuando entidades del cristianismo fundamentalista buscan incidir en las políticas públicas, reemplazando los valores del estado laico a través de sus fundamentos dogmáticos (p. 48).⁶ Aunado a la “contra-programación” Castells ubica el bloqueo de enlaces entre redes como estrategia para frenar “los metaprogramas” de dominación estructural. Ejemplos existen en el bloqueo de conexiones entre oligopolios mediáticos y el gobierno para obstaculizar la creciente concentración de medios en manos de unas pocas empresas, mediante el desafío en las cortes contra reglamentos neoliberales. Los candados legales al financiamiento privado de campañas políticas, las críticas a la servidumbre académica en favor de emporios comerciales e industriales son otras formas de contra-enlace, al igual que toda modalidad de bloqueo al tráfico de productos, ideas y capital que dependen de redes de transporte material o informático. Debe notarse también que las entidades de resistencia a menudo se constituyen en red, como ocurre con los movimientos anti-globalización, ambiental, y del radical Al-Qaeda. Castells sugiere que hay un elemento de continuidad entre conflictos propios de la sociedad industrial y aquellos de la sociedad red. En la primera, la fábrica era el centro en torno al cual gravitaban los

⁶ Un claro ejemplo está presente en la constante intervención de la Iglesia católica en México, encarnada en la figura de cardenales, para influir sobre temas de salud pública y de derecho civil (legalización del aborto y la adopción gay), a través del dogma religioso y sus vínculos con gobernantes conservadores.

empresarios para extraer plusvalía y los trabajadores, para organizarse de manera sindical. En la segunda, las redes de cómputo enfilan tanto las actividades de los mercados financieros como las de redes terroristas. Cambia la estructura en la que se dan los procesos de dominación y resistencia, más no su fundamento. Castells escribe así que los conflictos contemporáneos son protagonizados

Por actores sociales en red que buscan establecer contacto con sus partes constituyentes y simpatizantes a través de los enlaces decisivos que son parte de las redes de comunicación multimedia. En la sociedad red el poder es redefinido, pero no desaparece, y tampoco lo hacen las luchas sociales[...] El Poder gobierna, los contrapoderes luchan. Las redes procesan sus programas contradictorios mientras que la gente intenta comprender la fuente de sus miedos y esperanzas (p. 50).

“AUTOCOMUNICACIÓN DE MASAS”

La programación y enlace como mecanismos del poder y contrapoder en la sociedad red son posteriormente desplegados para analizar conflictos de naturaleza múltiple. En el capítulo 2, el autor trata el dominio no absoluto pero sí asimétrico entre las firmas globales de comunicación y la “audiencia creativa”, y también las tensiones entre actores sociales, políticos y económicos conectados con el afán de establecer el perfil regulatorio de los medios de comunicación a escala mundial. Se dedicará especial atención a este capítulo por su centralidad para el argumento general de *Communication Power*, bajo el principio de que

todas las redes de poder buscan influir a la mente humana predominantemente (más no únicamente), a través de las redes multimedia de comunicación de masas. Así pues, las redes de comunicación son fundamentales para la construcción de poder en la sociedad (p. 426).

La perspectiva de Castells va al corazón del debate académico internacional sobre la comunicación. Es decir, mientras que el poder de los medios se vincula en perspectivas recientes con el grado de libertad de que gozan, en tanto que una medida de su capacidad para beneficiar

al interés público (Curran & Seaton, 2005; McQuail, 2010, p. 42), Castells afirma llanamente que los medios de comunicación son esenciales para la construcción y mantenimiento del poder. En este contexto, a la comunicación de masas, vertical y unidireccional (de élites), se suma el potencial de la “autocomunicación masiva”, con la que entidades autónomas (individuales y grupales) diseñan sus mensajes y eligen a sus destinatarios en un modelo de interacción horizontal. Como apunta Castells, no es que la autocomunicación de masas reemplace a la de masas, más bien supone la coexistencia, interacción y complementariedad entre ambas, lo que tiene “considerables consecuencias para la organización social y el cambio cultural” (p. 55). La novedad histórica aquí es que la articulación “de todas las formas de comunicación se condensan de manera interactiva y digital en un hipertexto que incluye, mezcla y recombina la totalidad de las expresiones culturales que resultan de la interacción humana” (p. 55). Esta convergencia comunicacional es el resultado de transformaciones tecnológicas, organizacionales e institucionales, y culturales que el autor examina con rigor, encontrando que “el nuevo campo de la comunicación en nuestra era está emergiendo a través de un proceso de cambio multidimensional moldeado por conflictos que derivan de la estructura contradictoria de intereses y valores que constituyen a la sociedad” (p. 57).

Communication Power diseña una cartografía detallada de la estructura organizacional y de gestión de las redes multimedia corporativas mundiales. Estas funcionan bajo una estricta lógica capitalista, trátense de organizaciones públicas o privadas, que la mayoría de las veces están profundamente penetradas por redes de poder, principalmente las del mercado financiero. La propia naturaleza comercial de las redes abre espacio, empero, para un sinfín de expresiones culturales que dan forma al “imaginario colectivo” (p. 71). Y aquí entra en la ecuación la noción de la “audiencia activa”, como elemento central de un proceso de cambio cultural a escala internacional en el que se contrastan los valores de la globalización con los de la identificación, y el individualismo con el comunalismo (p. 117). Éstos se manifiestan en los patrones culturales del consumismo de marca y el cosmopolitismo, el individualismo en red y el multiculturalismo. Sus vectores son la variedad de productos y formatos, películas, música, novelas,

videojuegos, medios impresos e iconos que circulan globalmente. En un mundo multicultural la difusión de esos productos se sostiene en los protocolos de la publicidad, la versatilidad de la digitalización, la asignación de marcas a productos y servicios y en una cultura de co-producción de consumibles simbólicos. El punto es que en la sociedad red “los protocolos de comunicación no se basan en compartir una cultura, sino en la cultura de compartir” (p. 177e).

Y esa cultura de compartir es esencialmente fomentada por la audiencia creativa, aquella que interpreta los mensajes diseminados por los medios de acuerdo a sus propios marcos culturales, y que también se vale de su orientación autónoma y de las tecnologías digitales a su disposición para resignificar las formas simbólicas circulantes. Castells explica que:

De la comunicación de masas dirigida a una audiencia hemos pasado a una audiencia activa que se forja su significado comparando su experiencia con los flujos unidireccionales de la información que recibe. Por lo tanto, observamos la aparición de la producción interactiva de significado. Esto es lo que denomino audiencia creativa (p. 184e).

Quizá la mayor contribución del autor en torno a este concepto está en su apreciación de la trascendencia que tiene en el nuevo contexto comunicacional. Después de todo, la posibilidad que la audiencia creativa tiene para difundir mensajes está bajo el control de corporaciones mediáticas y de acceso a la red, que a cambio de la información personal y la privacidad de sus usuarios, abren ciertos espacios para expresiones autónomas. Estas últimas a menudo se apartan del guión mercadológico que las firmas buscan imponer, y de manera sistemática contribuyen a la diversidad del discurso social, transformando así el imaginario colectivo. De esta manera, la comunicación de significados se convierte en una forma de poder social. En este sentido Castells afirma que:

Participando en la producción cultural de los medios de comunicación de masas y desarrollando redes independientes de comunicación horizontal, los ciudadanos de la Era de la Información son capaces de inventar nuevos programas para sus vidas con los materiales de sus sufrimientos, miedos,

sueños y esperanzas. Construyen sus proyectos compartiendo su experiencia. Subvierten las prácticas de comunicación tradicional ocupando el medio y creando el mensaje. Superan la impotencia de su solitaria desesperación interconectando sus deseos (p. 552e).

En el capítulo 3 Castells se vale de su incursión en el ámbito de la ciencia cognitiva para vincular la relación entre la construcción de metáforas como un proceso mental y la práctica comunicacional del encuadre, el establecimiento de la agenda mediática, priorización e indexación con el fin de generar emociones, tales como ira y ansiedad, que de manera individual y colectiva pueden provocar el apoyo o rechazo de, por ejemplo, una invasión militar. Partiendo del principio ya referido de que no existe el poder absoluto y de que para ejercer la violencia el Estado debe contar con el apoyo de la sociedad, Castells sugiere que la administración de George W. Bush se valió de esa estrategia de manipulación mediática para invadir Irak y ser reelegido presidente en el 2004. Castells añade que:

La guerra contra el terrorismo y sus imágenes asociadas y temas (Al-Qaeda, Afghanistan, la Guerra en Irak, el Islamismo radical, los musulmanes en general), construyeron una red de asociaciones en la mente de las personas, activando así la emoción más profunda en el cerebro humano: el miedo a la muerte [...] Una vez que se evoca a la muerte la gente se aferra a lo que tiene y a aquello en lo que creen (p. 169).

Sin adentrarse demasiado en el caso, Castells sugiere que Al-Qaeda, a través de sus nodos en red, también se dedica a generar enlaces con redes mediáticas para infundir temor entre “los infieles” y esperanza entre sus seguidores. Así pues, “la violencia y la amenaza de violencia siempre se combinan, al menos en el contexto contemporáneo, con la construcción de significado en la producción y reproducción de las relaciones de poder en todos los ámbitos de la vida social” (p. 417).

En el capítulo 4 se estudia a profundidad la mediatización política, esto es la creciente dependencia que los actores políticos tienen en los medios como su plataforma de comunicación con la sociedad y en el uso de la “política del escándalo” como principal arma para ganar

elecciones. A través de una detallada elaboración teórica que contempla los mecanismos de acceso a los medios, financiamiento, diseño de mensajes políticos a escala masiva y digital, su diseminación a públicos específicos, etc. Castells presenta varios casos de estudio que desde su perspectiva tienen profundas consecuencias para la práctica democrática. Estos incluyen la derrota del Partido Socialista español tras 14 años en el poder a manos de adversarios conservadores que se valieron de algunos errores en la lucha contra el terrorismo de ETA, usando medios impresos como *Diario 16* y *El Mundo* para destruir la reputación del primer ministro Felipe González. En la misma sección se discuten tres casos de estudio en los que el ejercicio de la censura y la propaganda en Estados Unidos (control del Departamento de Defensa en el contenido de cobertura periodística supuestamente independiente), Rusia (la captura del control mediático de manos privadas por parte del presidente ruso Vladimir Putin) y China (control de los medios y de acceso a Internet) ejemplifican la forma en que el Estado define las relaciones de poder a través de las redes de comunicación. En resumen, dice Castells, aunque hay diferentes formas de politización mediática todas buscan influir en la opinión pública a fin de consolidar el poder de quienes la practican, y todas conducen al distanciamiento entre la ciudadanía y los líderes políticos, generando un clima de desconfianza que ha sumido a la democracia en una crisis a escala global.

Communication Power reúne en el capítulo 5 los argumentos que podrían considerarse como la parte esperanzadora del libro, en el sentido de que se vislumbran movimientos sociales, “insurgentes políticos” y “nuevos espacios públicos” que contribuyen a generar los contenidos culturales de cambio y esperanza –literalmente a “reprogramar las redes de comunicación”– que conlleven a una nueva sociedad red global. Apoyado en la teorización de movimientos sociales que articuló en *El Poder de la Identidad* (2004), Castells afirma que las batallas por lograr cambios institucionales (donde se estructuran las prácticas sociales), se dan en el preeminente espacio público de las redes de comunicación. Los códigos culturales promovidos por los agentes de cambio suelen quedar contenidos en nodos específicos de la red, lo cual limita el impacto de expresiones autónomas. Sin embargo, los actores sociales pueden entrar al espacio público desde diferentes puntos de acceso, usando redes hori-

zontales y verticales de comunicación para difundir sus mensajes. Este es el caso de un movimiento vinculado con la comunidad científica internacional que, a través de los medios masivos de comunicación y de Internet, ha promovido el nacimiento de una conciencia ambiental universal sobre la realidad, causas e implicaciones del cambio climático. Por otro lado se identifica la estrategia de organización en red del movimiento anti-globalización, a través del cual se organizaron foros sociales en varios puntos del planeta que resultaron en una agenda temática (“comercio justo” o *fair trade*, condonación de deuda externa, oposición a medidas de control inflacionario y apoyo a políticas de generación de empleo, etc.) socialmente orientada y que pone en entredicho la lógica capitalista de la globalización. Como una tercera clase de movimiento, Castells documenta múltiples casos en los que la telefonía móvil es empleada por miembros de la sociedad civil para organizar protestas políticas. Como plato fuerte revisa el caso de las “mobil-izaciones” (juego de palabras que combina la idea de la movilización política con el teléfono móvil) en España tras los atentados en Madrid de Al-Qaeda el 11 de marzo de, 2004. Tres días después el gobierno del Partido Popular fue derrotado en las elecciones parlamentarias por encubrir evidencia, pretendiendo que los actos terroristas habían sido obra de ETA. Para la opinión pública, sin embargo, la información difundida por medios alternativos le había dejado en claro que las atrocidades de Al-Qaeda habían sido motivadas por el apoyo incondicional que el entonces primer ministro José María Aznar había dado al gobierno de George W. Bush en la guerra de Irak. El último caso abordado en este capítulo se concentra en la campaña que el ahora presidente de Estados Unidos, Barak Obama, llevó a cabo para ganar la candidatura por el Partido Demócrata a la presidencia de Estados Unidos. Dada la posición de desventaja que Obama tenía frente a su oponente Hillary Clinton, Obama actuó como un “político insurgente” que fijó un precedente a partir del cual se vislumbran nuevas prácticas electorales en Estados Unidos, incluida la posibilidad de sustituir el financiamiento de grupos de interés con el financiamiento ciudadano. En conjunto, los ejemplos revisados por Castells suponen “una sinergia potencial entre la llegada de la auto-comunicación de masas y la capacidad autónoma de las sociedades civiles en todo el mundo para moldear el proceso de cambio social” (p. 303).

Y ese cambio social descansa sobre las prácticas del contrapoder que como ya se indicó, buscan reprogramar las redes en torno a formas alternativas de concebir el mundo. Castells sugiere aplicar sus hipótesis en el contexto de movimientos sociales y comunidades políticas en contextos diversos a fin de ubicar dónde se ejerce el poder, a fin de “neutralizar el ejercicio injusto” del mismo. “Si no sabemos exactamente quiénes tienen el poder y dónde encontrarlos, no podremos desafiar su oculta pero decisiva dominación” (p. 552e).

Bibliografía

- Curran, J. & J. Seaton (2005). *Power without responsibility: The Press and broadcasting in Britain*. Londres: Routledge.
- Fuchs, C. (2009). Some Reflections on Manuel Castells' Book “Communication Power”. *TripleC* 7 (1), 94-108. Recuperado el 8 de julio de 2010 de <http://triple-c.at/index.php/tripleC/article/view/136/90>
- McQuail (2010). *McQuail's mass communication theory*. Los Angeles, Londres: Sage.