

Navegación por Internet:

protocolos cognitivos, perceptivos, e implicación corporal

Rafael del Villar Muñoz

Instituto de la Comunicación e Imagen

Universidad de Chile,

Proyecto Fondecyt No 1061166.



El objetivo de la investigación es el estudio de la **navegación** por Internet en los **segmentos juveniles de Santiago de Chile**, desde el punto de vista de la descripción de los **protocolos perceptivos, cognitivos y corporales** de sus usuarios.



Diseño Muestra Intencional Estratificada: 544 encuestas

Segmento Etario 11- 12 años (séptimo básico)						Segmento Etario 16- 18 años (tercero medio)					
Estrato Alto		Estrato Medio		Estrato Bajo		Estrato Alto		Estrato Medio		Estrato Bajo	
Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
60 casos		60 casos		60 casos		60 casos		60 casos		60 casos	
11- 12:	Total: 180 encuestas					16- 18: Total: 180 encuestas					



Muestra Estratificada Intencional: Total 544 encuestas

Segmento etario 19- 24 años Total 180 encuestas								
Estrato Alto (universitarios)				Estrato Medio (universitarios)				Estrato Bajo
Universidades Tradicionales (30)		Universidades Privadas (30)		Universidades Tradicionales (30)		Universidades Privadas (30)		Universitarios y centros de capacitación en oficios
Científico-Técnico	Artístico Humanista	Científico-Técnico	Artístico Humanista	Científico-Técnico	Artístico Humanista	Científico-Técnico	Artístico Humanista	
15 encuestas	15 encuestas	15 encuestas	15 encuestas	15 encuestas	15 encuestas	15 encuestas	15 encuestas	60 Encuestas
Total Encuestas Alto: 60 encuestas				Total Encuestas Medio: 60 encuestas				Total Encuestas Bajo: 60 encuestas



El objetivo es construir polos y se utiliza el cuestionario como síntoma de ellos, para, a posteriori realizar un estudio cualitativo semiótico en profundidad que dé cuenta de las formas como navegan a nivel concreto (registro de imágenes, grabación de la navegación, realización de dibujos y/o de guiones, construcción de un modelo interpretativo, y validación por una entrevista en profundidad semi- estructurada) para detectar, a nivel profundo, la matriz cognitiva- perceptiva que está detrás, en el inconsciente de la navegación. La comunicación aquí sintetizada corresponderá a la descripción cuantitativa y su objetivo es la constitución de los polos de funcionamiento del usuario juvenil respecto a la navegación.



Relevancia

- **hipertextualidad/**
- **interfaces/**
- **Interacción/**



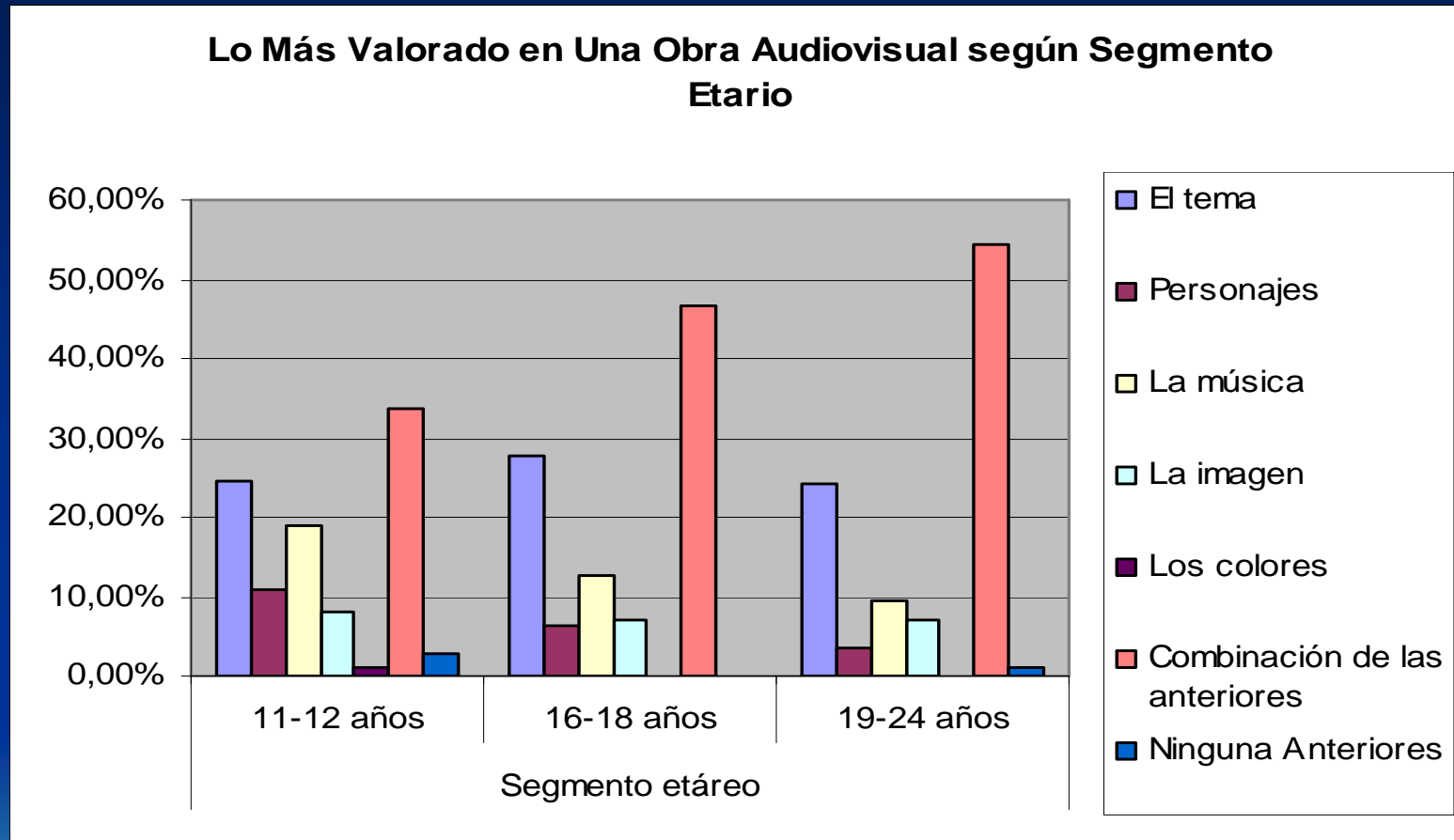
Debe tenerse en cuenta la realidad chilena respecto al acceso a la tecnología (CNTV, 1999: en una muestra de 2423 familias); ya en 1999 el Consejo Nacional de Televisión detecta que el equipamiento de video- juegos es de 34% en el estrato alto, de 24,3% en el medio, y de 21,3% en el estrato bajo; el equipamiento de video- grabadores es de un 80% en el estrato alto, un 62,5% en el medio, y en un 32,1% en el estrato bajo; el equipamiento de televisores es expandido, donde, en el estrato más marginal (D) hay por cada tres familias dos que tienen más de dos televisores; respecto al equipamiento de computadores en el hogar, nos encontramos en 1999 que sólo hay un 23,9%, pero todos los colegios, incluidos los de las zonas y segmentos socioeconómicos más marginales, tienen a través del Programa Enlace del Ministerio de Educación Chileno acceso a computadores e internet; por lo que nos encontramos con un equipamiento audiovisual que posibilita el uso segmentado y multimedial de las ofertas culturales, perdiendo la televisión su carácter de un centro de referencia simbólico familiar hegemónico.

Consumo Multimedial

Expresiones artístico-culturales por Estrato Social

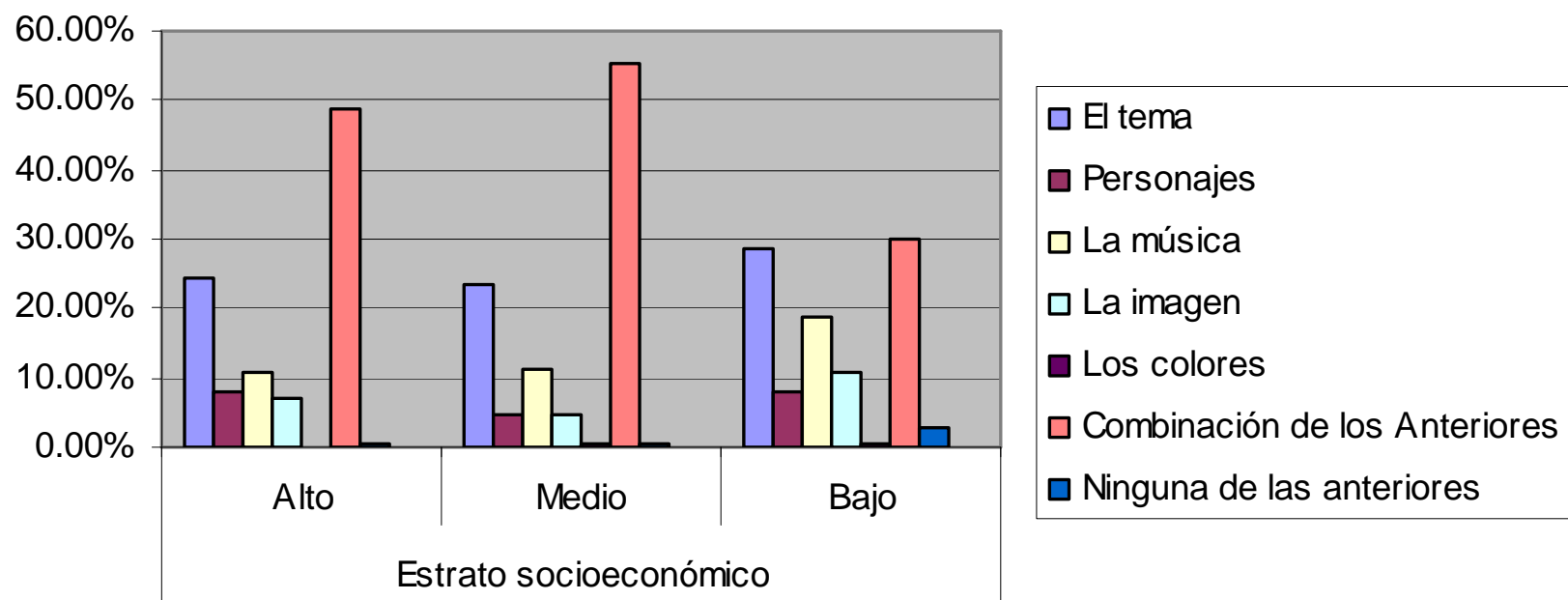
	Alto	Medio	Bajo
Teatro	18,20%	19,90%	11,70%
Cine	40,90%	44,80%	22,80%
Plástica/ Grafica	14,90%	9,40%	4,40%
Conciertos-recitales	19,90%	24,30%	25,60%
Tocatas	3,90%	16,60%	18,30%
Danza	14,40%	15,50%	16,10%
Literatura	11,00%	11,00%	7,20%
Videojuego	21,00%	21,50%	33,30%
Dibujos animados	21,00%	7,70%	17,20%
Deportes	50,30%	29,80%	43,90%

• Consumo Multimedial



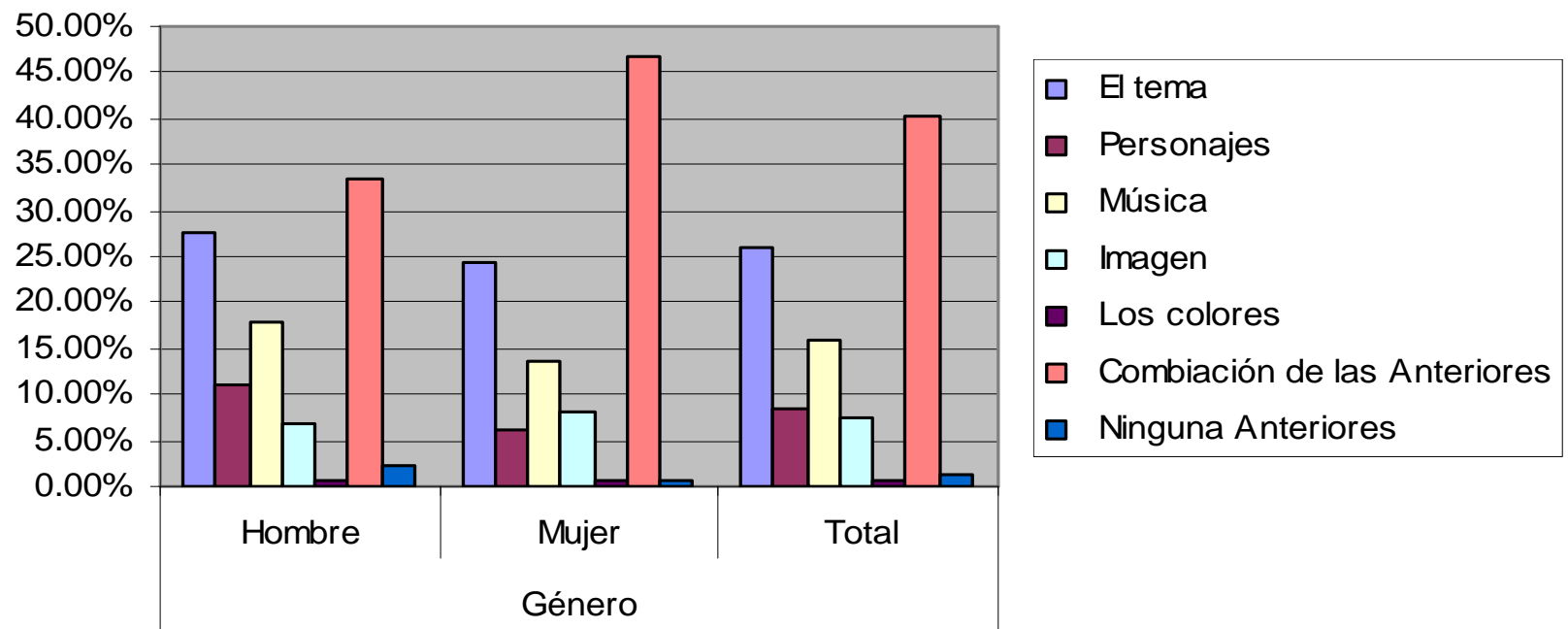
Consumo Multimedial

Lo Más Valorado en Una Obra Audiovisual según Estrato Social



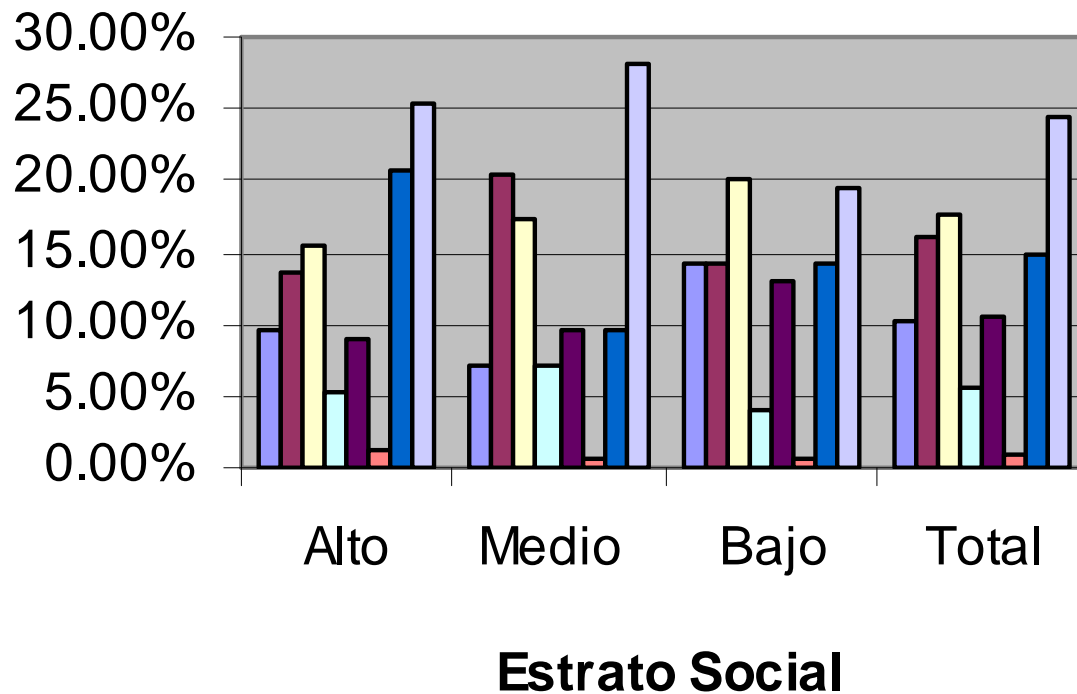
Consumo Multimedial

Lo más valorado en una obra audiovisual según Género, en los segmentos etarios 11-12 y 16- 18 años.



Consumo Multimedial

Tipos de videojuegos que más gustan De acuerdo a Estrato Social



- Combate
- Estrategia
- Aventura Gráfica
- Simuladores de Baile
- Simuladores de carreras o vuelos
- Simuladores de Tiro al Blanco
- Fútbol
- No te gustan

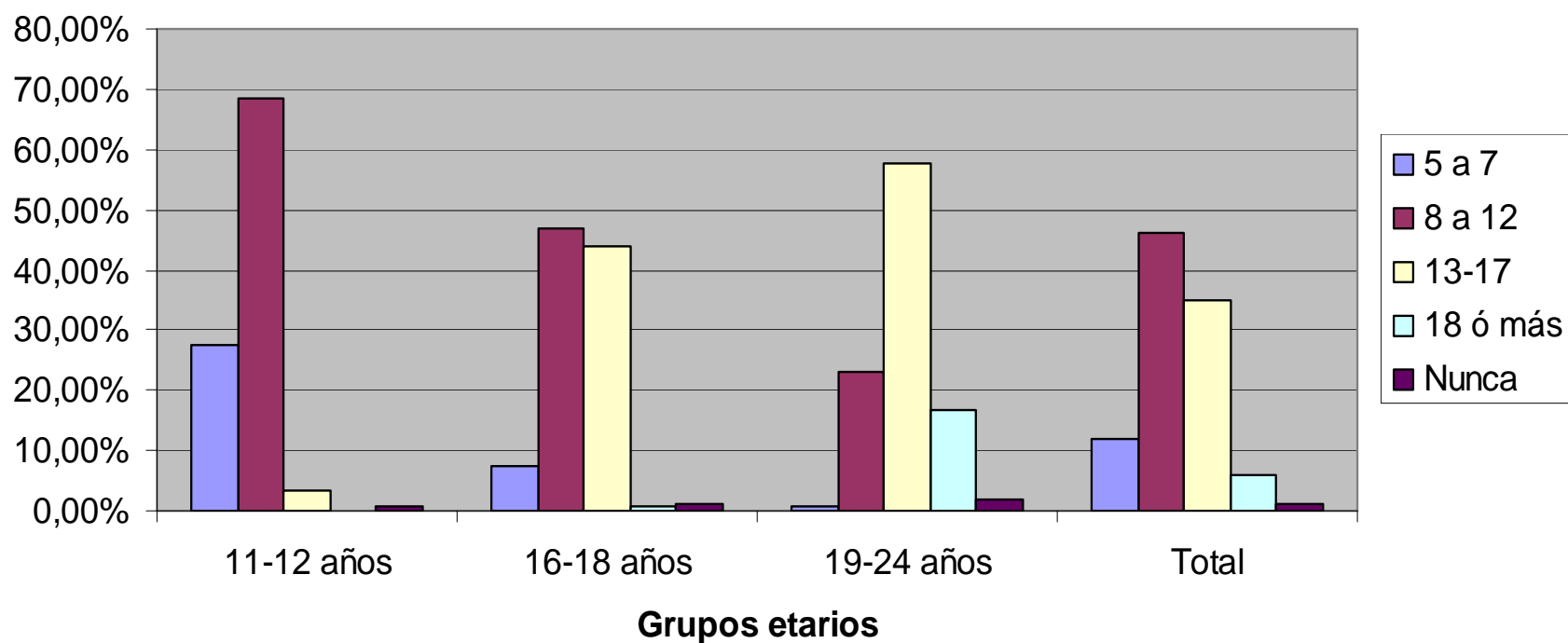
Tipos de videojuego que más gustan por Género

(Solo incluidos grupos etarios 11 a 12 y 16 a 19)

	Hombre	Mujer	Total
Combate	15,80%	4,60%	10,00%
Estrategia	18,40%	9,80%	13,90%
Aventura Gráfica	15,20%	21,40%	18,40%
Simuladores de Baile	1,90%	11,60%	6,90%
Simuladores de carreras o vuelos	10,10%	11,00%	10,60%
Simuladores de Tiro al Blanco	0,00%	1,20%	0,60%
Fútbol	32,90%	1,70%	16,60%
No te gustan	5,70%	38,70%	23,00%

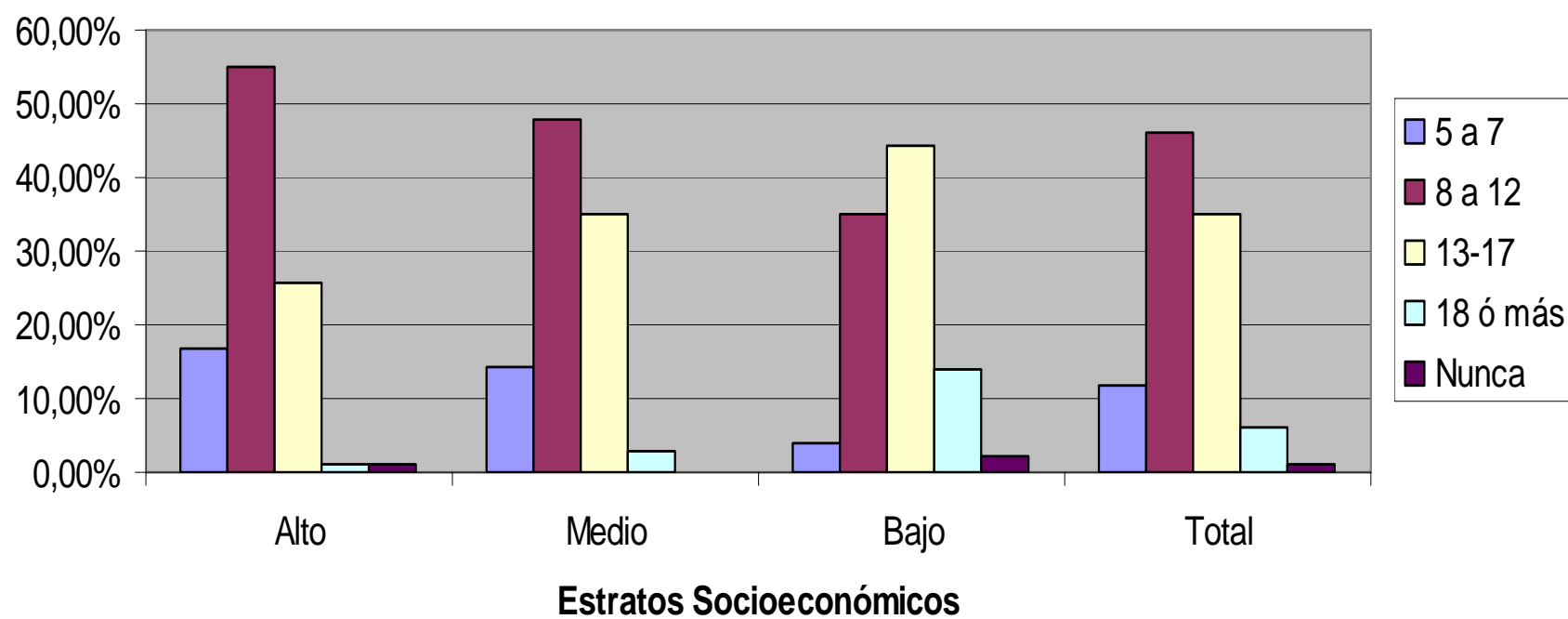
Consumo de Internet

Comienzo en el uso de internet según grupos etarios



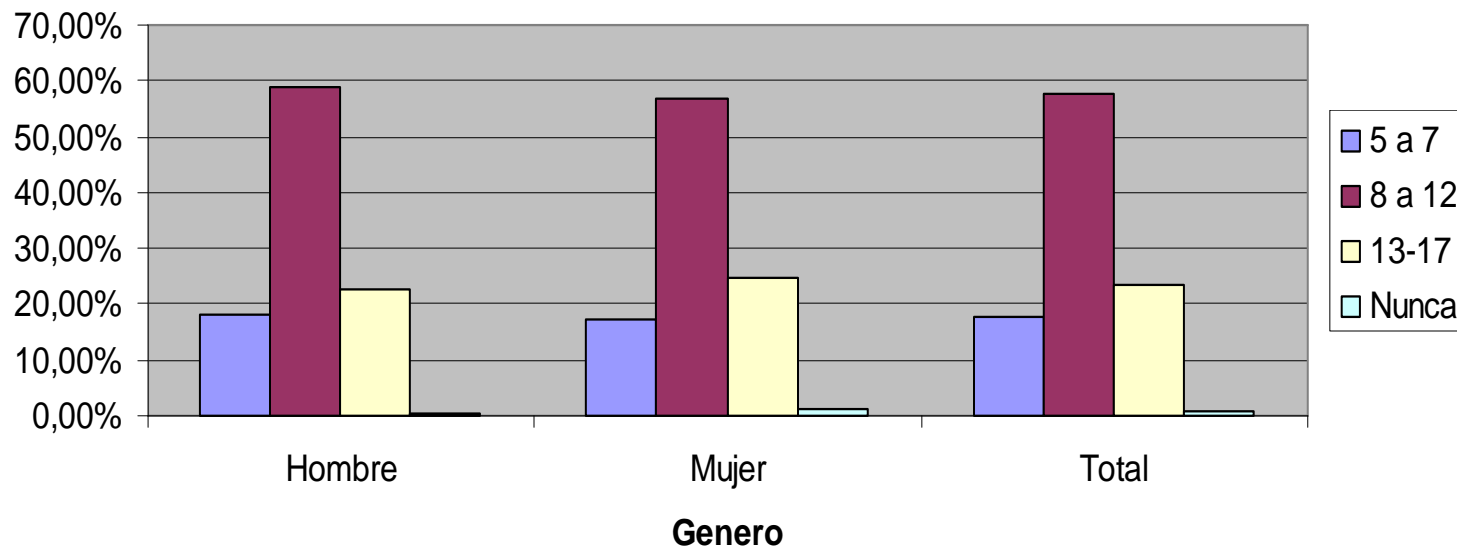
Consumo Internet

Comienzo de Uso Internet por Estratos Socioeconómicos



Consumo Internet

Comienzo de Uso de Internet grupo 11-12 y 16-18 años según Género



¿Qué sitios visitas con más frecuencia?

	1º alternativa	2º Alternativa	total
Arte y cultura	1	4	5
Buscador	97	52	149
Coleccionismo	7	1	8
Comercio	0	3	3
Comunidad	0	1	1
Correo	13	27	40
Chat	14	21	35
Deportes	7	7	14
Entretenimiento	16	25	41
Fotolog	62	38	100
Herramientas	3	5	8
Informaciones	14	17	31
Multimedia	1	0	1
Multiservicio	11	9	20
Música	17	29	46
NS/NR	61	61	122
Otros	9	12	21
Política	1	1	2
Religión	0	1	1
Sexo	3	0	3
Videojuegos	47	48	95

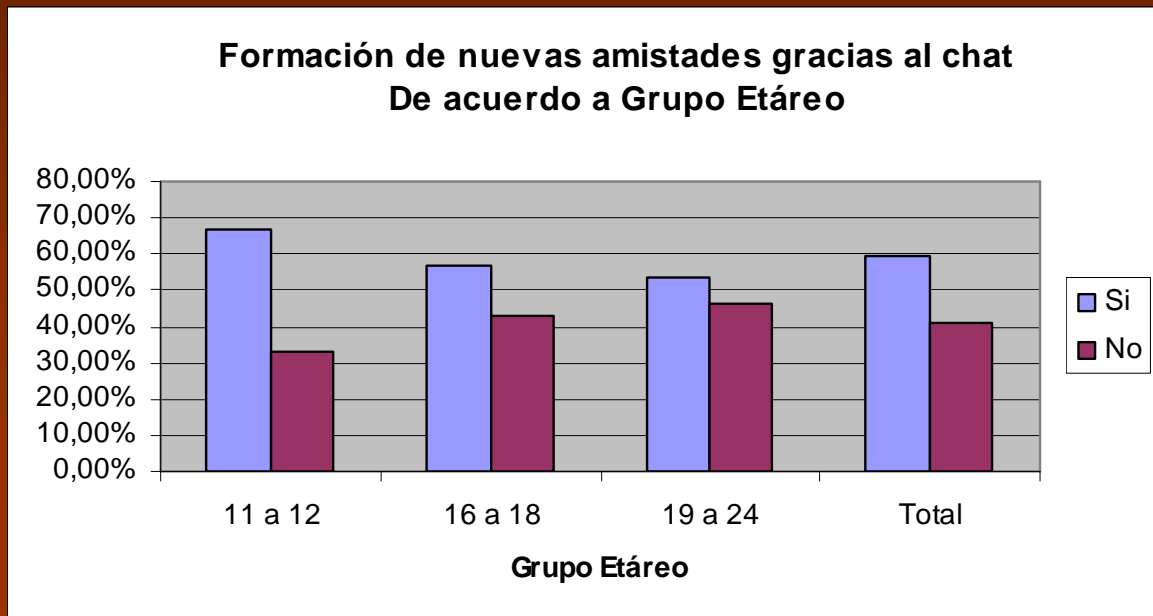
Análisis Cualitativo Sitios Web Mencionados

- **Identificación simbólica:** sitios web que tuvieran un énfasis en contenidos, conceptos, valores religiosos, políticos y todos aquellos vinculados a asumir un rol social; desde ese punto de vista, las páginas deportivas estando directamente vinculadas a la identificación con un rol de ser como el jugador o deportista tal, se conceptualizaron como sitios simbólicos.
- **Identificación imaginaria** sitios web que se vinculaban a la ensoñación, a los principios de fuga de la energía o a la catársis, lo que se manifestaba en sitios web vinculados a grupos musicales, catárticos como los de la hinchada del equipo de fútbol chileno Universidad de Chile (dalebulla.cl), Fotologs, videojuegos, sexo.
- **Identificación Imaginaria/Simbólica**, sitios web en los que no es clara la lectura identitaria que pude hacerse de ellos, pues son susceptible de interpretarse tanto como Simbólico e Imaginarios dependiendo del consumidor específico, lo que no es posible deducir a partir de una encuesta. De allí que se construyera esta categoría para todos aquellos casos en que el análisis semiótico del sitio web concreto diera pie a dos lecturas diferentes, tal es el caso de el “Chat”, que puede implicar tanto asumir roles, como un dispositivo imaginario pulsional.
- **“Otros”** sólo para los sitios web mencionados por los encuestados y no ubicados por los investigadores.

Tipo de Dispositivo Identificador Sitio Web + Consumido

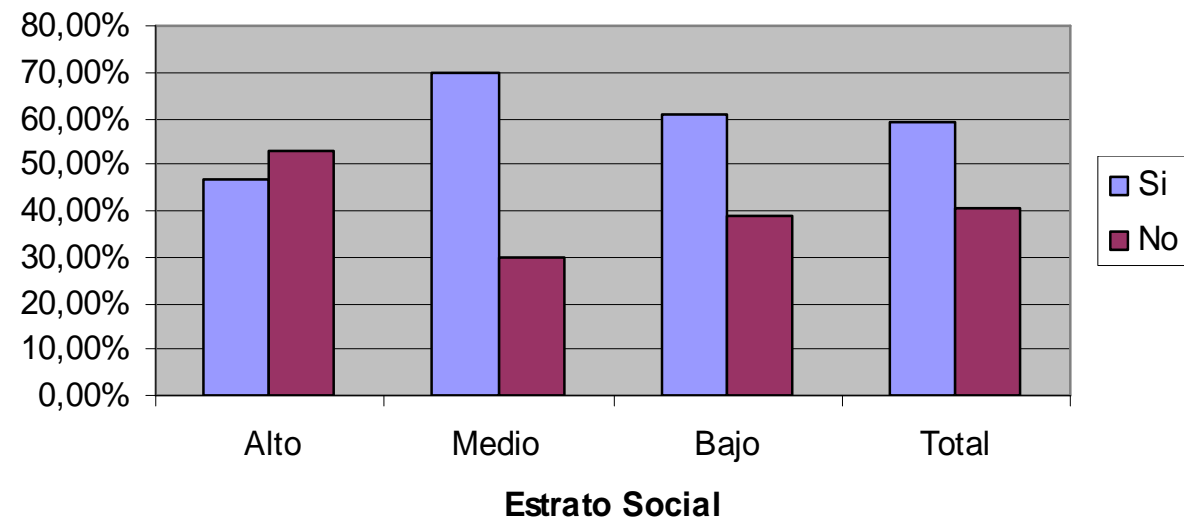
Dispositivos identificatorios	1º alternativa	2º Alternativa	Total
Imaginario	119	97	216
Simbólico	137	123	260
Im-Sim	58	69	127
ns/nr	39	61	100
Otros	9	12	21

Internet y Relaciones Sociales



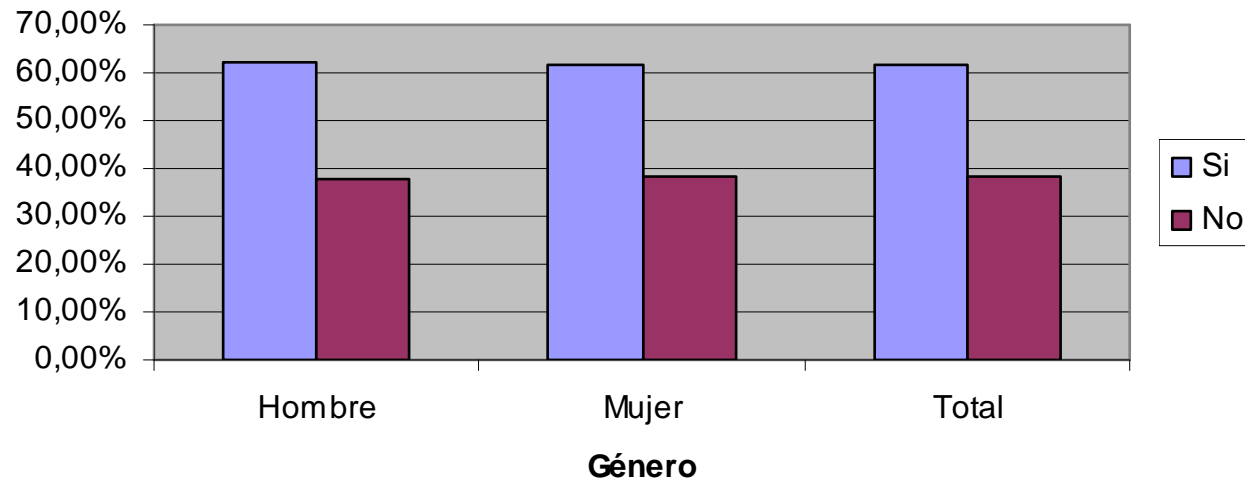
Internet y Relaciones Sociales

**Formación de nuevas amistades gracias al chat
De acuerdo a Estrato Social**



Internet y Relaciones Sociales

**Formación de nuevas amistades gracias al chat
De acuerdo a Género
(11 a 12 y 16 a 18 años)**



NUEVAS TECNOLOGÍAS E IDENTIDAD

- Si los sujetos de **11-12 años** prefieren en mayor medida usar la computadora para **Jugar** (33,1%), los de **16-18** años la utilizan más para **comunicarse** (34,8%) y los de **19-24** años para **estudiar** (20,8%), es claro que el computador está vinculado **al espacio de ocio**, más jugar y comunicarse; esto es, establecer relaciones sociales, que a un instrumento del proceso de enseñanza, aún cuando, en el año 2006, no era mayoritario el participar en comunidades virtuales. **Luego, hay una relación entre estas tecnologías y las relaciones sociales, esto es, el proceso de construcción de las identidades sociales**



NUEVAS TECNOLOGÍAS E IDENTIDAD

- Ahora bien, el computador como los objetos tecnológicos que amueblan la vida cotidiana (como el celular, por ejemplo) implican una dificultad virtual de manipulación, sin embargo **en todos los segmentos socioeconómicos quienes manejan mejor la tecnologías son los jóvenes de 11- 12 años** por sobre los padres y por sobre los hermanos, quienes, según la encuestas, empezaron de más edad a usar el computador.



NUEVAS TECNOLOGÍAS E IDENTIDADES

- Luego, podemos deducir que **el saber tecnológico le refuerza a los jóvenes su propia identidad, en el doble sentido de abrirles un espacio de relaciones sociales y a su vez ser reconocidos en el mundo cotidiano familiar por un saber tecnológico, al mismo tiempo que la encuesta no detecta grandes conflictos al interior de la familia, a lo menos en general.**



INTERNET E IDENTIDAD

	Grupos etarios			total
	11-12 años	16-19 años	19-24 años	
te dan fuerza en tus relaciones con tus compañeros de colegio, universidad y trabajo	18,5%	37,9%	40,9%	32,2%
te dan fuerza en tus relaciones con tus amigos	61,8%	29,9%	22,0%	38,3%
te dan fuerza en tus relaciones padres	6,4%	1,1%	0,0%	2,6%
otros	13,3%	31,0%	37,1%	26,9%

TIPOS DE IDENTIFICACIÓN

- **La identificación simbólica** la conceptualizaremos como la identificación con roles sociales, son las construcciones del “yo” y “súper yo”, tal como lo definen la teoría psicoanalítica neo- feudiana[1].
- **La identificación imaginaria** será conceptualizada como trazas de condensación y desplazamiento de energía, ligadas a la constitución de espacios imaginarios de flujos de energía vehiculizando placer/ displacer, esto es, ensoñaciones (fovias o miedos, relajación) transmitidos a través de variaciones cromáticas, secuencialidad de tratamiento de los link intertextuales, composición de imágenes, tratamiento lineal, y la implicación corporal con la máquina (entre otros), alejándonos de los autores referidos precedentemente, donde se la conceptualiza como un espacio de condensación y desplazamiento de imágenes irracionales no interpretables, incapaces de transmitir información alguna. Los fundamentos de esta conceptualización los podemos encontrar en Del Villar (1997)[2].

[1] Ver Lacan, J. “*Écrits*”, Ed. du Seuil, París, 1966; Kristeva, J. “*La révolution du langage poétique*”, Ed. du seuil, París, 1974; y Aumont, Marie, Bergala, Vernet “*Estética del cine*”, Ed. Paidós, Barcelona, 1985

- [2] Ver Del Villar: (1997) “*Trayectos en semiótica fílmica televisiva*”, Ed. Dolmen, Santiago; (2001): “Identificación Imaginaria y teoría de los códigos”, en *Revista Cuadernos* 2001, Ed. Universidad Nacional de Ju Juy; (2005): “Nuevas tecnologías y construcción de identidades”, en *Revista de Signis* No 5, Ed. Gedisa, Barcelona), a partir de una re- conceptualización de Petitot- Cocorda (2000): “*Physique du sens*”, Ed. CNRS, París) y de Wilhelm Reich (1945- 2002: “*La función del orgasmo*”, Ed. Paidós, Barcelona.



Internet e Identificación Simbólica

- Los jóvenes **buscan información en Internet sobre los personajes que admiran sobre todo en el segmento etario entre 11 y 12 años (60%)**, lo que disminuye a 55,1% en el segmento 16-18 años, y a 51,8% entre los 19 y 24 años, habiendo una **diferenciabilidad por estrato social**: es mayor en el estrato bajo (62,6%) por sobre el estrato medio (56%) y el estrato alto (48,2%), existiendo, además, **diferencias por género**: las mujeres lo mencionan en mayor medida (60,5%) que los hombres (54,4%).



Internet e Identificación Simbólica

- Sobre el atributo que debe tener un personaje para que sea admirado **prima en todos los segmentos etarios “ser ingenioso o creativo”**: 38,7% en segmento 11- 12 años; 44,2% en el segmento 16- 18, y 57,8% en el 19- 24 años. Debe tenerse en cuenta que este atributo valorado **no corresponde a un Rol Social predefinido**, sino que nos aparece más ligado a la acción, a como sobre montar una situación que a un atributo estable, en correspondencia directa con el deber ser o súper yo. Este atributo es mayor en el estrato medio (58,0%) por sobre el estrato alto (45,9%) y el estrato bajo (36,7%).
- **El otro atributo más nombrado, “cariñoso”, tampoco corresponde directamente a un rol basado en una estructura valórica o ideológica.** “Cariñoso” en 11- 12 años alcanza el 30,9%, mientras en 16- 18 años tiene un 22,1%, y en 19- 24 años un 14,4%, es mayor en las mujeres en todas las edades; y es mayor en el estrato bajo (30,0%) por sobre el estrato alto (19,9%) y el estrato medio (17,7%). Luego, las edades 11- 12 privilegian más el afecto.
- **El otro atributo nombrado sí implica una definición valórica:** “Defender una causa” es la segunda preferencia para el segmento etario 16- 18 años con un 39,8%; “tener mucho conocimiento”, también valórico, logra un 43,9% en el segmento etario 19- 24 año; “ser famoso” es el tercer atributo más importante para el segmento etario 11- 12 años con un 26%, y es mayor en el estrato bajo (24,4%) por sobre el estrato alto (9,9%) y el estrato medio (7,7%).



Internet e Identificación Imaginaria

- **La Navegación por Internet** está vinculada a un consumo multimedial, donde el navegar simplemente para “**buscar una información**” sólo corresponde a un **18,2% en la pubertad**, *para subir a 23,2% en la etapa de tránsito productivo, y finalmente en el segmento etario 19- 24 años alcanzar un porcentaje de 41,7%*, y donde alrededor **de un tercio de los consumidores** navegan por Internet como **una vía para alejarse de los problemas de la vida cotidiana o como una forma alejarse del cansancio.**



Internet e Identificación Imaginaria

- **Ser un principio de fuga ante los problemas de la vida** es mayor en la pubertad (34,3%) y disminuye a un 33,3% en el segmento etario 16-19 y baja a 17,1% en el segmento etario 19-24 años; por otra parte **el uso de Internet como fuga ante el cansancio** es de un 35,1%, siendo ello, diferencial según segmento etario.



Internet e Identificación Imaginaria

- Se detecta, también, *en que consiste* **la implicación imaginaria: remite tanto “al otro sexo” como a la tensión pulsional**, y se detecta allí que *la implicación propiamente simbólica de buscar informaciones crece con la edad, pasando de 18,2% a 41,7%.* Por ejemplo, los contenidos de los sitios más nombrados analizados semióticamente en pregunta abierta no hacen más que especificar que las implicaciones simbólicas predominantes están referidas a los buscadores, concretamente lo más nombrado es Google, y **lo Imaginario más nombrado son fotolog y videojuego, específicamente imaginarios, quedando el chatear como un espacio detectado, pero de lo que no es clara su referencia a los polos imaginarios / simbólicos.** Además de categorizar temáticamente los sitios web mencionados, se procedió a revisar en Internet cada uno de ellos con el objetivo de discriminar si la puesta en escena de las páginas correspondía a un tipo de Identificación

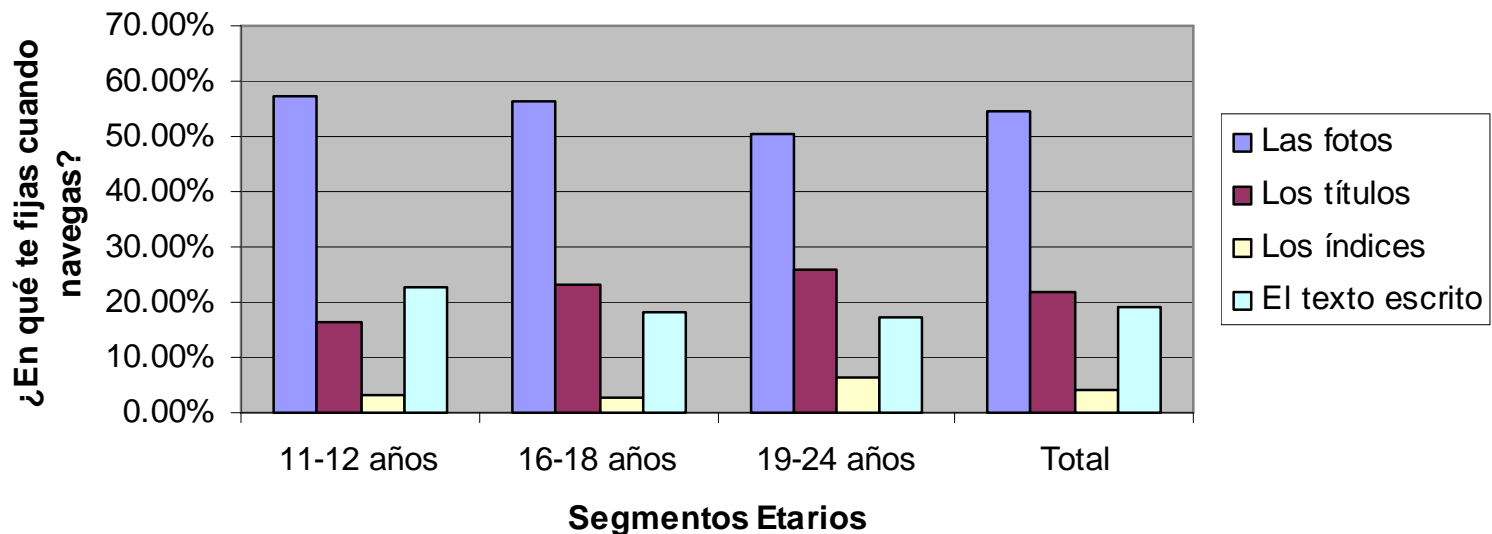
Implicación Corporal.

- Se estudió, también, la percepción que tenían los encuestados respecto a su implicación corporal al navegar, y aproximadamente **un tercio de los encuestados reconocían una implicación de su propio cuerpo al navegar**: ¿Sacudes frecuentemente el mouse? 35,7%; ¿Te acercas y te alejas de la pantalla? 28,7%. Luego, sí había un procesamiento de navegación imaginaria correspondiente a lo menos un tercio de los consumidores, ahora nos encontramos, cualitativamente (semióticamente) con una equivalencia estadística con el reconocimiento de implicación corporal, que sería necesario estudiar en las partes cualitativas que siguen.



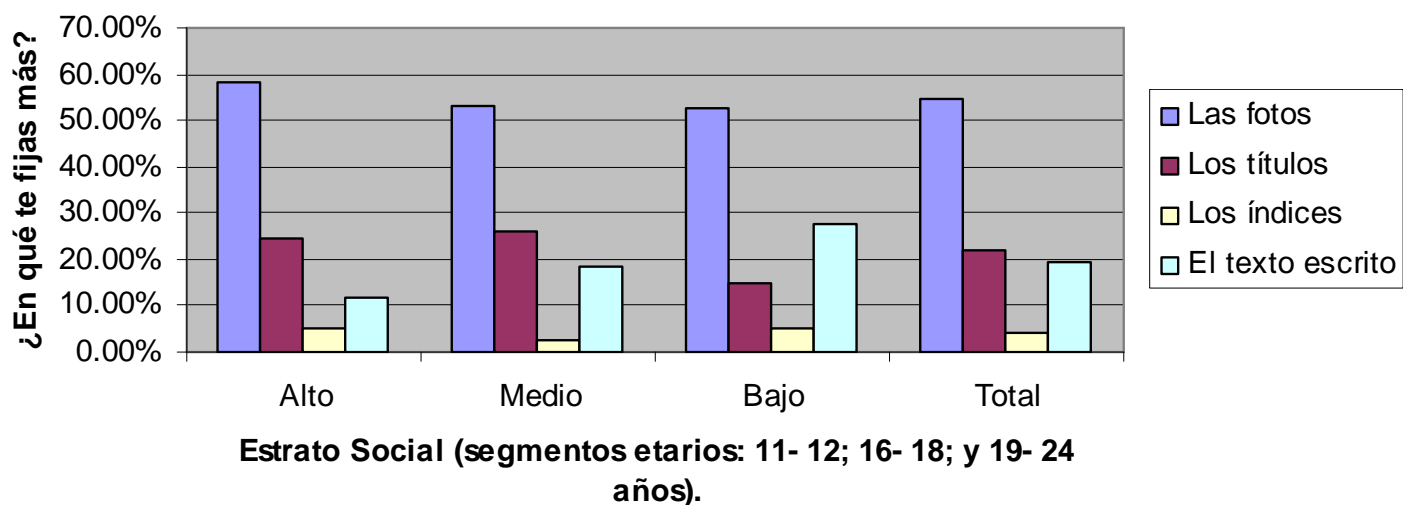
Anclaje Perceptivo

Focalización de la mirada cuando navegas según Segmento Etario



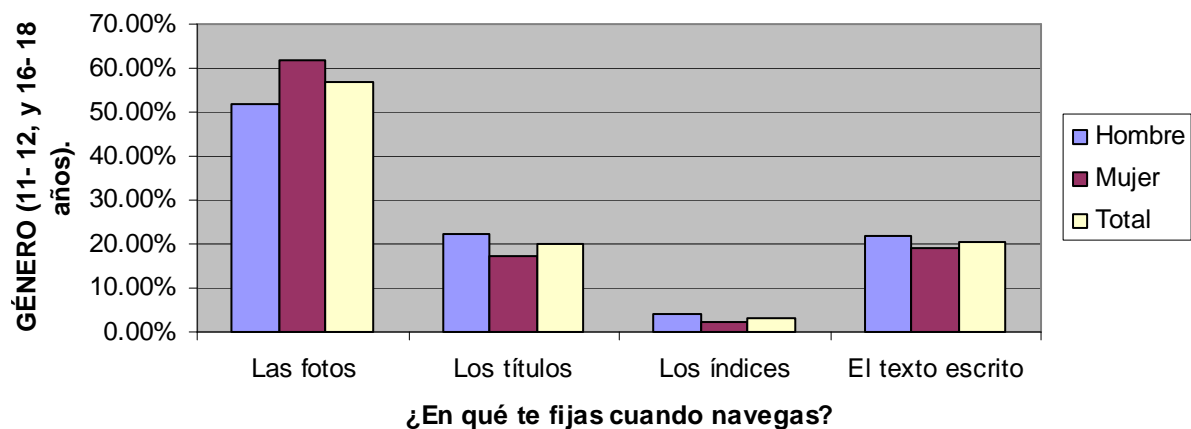
Anclaje Perceptivo

Focalización de la mirada cuando se navega, según Estrato Social



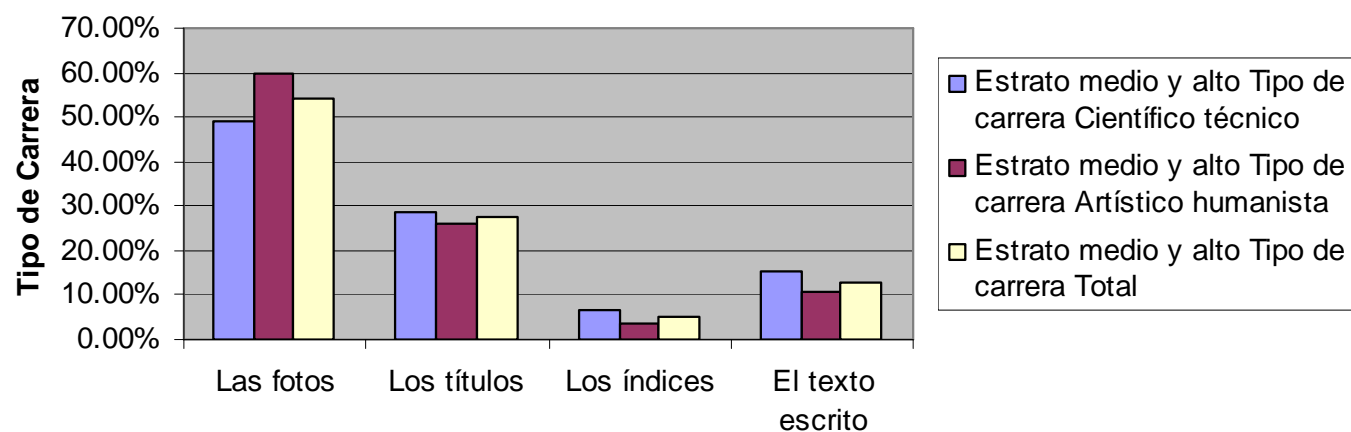
Anclaje Perceptivo

Focalización de la mirada cuando se navega, según Género, en segmentos etarios 12- 12 y 16- 18 años.



Anclaje Perceptivo

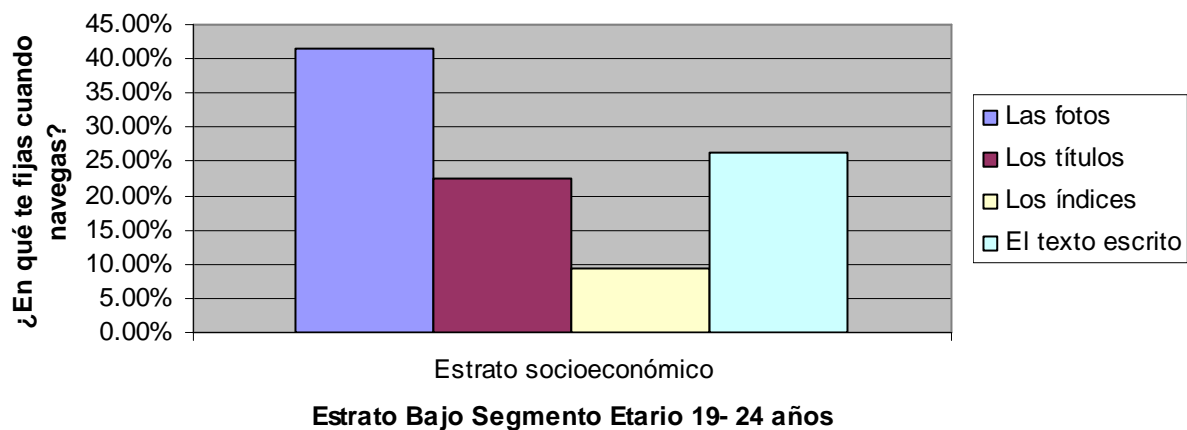
**Focalización de la mirada cuando se navega en Universitarios
Estrato Medio y alto, según Tipo de Carrera.**



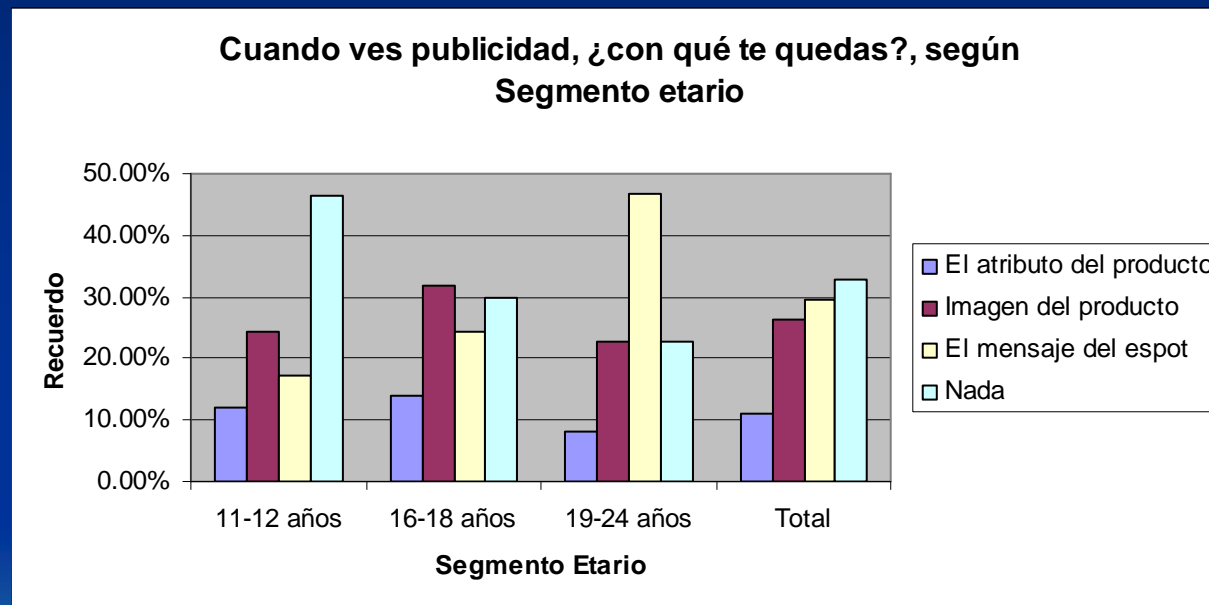
¿En qué te fijas cuando navegas?

Anclaje Perceptivo

Focalización de la mirada cuando se navega en Estrato Social Bajo, en Segmento Etario 19- 24 años.



Anclaje Perceptivo



Internet y Procesamiento Cognitivo

- **Lo que descubre el conexionismo, en su ruptura epistémica con la hipótesis cognitivista, es que en la intelección y en la percepción operan formas distribuidas; así “la inteligencia más profunda y fundamental es la del bebé que puede adquirir el lenguaje a partir de manifestaciones diarias y dispersas, y que puede distinguir objetos significativos a partir de lo que parece ser un mar de luces”(F. Varela, 1996: 56). J.F. Dortier (2003) sitúa históricamente el desplazamiento definitiva de la no aplicabilidad del cognitvismo y su reemplazo por el conexionismo en 1985 (J.F. Dortier, 2003: 26).**
- **De allí la emergencia más actual de la perspectiva conexionista. La estrategia conexionista “consiste en construir un sistema cognitivo no a partir de símbolos y reglas, sino de componentes simples que se conectarían dinámicamente entre si de manera densa”(F. Varela, 1996: 61). En tal sistema no se requeriría de una unidad procesadora central lógica que guiaría todas las operaciones, sino que procesos de autorganización del sistema donde “los símbolos, en sentido convencional no desempeñan ningún papel”(F. Varela, 1996: 77).**



Índice de Manejo de Complejidad

- Como decíamos este índice fue creado con el objeto de medir el nivel de manejo de espacios paralelos que los encuestados son capaces de ejecutar simultáneamente.
- Para su construcción se emplearon cuatro preguntas (7 variables en la base); las cuáles fueron las siguientes:
- P39: Cuando trabajas en el PC, ¿escuchas música? (Nunca, A veces, Siempre).
- P41: ¿Acostumbras trabajar en el computador y chatear al mismo tiempo? (Siempre, A veces, No).
- P42: Tienes problemas de atención en clases o en el trabajo cuando... (los valores fueron tratados en la base como 4 variables diferentes: Las instrucciones son demasiado complejas, son demasiado obvias, no me interesa el tema y no tengo problemas de concentración).
- P43: Comúnmente, ¿con cuántas personas puedes chatear a la vez? (escalar).



Complejidad Cognitiva



Complejidad Cognitiva



Simplicidad Cognitiva

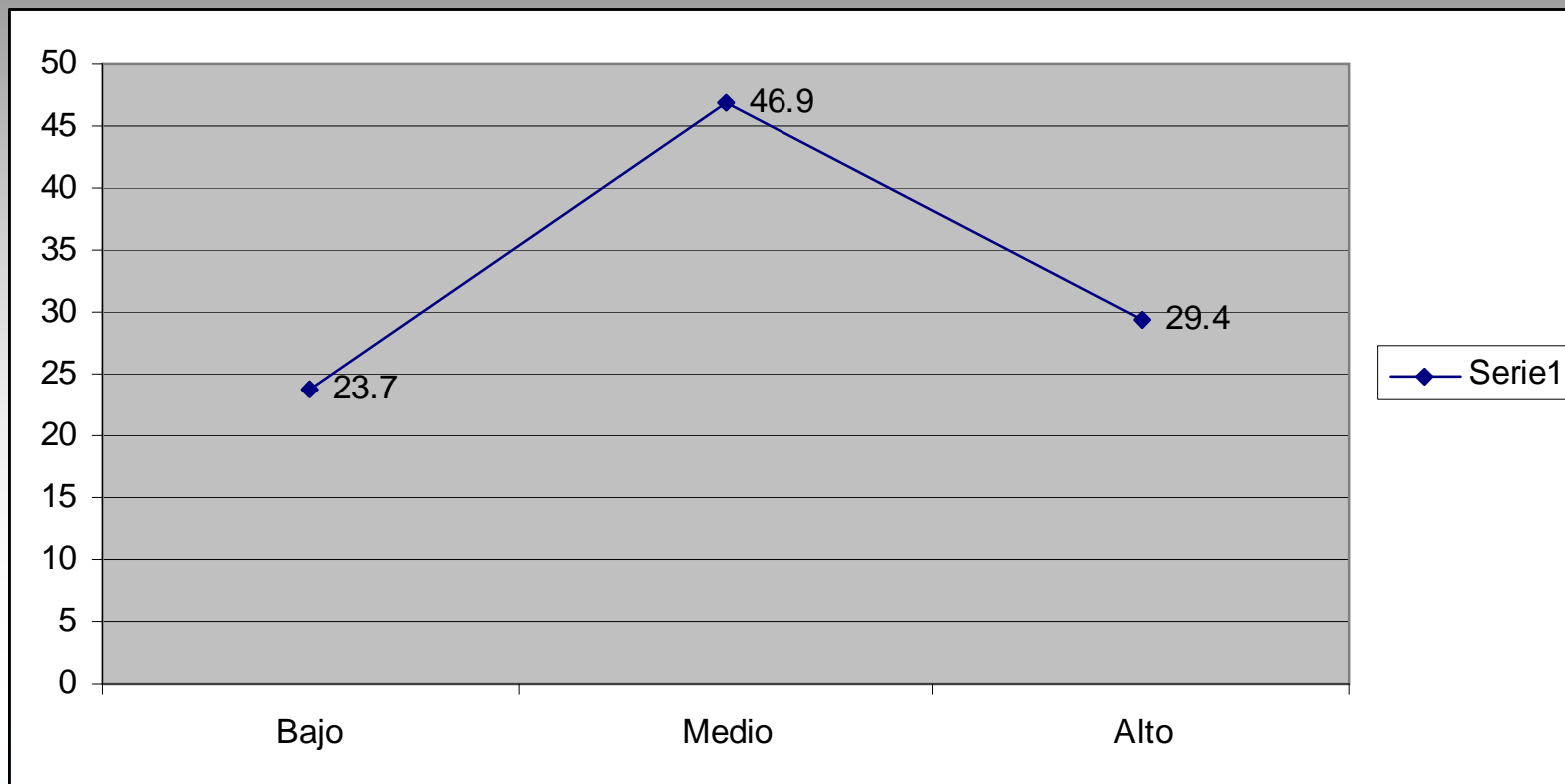


Complejidad Cognitiva Media

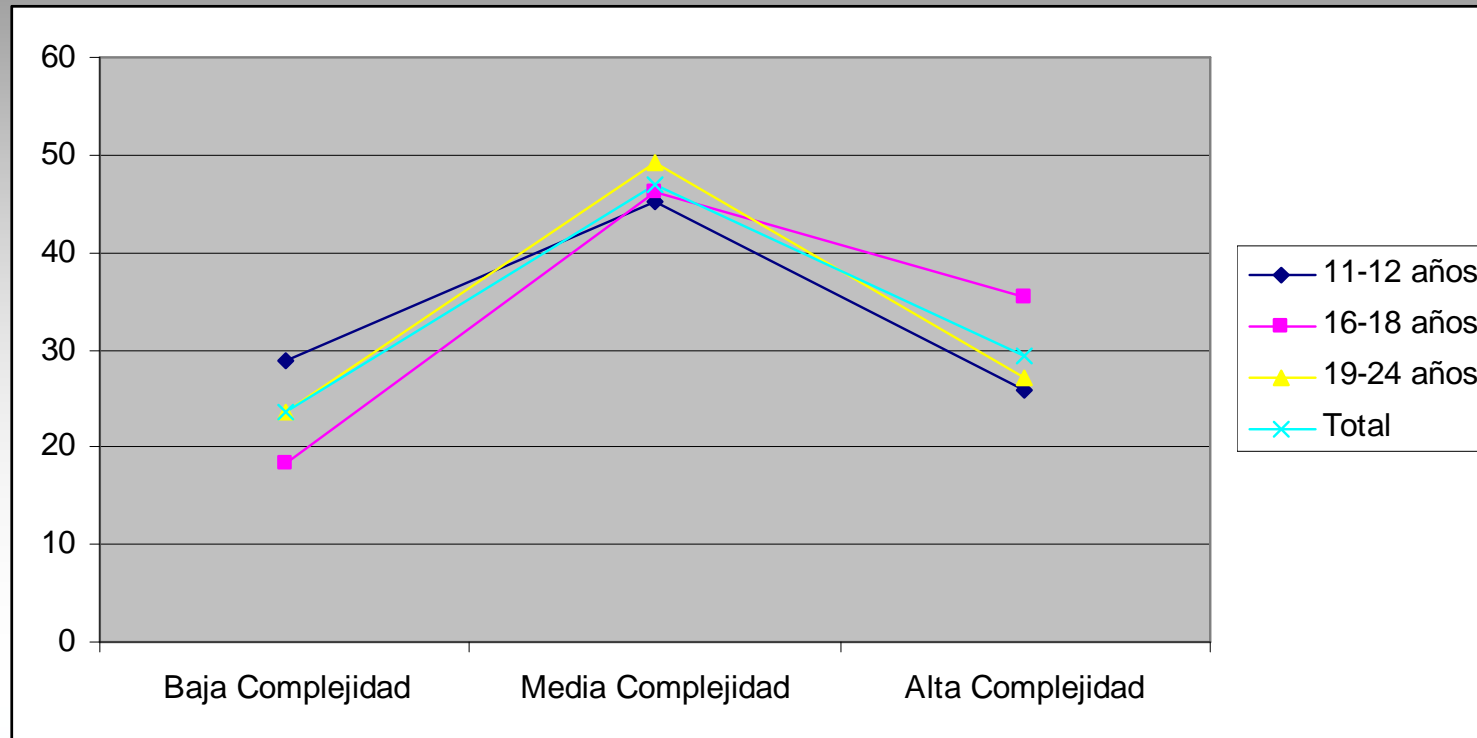


ÍNDICE Manejo de COMPLEJIDAD

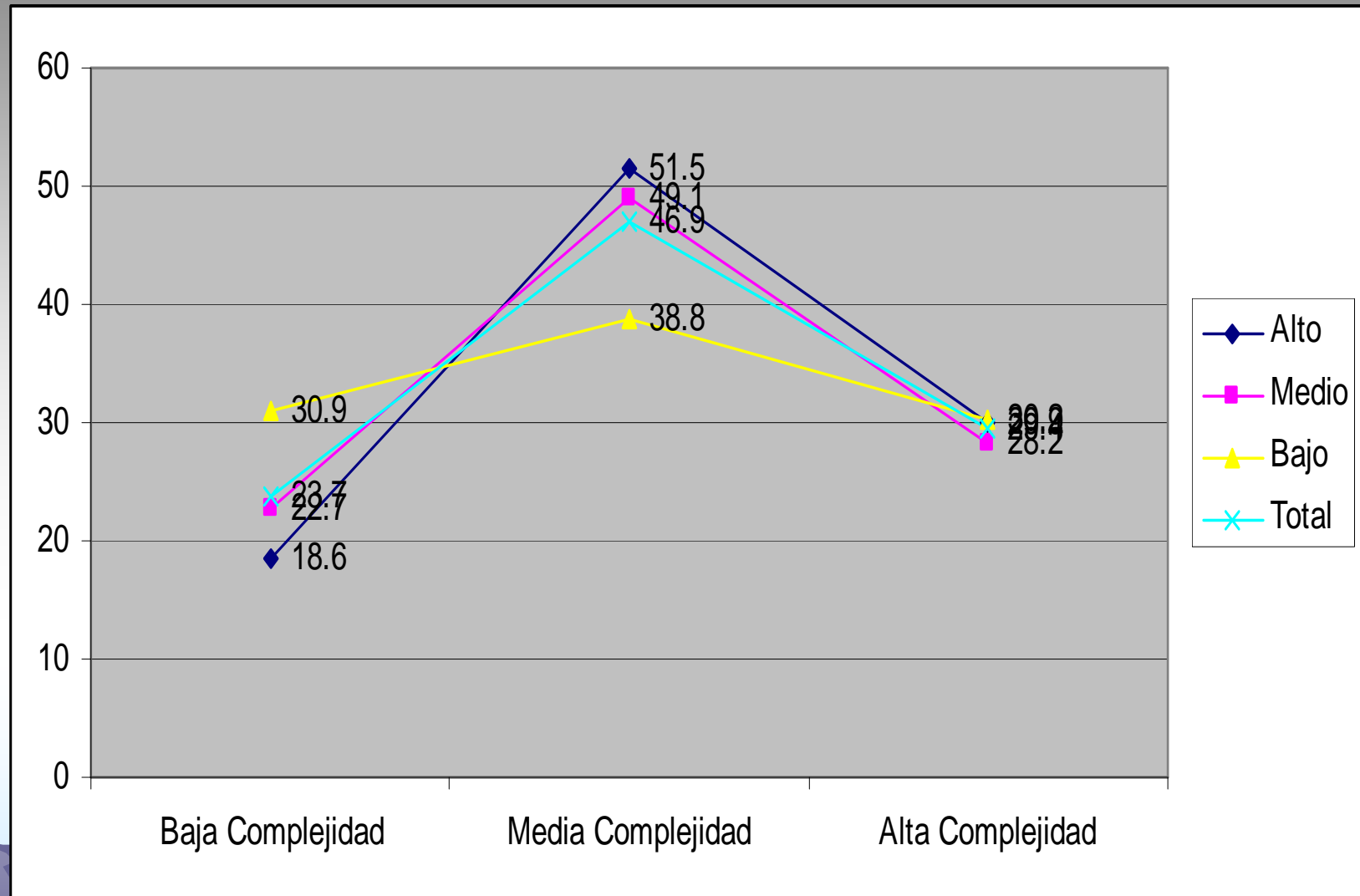
Segmento juvenil



Correlación entre Manejo de la Complejidad y Segmento Etario



Correlación entre Manejo de la Complejidad y Estrato Social



Internet y Polos de Implicación: Imaginaria/ Simbólica

- El uso de Internet, entonces no es sólo de búsqueda racional (Implicación Simbólica), ni un campo sólo asociativo de imágenes que se despliega por entretención, sino algo bastante más profundo, implicando instancias productivas cognitivas y perceptivas del proceso identificadorio. La navegación no es sólo referida a espacios de representación, de imágenes que llaman la atención, sino que a un dispositivo pulsional que nos remiten a algo distinto que la representación por asociación de imágenes, está vinculado a los principios de fuga ante el cansancio y los problemas de la vida, al reconocimiento y desplazamiento de la mirada y del cuerpo del navegante por Internet, que un porcentaje no menor de usuarios reconoce.



Polos de identificación Imaginario/ Simbólico

- Luego, los datos entregados por la encuesta nos permiten avalar tres polos de implicación en la navegación por Internet: el Polo Simbólico/ el Polo Imaginario; y la mezcla entre ambos. Es claro, también por los datos de la encuesta, que la implicación de los usuarios tiende a ser similar según estrato social, pero sí lo es diferente según el segmento etario y el género.



- Si tomamos los polos de los cuales tenemos consistencia probada (esto es, lo que claramente corresponde a imaginario/ simbólico según las respuestas de las encuestas, y el procesamiento de la pregunta referida a cuál sitio web más visitan; recordemos que se trata de detectar a partir de síntomas, es imposible describir el procesamiento imaginario en una encuesta, pero lo que sí se puede hacer es detectar su presencia), detectamos que **en la pubertad predomina la Implicación Imaginaria con un 61,9%, baja en la etapa de paso a lo productivo o profesional (52,5%), y baja más todavía en la etapa de 19- 24 años, quedando reducida a un 36,6%. Al revés, en situación inversa, tenemos la emergencia, con las edades de vida, de la Implicación Simbólica: pasa de 18,2% en la pubertad, para subir a 23,2% en la etapa de tránsito, y finalmente en el segmento etario 19- 24 años alcanzar un porcentaje de 41,7%.**



Tipos de Implicación Imaginaria: Ensoñación/ Catársis

- Si tomamos como objeto de estudio los sitios web nombrados como los más usados por cada uno de los 540 sujetos estudiados, nos encontramos que lo imaginario, en el ámbito de los sitios web, no es un espacio homogéneo: de la investigación cualitativa (semiótica) realizada al respecto, se llegó a la necesidad de diferenciar Imaginarios Catárticos, los que manifiestan una pulsionalidad de descarga de agresividad, con aquellos que desplazan energía remitiendo a un mundo propio, a los que hemos llamados de Ensoñación.



6 Tipos o Polos de Navegación: Simbólico Simple/ Complejo, Imaginario Catártico Simple/ Complejo, Imaginario Ensoñación Simple/ Complejo

- De allí, que del análisis de la encuesta emergiera otro eje de diferenciación de los tipos o polos de navegación: Simple (menos de cuatro espacios de procesamiento de la información) / Complejo (igual o más de cuatro espacios), lo que implicó detectar seis formas polares de procesamiento de la información al navegar por Internet: Simbólico Simple/ Complejo; Imaginario Catártico Simple/ Complejo; Imaginario Ensoñación Simple/ Complejo, para cada segmento etario (11- 12/ 16- 18 / 19- 24) al interior de cada estrato (Alto/ Medio/ Bajo).



Consideraciones

- Debemos partir, entonces, de no presuponer un usuario homogéneo cuando desarrollamos sitios web, pues, la optimidad de su funcionamiento está ligado al tener un diagnóstico de los protocolos interpretativos perceptivos y cognitivos de sus usuario, la **hipertextualidad** y las **interfases** implican **procesos interactivos**, y ellos no pueden ser diferentes a los archivos de quienes serán sus usuarios.



- **Bibliografía citada**

- Del Villar, R. 1997: *“Trayectos en semiótica filmico televisiva”*, Ed. Dolmen, Santiago.
- Balpe, J. P. 2003: “Hipertextualizaciones”, en *Revista Comunicación y Medios No 14*, Instituto de la Comunicación e Imagen, Universidad de Chile.
- Lacan, J. 1966 : *“Écrits”*, Ed. du Seuil, París.
- Kristeva, J. 1974 : *“La révolution du langage poétique”*, Ed. du seuil, París.
- Aumont, Marie, Bergala, Vernet 1985 : *“Estética del cine”*, Ed. Paidós, Barcelona.
- Del Villar, R. 2001: “Identificación Imaginaria y teoría de los códigos”, en *Revista Cuadernos 2001*, Ed. Universidad Nacional de Ju Juy.
- Del Villar, R. 2005: “Nuevas tecnologías y construcción de identidades”, en *Revista deSignis No 5*, Ed. Gedisa,
- Petitot- Cocorda, J. (2000): *“Physique du sens”*, Ed. CNRS, París y
- Reich, W. 1945- 2002: *“La función del orgasmo”*, Ed. Paidós, Barcelona.

