

# La mediatización profunda y el hacer de la amistad\*

Deep mediatization and mediatization and the doing the friendship

JEANNINE TEICHERT

(pág 111 - pág 125)

**RESUMEN.** Concentrándose en las amistades, este artículo explora cómo las prácticas comunicativas de la amistad se forman y transforman cada vez más en el curso de la mediatización profunda (Hepp, 2020). Las personas cambian constantemente de lugar, trabajo y redes personales, y se las arreglan no solo para mantenerse en contacto con sus amigos cercanos, sino también para *hacer amistad* de forma activa mediante una variedad de medios digitales. El objetivo general de este trabajo teórico es esclarecer cómo este hacer de la amistad se concreta a través de los medios y gracias a ellos.

**Palabras clave:** amistad, redes personales, mediatización profunda, globalización, teoría práctica.

**ABSTRACT.** Concentrating on friendships, this paper explores how communicative friendship practices are increasingly formed and transformed in the course of deep mediatization (Hepp, 2020). Friends constantly change places, jobs, and personal networks and manage not only to keep in touch with their close friends but also actively *do friendship* using a variety of digital media. The overall aim of this theoretical paper is to clarify how this doing of friendship is carried out via media and because of it.

**Keywords:** friendship, personal networks, deep mediatization, globalization, practice theory.

**JEANNINE TEICHERT** es investigadora asociada en la Universidad de Paderborn (Alemania) y estudiante de doctorado en el Centro de Investigación en Medios, Comunicación e Información (ZEMKI) de la Universidad de Bremen (Alemania). Sus intereses de investigación incluyen la comunicación interpersonal e intergrupal, la sociología de los medios y la investigación sobre la migración. Correo electrónico: <[jeannine.teichert@uni-paderborn.de](mailto:jeannine.teichert@uni-paderborn.de)>.

**FECHA DE PRESENTACIÓN:** 28/11/2021

**FECHA DE ACEPTACIÓN:** 29/12/2021

## 1. INTRODUCCIÓN

La mediatización tiene una influencia de gran alcance en la mayoría de los espacios sociales, por ejemplo, en la movilidad de las redes sociales (Döbler, 2014; Janssen y Möhring, 2014). En las relaciones sociales esto conduce a diferentes efectos en la construcción de relaciones y vínculos mutuos, como ya han mostrado varios estudios, por ejemplo, para relaciones de pareja (Linke, 2010), para la construcción de comunidades (Hepp et al. 2014) y de amistades en la vejez (Hahmann, 2013). Junto con los desarrollos de la globalización y la individualización, la mediatización provoca cambios y consecuencias de gran alcance para la convivencia humana (Krotz, 2007a, p. 299), como la democratización de la intimidad emocional y sus implicaciones en las amistades (Chambers, 2013, pp. 162-164). Los desarrollos de la movilidad social y la privatización, por tanto, están directamente relacionados con la mediatización (Berg, 2014, pp. 62-63). Así, como resultado de los cambios sociales en curso, las relaciones con confidentes cercanos, como familiares y amigos, deben seleccionarse, negociarse y establecerse de forma permanente (Hitzler y Eisewicht, 2016, p. 20). A tal efecto, las tecnologías móviles personalizadas permiten una tensión entre la conexión social, la socialización y la individualización. Este es un punto crucial, ya que las relaciones sociales son necesarias para desarrollar la propia identidad (Miller y Steinberg, 1975, p. 5; Nötzoldt-Linden, 1994, p. 195) a lo largo del curso de la vida, dentro de una socialización continua (Berger y Luckmann, 1996, p. 157).

Hoy más que nunca las amistades funcionan como un medio para explorar y expresar valores e ideas personales de intimidad e identidad, que pueden explorarse fuera de la unidad familiar. Sin embargo, el aumento de la comunicación a través de los medios digitales está transformando las características positivas reales de la amistad —convivencia, igualdad, elección y apertura mutua— de tal manera que se utilizan principalmente para validar la propia identidad (Chambers, 2013, p. 59). Por lo tanto, surgen dos preguntas: ¿cómo afecta este desarrollo a las relaciones de amistad y la vida cotidiana mediada por los medios?; ¿la gestión de la amistad en los medios digitales encaja sin problemas en nuestra vida cotidiana de modo que no nos damos cuenta de manera consciente cuán mediatizadas se han vuelto nuestras relaciones sociales hoy en día?

Para comprender estos procesos, podemos ubicar estas preguntas en la tradición de la investigación sobre mediatización, refiriéndonos a “un discurso abierto y continuo de teorización de la transformación social y cultural en relación con los medios y la comunicación” (Hepp, 2020, pp. 9-10). A tal efecto, la mediatización no ocurre de forma selectiva, sino como un metaproceso de cambio social (Krotz, 2007c, p. 256) que se refleja en cambios en la comunicación humana y en las acciones comunicativas y que resulta en alteraciones sociales y culturales en las condiciones de la convivencia humana. Los meta-procesos de cambio social, como la mediatización, solo pueden examinarse en subprocesos observables empíricamente, por ejemplo, en sus condiciones y efectos (Krotz, 2001, p. 36, 2007a, p. 38). En otras palabras, los procesos sociales y la reorganización de la vida social, que están coconstituidos por la mediatización, se pueden analizar a nivel de las relaciones sociales, como las amistades, en procesos microanalíticos que tienen lugar en las prácticas e interacciones comunicativas. Por lo tanto, este artículo teórico responde a dos preguntas. Primero, ¿en qué medida podemos observar la interdependencia recíproca de prácticas de mediatización profunda y amistad comunicativa afectando a la comprensión general de las

amistades? Y, segundo, ¿cómo se da la percepción mutua y la confirmación continua de la identidad dentro de amistades que en la actualidad están perpetuamente mediatizadas por medios de comunicación (digital)? Para responder a estas preguntas, tenemos que mirar las prácticas comunicativas y el mantenimiento de amistades y cómo, por estos medios, una realidad social construida condicionalmente es mediada por los medios o, más bien, cómo los procesos de confirmación de la identidad pueden tener lugar a través de los medios (digitales), en la medida en que nuestras prácticas sociales involucran cada vez más a los medios (Hepp, 2020, p. 11).

## 2. LAS AMISTADES COMO EXPRESIÓN DE IDENTIDAD

Las personas siempre han vivido en relaciones sociales en constante evolución, ya que casi todas sienten el deseo de formar parte de una red social (Miller, 2012, pp. 138, 211). Las relaciones sociales y la vida cotidiana, así como las construcciones de identidad individual, también se desarrollan por medio de la comunicación interpersonal (Krotz, 2007a, p. 68). Por lo tanto, las redes sociales pueden ser de gran apoyo en tiempos de problemas y crisis (Keupp, 1987, pp. 29-30). En especial, las relaciones sociales desarrolladas en la vida temprana pueden tener un efecto estabilizador positivo sobre la salud mental en la edad adulta (Fend, 2009, p. 473; Sandmeier Rupena, 2009, p. 446), ya que previenen el estrés y mejoran la calidad de vida (Hahmann, 2013, p. 71). Como tal, las amistades son una categoría social importante. Sobre todo en relaciones cercanas, por ejemplo, en familias y entre buenos amigos, surgen sentimientos de similitud, cercanía y conexión, que son importantes para la formación de la identidad.<sup>1</sup> Nicola Döring (1999, pp. 316-319) y Graham Allan (1979, p. 9) describen estos vínculos especiales como *patrones de sociabilidad*, la suma de todas las relaciones sociales de una persona.

Solo en la interacción comunicativa con una contraparte confiable puede tener lugar la identificación mutua y se puede construir la identidad, en la que emergen la socialidad del individuo particular (Nötzoldt-Linden, 1994, p. 205) y la amistad única (Leuschner y Schobin, 2016, p. 58). Christian Licoppe y Zbigniew Smoreda (2006, p. 297) llaman a esto *sociabilidad interpersonal*. Esta sociabilidad se sustenta en tres pilares: la red social —como enlace de lazos sociales—, el intercambio comunicativo en sus diversas formas y el uso de las tecnologías de la comunicación. Estos pilares también pueden tomar diferentes formas dentro de un medio y constituir restricciones, así como recursos para las interacciones interpersonales.

Pero no solo se elaboran construcciones de identidad e ideas de relaciones sociales entre los interlocutores en la comunicación, como Peter Berger y Thomas Luckmann (1996, p. 161) describieron por primera vez en su trabajo de los años sesenta *La construcción social de la realidad*. Sus respectivas acciones cotidianas también requieren de un mundo social, que solo emerge a través de interacciones interpersonales y, por lo tanto, crea su propia realidad (Couldry y Hepp, 2017, p. 21). Los amigos se convierten así en parte de nuestra propia imaginación de la identidad (Nötzoldt-Linden, 1994, p. 202) al simbolizar la libre elección de relaciones sociales y ayudarnos a construir y mantener nuestra identidad, como compañeros anteriores o actuales en la vida. En especial, como apoyo en fases de cambios de vida y como compañeros en el autodescubrimiento, los amigos se animan mutuamente y ayudan a asegurar y desarrollar aún más la propia identidad por medio de la interacción y la retroalimentación permanentes, en particular sobre una base emocional (Nötzoldt-Linden, 1994, pp. 173, 201-204).

Así, un *Emergenz-Effekt* ('efecto de emergencia') surge cuando dos personas se relacionan entre sí en sus interacciones, aunque el efecto no puede tener lugar si los individuos no están presentes en la situación y no reconocen su papel para cumplir con el propósito (Martin y Drees, 1999, pp. 3, 71). En consecuencia, en cada acto de comunicación las personas exploran información sobre sus habilidades, pero también sobre sus debilidades. Por lo tanto, la comunicación interpersonal constante con los amigos es muy importante para el desarrollo de la autoestima (Delhees, 1994, pp. 397-398). Posteriormente, una amistad solo se desarrolla a través de encuentros repetidos, así como mediante el uso de diversos medios técnicos de comunicación, que están determinados en la interacción por la presencia y ausencia de los interactores particulares (Licoppe y Smoreda, 2006, p. 300), y por el contacto repetido y una definición común de su relación, que está sujeta a expectativas en constante desarrollo de los participantes (Döring, 1999, p. 315). Más adelante se mostrará en detalle cómo esto afecta aún más a la negociación y el establecimiento de amistades.

### **3. HACER AMISTAD: LAS PRÁCTICAS COMUNICATIVAS DE LA AMISTAD**

El núcleo de la comunicación interpersonal no prioriza el contenido puro de la interacción, sino la producción y el establecimiento implícito de la realidad, que se ejecuta dentro del intercambio interpersonal (Berger y Luckmann, 1996, pp. 163-164). Por eso, la comunicación interpersonal puede entenderse como un proceso social, que está sujeto a reglas y estructuras y fomenta la construcción mutua de la realidad (Delhees, 1994, p. 94; Frindte, 2001, pp. 17, 59-62; Krotz, 2005, pp. 80, 85; Nötzoldt-Linden, 1994, p. 20). Un acto de comunicación también incluye una serie de signos no verbales, mediante los cuales establecemos una relación con un interlocutor (Schulz von Thun, 1996, pp. 19-21).

En consecuencia, la comunicación también puede ser considerada como producción activa, en el sentido de un *hacer amistad* (Allan, 1998, p. 687).

Comunicar es una forma de "hacer" comparable a otras formas de hacer humano, como, por ejemplo, construir una mesa. Dado que el lenguaje es tan importante para la construcción social, nuestro "hacer comunicativo" tiene tanto alcance como nuestro "hacer físico" (Couldry y Hepp, 2017, p. 29).

De este modo, cada amistad incluye una variedad de interacciones, que indican un episodio de su relación. Estas interacciones episódicas no son aleatorias ni informales, y, por lo tanto, solo pueden verse como eventos interrelacionados que influyen en las interacciones posteriores. Como dice Allan (1979): "Los que están en la relación pueden 'hacer' la relación" (p. 14). La amistad, en su comprensión como práctica, también necesita discutirse con respecto a la teoría práctica. Las amistades existen en la vida cotidiana debido a su constitución por prácticas humanas, y pueden ser consideradas como un "entrelazamiento de [...] prácticas de representación, interpretación y reflexión" (Couldry, 2012, p. 37). Después del llamado *giro práctico* en los estudios culturales (Schatzki, Knorr Cetina y Von Savigny, 2001), que fue interpretado por Theodore R. Schatzki (1996/2009) en relación con las prácticas sociales y discutido por Andreas Reckwitz (2016) en los países de habla alemana, la comunicación interpersonal se basa en acciones y declaraciones (hechos y dichos), que conducen a cadenas causales de reacciones a acciones anteriores (Schatzki, 1996/2009, p. 89).

Según este entendimiento, las condiciones de vida coexistentes de los humanos forman un marco preestructurado y subyacente de interpretaciones para las prácticas en el que los humanos pueden expresarse con libertad a través de sus hechos y dichos (Schatzki, 1996/2009, pp. 131, 186). En este sentido, la amistad puede entenderse como una práctica comunicativa, que es negociada por los individuos involucrados y que debe ser producida y reproducida por medio de una interacción continua (Miller et al., 2016, p. 105). Por consiguiente, la acción cotidiana en las amistades, el hacer, adquiere así un carácter performativo. Esto significa que solo mediante la interacción comunicativa el ser humano puede establecer su propia referencia a la realidad, que se comparte socialmente en el momento de la interacción y la acción interrelacionada, y dota así a la amistad de su significado actual: construir un entendimiento mutuo de la realidad y la negociación de la identidad, que se reflejan de manera recíproca al aceptar o negar acciones y comentarios de la contraparte.

Si consideramos la negociación de prácticas de amistad insertadas en un marco cultural global basado en una comprensión sociocultural de la amistad, surgen dos ventajas. Por un lado, puede ubicarse teóricamente, como se mencionó, en el marco de la teoría práctica, en relación con el concepto de *hacer cultura* (Hörning y Reuter, 2004). Luego se integra local y culturalmente, y proporciona un enfoque para comprender la amistad en diferentes contextos culturales. En este sentido, hacer amistad está, al mismo tiempo, siempre ligado a hacer cultura, en sus contextos locales y culturales particulares. En otras palabras, qué significa la amistad, por ejemplo, para la sociedad alemana, incluidas sus prácticas culturales subyacentes, demandas y expectativas de amistad, puede diferir tanto en los países europeos vecinos como en las culturas no occidentales. Según Karl Hörning y Julia Reuter (2004, pp. 10, 13), entender la cultura como práctica implica establecer una conexión entre la cultura y el mundo social que no puede ser captada por conceptos e ideas preestructurados de la coexistencia humana en sociedad, sino por sus significados en constante cambio y sus prácticas comunes reales.

Para adaptar este concepto amplio y elusivo a una negociación de amistad basada en la interacción entre dos personas o incluso un grupo completo de amigos —que no incluye a todos necesariamente como amigos de todos dentro de un grupo—, la amistad debe entenderse como una categoría empírica en su singular anclaje o inserción social y cultural (*social and cultural embedding*). Dado que esto iría más allá del alcance de este artículo, me abstendré en este punto de una derivación empírica del concepto de *amistad* y me referiré a estudios empíricos sobre este tema, como los de William Rawlins (2009), Deborah Chambers (2013) y Dietmar Wetzel (2014).

En resumen, la amistad puede describirse como una relación social que es importante en lo personal para los individuos involucrados y decisiva para la creación de realidad e identidad dentro del proceso de interacción comunicativa con un interlocutor de confianza, que incluye un efecto formador de identidad. Las amistades se consideran relaciones interesadas o relaciones de interés (Rawlins, 2009, p. 68) que están constituidas por prácticas comunicativas, como, por ejemplo, narrativas y comunicación orientada al diálogo. Por medio de un interés mutuo en la vida del amigo, las percepciones, experiencias, esperanzas y esfuerzos de uno son experimentados, coconstruidos y confirmados por el amigo. Además, los rasgos de carácter positivos y negativos de la contraparte pueden confirmarse o negarse (Rawlins, 2009, pp. 46-48, 51, 104).

Estas prácticas comunicativas de narración y diálogo se entrelazan proceduralmente a largo plazo y se convierten en representaciones de identidad, acciones y valores compartidos, que expresan aprecio mutuo (Rawlins, 2009, p. 68). Sin embargo, en el contexto de los anclajes o inserciones culturales mencionados antes, estas prácticas comunicativas solo pueden generalizarse y transferirse a otros contextos culturales de manera condicional, ya que, por un lado, como se mencionó, hacer cultura juega un papel muy importante al considerar las prácticas comunicativas de la amistad, y, por otro lado, la negociación individual de la amistad, el hacer amistad, recae en las personas involucradas y no puede generalizarse intersubjetivamente. Allan (1979, p. 17) alude a un punto muy importante aquí: en el análisis de las relaciones sociales se debe tener en cuenta todo el espectro de situaciones en las que los participantes quieren verse, y no basarse solo en unos pocos encuentros que en verdad tienen lugar.

Friedrich Krotz (2007b, p. 9), por otro lado, amplía el concepto de *relaciones sociales* e incluye patrones de interacción, que además de relaciones negativas (Hahmann, 2013, p. 127) y de odio también incorpora contrapartes fallecidas y no presentes, con quienes se puede iniciar una conversación (Krotz, 2007a, p. 204). Como resultado, los seres humanos que han fallecido o que ya no están presentes también pueden ser amigos, con quienes se producen interacciones imaginario-comunicativas.

A lo largo de la vida se mantienen relaciones sociales importantes, mientras que las menos importantes suelen disolverse con el tiempo, debido a cambios ocupacionales, reubicaciones y diferentes campos de actividad (Licoppe y Smoreda, 2006, pp. 305-306). Con respecto a las amistades, en particular, esto puede tener consecuencias importantes. A diferencia, por ejemplo, de las relaciones de pareja, las amistades no están reguladas por lo social (Blatterer, 2016, p. 66; Rawlins, 2009, p. 9); es decir, no están necesariamente constituidas por asociaciones, lugares de trabajo mutuos o contextos familiares (Feld y Carter, 1998, p. 136). Sin embargo, las amistades, como se mostró, pueden verse como resonancias importantes para evaluar la identidad, expresadas en conexiones emocionales y mentales de elección (Wetzel, 2014, pp. 114, 116-117), pero a diferencia de las alianzas familiares, las amistades se basan en la voluntariedad mutua. Si las amistades se disuelven de forma abrupta, por ejemplo, debido a una reubicación, por lo general pueden considerarse como lazos débiles (Granovetter, 1973).

Mucho más importantes, sin embargo, son las fuertes conexiones personales con amigos cercanos, que continúan incluso si los amigos ya no pueden reunirse en persona. Estas relaciones se reconstruyen de manera continua a través de los medios de comunicación, y siguen siendo amistades legítimas para las personas involucradas. Así, a continuación, se explorará cómo se llevan a cabo las prácticas comunicativas de amistad en los medios.

#### 4. HACER AMISTAD EN LOS MEDIOS

Hoy en día las personas dependen de los medios de comunicación digitales, y dan por sentada la conexión permanente a internet en cualquier lugar y en cualquier momento para comunicarse y construir sus mundos sociales a través de distancias geográficas y espacios sociales (Couldry y Hepp, 2017, pp. 37-38). La vida social cotidiana también se vuelve existencial y perceptible para los humanos solo mediante la presencia social de otras personas, con las que pueden interactuar y comunicarse (Couldry y Hepp, 2017, pp. 25-26). En consecuencia, los medios de comunicación se han convertido en componentes

indispensables de la vida cotidiana (Jansson, 2018, p. 153). Sin embargo, se vuelve cada vez más difícil determinar qué prácticas de comunicación cultural e individual están vinculadas a ciertas tecnologías y modalidades (mediáticas), como los mensajes de voz y de texto (Jansson, 2018, p. 12).

En términos cuantitativos, esto se puede ver en un aumento generalizado de la comunicación mediática en las dimensiones temporal, social y espacial. Desde un punto de vista cualitativo, los seres humanos ya se han acostumbrado a la comunicación mediática; es decir, utilizar los medios con fines comunicativos les parece tan natural que los cambios sociales y culturales solo se hacen evidentes a largo plazo. Nick Couldry y Andreas Hepp (2017, p. 35) y Daniel Miller et al. (2016, p. 102) también señalan que es más probable que las consecuencias de la digitalización de la comunicación interpersonal se encuentren en los cambios culturales. Por consiguiente, la comunicación cara a cara no puede percibirse como más auténtica y natural en comparación con la comunicación mediática, ya que incluso la forma más natural de comunicación cara a cara siempre ha estado mediada por normas y valores culturales y sociales (Miller et al., 2016). En consecuencia, las prácticas de amistad siempre se refieren a necesidades sociales (Couldry, 2012, pp. 33-34), pero hoy en día dichas prácticas —las cuales incluyen tanto procesos de construcción de identidad, tales como el reconocimiento mutuo y la negociación de una amistad existente, como así también la coconstrucción mutua de prácticas de amistad cultural-comunicativas— se negocian principalmente a través de los medios. Esto puede ejemplificarse con una narración de una experiencia personal que a una persona le gusta compartir con un amigo para escuchar su opinión sobre la percepción del incidente.

Esto tiene consecuencias de gran alcance, que van más allá del mero hecho de la falta de comunicación cara a cara. Como investigó Chambers (2013, p. 58), los actos de comunicación íntimos y familiares también cambian en las relaciones sociales mediadas por lo digital. Si bien notó una convergencia cada vez mayor en las conexiones voluntarias confiables —como las amistades—, al mismo tiempo localizó una exhibición pública en desarrollo de esas conexiones en las redes sociales, lo que condujo a cambios en las prácticas de confianza e intimidad. Una perspectiva teórica basada en la práctica mediática también podría ser útil en este caso para comprender la perspectiva bilateral de los medios como objetos en sí mismos y con respecto a su implementación práctica en la vida cotidiana (Pentzold, 2015, pp. 240-241). Desde este punto de vista, los medios en sí pueden verse como práctica (Couldry, 2012, p. 35). Por lo tanto, un enfoque basado en la práctica mediática persigue las preguntas: “¿Qué tipo de cosas *hace* la gente en relación con los medios? Y ¿qué tipo de cosas *dice* la gente (piensa, cree) en relación con los medios?” (Couldry, 2012, p. 40).

En lo que respecta a las prácticas comunicativas de la amistad, la base de las relaciones sociales, interacciones, contenidos y formatos, que antes se daban en la comunicación directa cara a cara, como ya se dijo, se está desplazando hacia un nivel mediado por los medios (Licoppe y Smoreda, 2006, pp. 296-297). Si estas interacciones comunicativas se llevan a cabo a través de los medios, surgen consecuencias tanto positivas como negativas.

En primer lugar, los medios de comunicación ofrecen la posibilidad de conectar personas aunque no comparten la misma ubicación geográfica, incluso pueden residir en diferentes continentes y en diferentes husos horarios. Los amigos cercanos, que comparten una conexión emocional (Nötzoldt-Linden, 1994, p. 204; Wetzel, 2014, pp. 116-117), pueden unirse y experimentar la copresencia digital, que podría ser más importante para

ellos que pasar tiempo con conocidos dentro de su entorno local inmediato. Sin embargo, los medios no solo conectan a los amigos entre sí, sino que también crean la base tecnológica para un hacer amistad mediado, e incluso permiten la participación múltiple y simultánea en diferentes entornos con diferentes amigos al mismo tiempo (Schatzki, 2009, p. 191).

En consecuencia, los medios de comunicación también pueden desarrollar un efecto desestabilizador mediante la presencia social constante de terceros, que tiene lugar, por ejemplo, en los teléfonos móviles de amigos mientras participan en una conversación cara a cara de forma simultánea. Estas prácticas corren el riesgo de multiplicarse solo a nivel medial: una persona puede, por ejemplo, llamar a sus amigos a casa mientras escribe mensajes a sus contactos locales inmediatos por medio de mensajería instantánea y comentar de forma pública en el microblog de otro amigo al mismo tiempo. Sin embargo, estas actividades paralelas requieren una atención compartida para cada una de las acciones descritas, lo que inevitablemente conduce a una restricción de los actos de comunicación individuales. Aunque estos actos no se realicen de forma simultánea, surge la pregunta de hasta qué punto se puede seguir hablando de participación en la vida personal de un amigo, si la participación solo se da de forma selectiva y sobre todo a través de los medios debido a la ausencia local.

Hoy en día, estas prácticas mediáticas se han convertido en parte de nuestra comprensión del mundo y parte de nuestra vida al entrelazarse con actividades fuera de línea, en las cuales confiamos (Couldry, 2012, p. 33). Incluso si se rechazan medios de comunicación específicos de forma deliberada (Roitsch, 2020), el acto de rechazo en sí mismo puede describirse como una acción comunicativa, que define una relación social particular; por ejemplo, en este caso, la negativa a comunicarse. Sin embargo, los medios no solo ayudan a mantener una conexión, sino que también transmiten socialidad y un sentimiento de conexión (Döbler, 2014, p. 148). En una época de creciente comunicación móvil, las acciones sociales necesariamente cambian (Arminen, 2010, p. 103), y, por lo tanto, tienen un impacto particular en el mundo construido en sociedad (Couldry y Hepp, 2017, p. 1). En este sentido, la realidad social, tal como la percibimos de manera consciente emprendida por actos sociocomunicativos, ha sido cada vez más moldeada e influenciada por los medios. Tan pronto como los medios se involucran en un proceso previamente no mediatizado, la construcción comunicativa del mundo social cambia, así como el mundo mismo que percibimos como realidad (Hepp, 2013, p. 106).

Colocar la investigación sobre la amistad dentro de la teoría práctica de los medios puede ser un enfoque fructífero. Como se describió, considerando que las prácticas comunicativas proporcionan una base para las amistades, las prácticas mediático-comunicativas conducen a una comprensión mutua, cultural y comunicativa de la amistad.

En segundo lugar, este enfoque cuestiona hasta qué punto se puede construir, mantener y renegociar la formación de la identidad, el apoyo social y el mutuo acuerdo en la construcción comunicativa de la realidad si los actos comunicativos se trasladan en su mayoría a un espacio mediado digitalmente. A continuación, esto se integrará y explicará en detalle en la tradición de la investigación sobre mediatización.

## 5. LA MEDIATIZACIÓN PROFUNDA COMO MARCO PARA LAS PRÁCTICAS COMUNICATIVAS DE AMISTAD

El concepto integrador de *mediatización* se estableció antes en torno a una serie de prácticas mediáticas macrosociales que, en un principio, se limitaban principalmente al

campo de la producción mediática, en especial después de la muerte de Roger Silverstone en 2006, quien acuñó el término *mediación* (Chambers, 2016, p. 9). El término *mediatización* (Hepp y Krotz, 2012; Krotz, 2007c, p. 256, 2012; Krotz y Hepp, 2013) puede, por tanto, entenderse como un desarrollo social y cultural, como un metaproceso de cambio social que se refleja en cambios en la comunicación humana y en las acciones comunicativas, y que resulta en la alteración de las condiciones sociales y culturales de la convivencia humana. Los seres humanos utilizan las nuevas tecnologías para sus actos comunicativos, para los procesos sociales y culturales, y, por tanto, las convierten en medios. Es decir, los humanos crean demanda y oferta, así como nuevas condiciones para el cambio por sí mismos (Krotz, 2007a, pp. 31, 47-48, 2012, pp. 45-46), y, por consiguiente, permiten que surja la mediatización (Grenz, 2014, pp. 4-5; Hepp y Krotz, 2012, p. 9).

La historia de la mediatización<sup>2</sup> se puede subdividir en varios períodos de los últimos cinco a seis siglos (Couldry y Hepp, 2017, pp. 34, 40-44). Tres oleadas sucesivas y superpuestas, en las que las condiciones de comunicación han cambiado fundamentalmente, son de particular interés aquí: mecanización, electrificación y, por último pero no menos importante, digitalización. Couldry y Hepp atribuyen el inicio de la mecanización a la innovación de la tipografía en Europa y América del Norte alrededor de 1450, que revolucionó el panorama mediático europeo, aunque ya se habían documentado desarrollos tecnológicos similares en Asia mucho antes. La segunda ola, la electrificación, se asocia de inmediato con varios avances mediáticos: el desarrollo de los telégrafos en 1830 marcó el comienzo de esta era, seguido más tarde por los teléfonos, gramófonos, radio y cine. Todos ellos tenían en común la transformación de tecnologías en medios de comunicación electrónicos. La tercera fase, la digitalización, comenzó alrededor de 1950 con la innovación de las computadoras, seguida por el desarrollo de la internet temprana, que hizo disponible la comunicación digital a través de computadoras. La digitalización todavía se está produciendo hoy en día en redes digitales y dispositivos mediáticos, como teléfonos inteligentes y tabletas (Couldry y Hepp, 2017, pp. 48-50).

En la actualidad, se discute el comienzo de una nueva era, la llamada *ola de datificación*, a través de la creciente acumulación de datos personales y privados, que no solo están asegurados, sino también almacenados y utilizados a largo plazo. Couldry y Hepp ubican las fases de digitalización y datificación en el curso de la mediatización profunda, ya que este período permitió mucha más integración de los medios en los procesos sociales que nunca. Siguiendo esta interpretación, la mediatización profunda no solo se considera una penetración de la vida comunicativa cotidiana a través de los medios, sino también una posibilidad de producir socialidad por los medios de comunicación mediante un desarrollo creciente de las tecnologías de la comunicación y, por lo tanto, parte de la cultura cotidiana (Couldry y Hepp, 2017, p. 35; Jansson, 2018, p. 153). Esta institucionalización de los medios cambia las estructuras de comunicación humana y también el significado negociado comunicativamente de la cultura y la sociedad (Hepp et al., 2014, p. 257).

En consecuencia, el concepto de mediatización (profunda) permite una exploración del complejo papel de los medios en la vida cotidiana, tanto a nivel sociocultural como histórico (Chambers, 2016, p. 10).

Utilizar este enfoque es particularmente adecuado para el análisis de amistades. La investigación sobre la mediatización de las relaciones sociales se ha analizado desde diferentes perspectivas. Miller (2012) y Maike Janssen y Wiebke Möhring (2014), por

ejemplo, señalan el efecto positivo de la mediatización mediante la comunicación espacialmente independiente y la intensificación de las relaciones sociales a través de contactos más frecuentes, mientras que Thomas Döbler (2014) percibe un riesgo de redes sociales cada vez más inestables. Christine Linke (2010) y Andreas Fahr y Anja Graf (2013) examinaron la mediatización de las relaciones de pareja en la integración de la comunicación mediática en su vida cotidiana, mientras que Chambers (2016) y Kathrin Friederike Müller y Jutta Röser (2017) exploraron la relación entre la familia y la vida doméstica. Los medios a menudo son vistos como medios y como mediadores al mismo tiempo, ya que los medios de comunicación también pueden contribuir a la integración social de los usuarios y así promover una herramienta para conectarse a la comunicación social. Además, las relaciones sociales pueden influir en un mayor desarrollo técnico de los medios de comunicación mediante el cambio de hábitos de los usuarios o, más bien, el no uso<sup>3</sup> de las nuevas tecnologías mediáticas. Por lo tanto, debemos observar cómo la mediatización profunda se materializa o encarna en las prácticas comunicativas de la amistad.

#### 6. PRÁCTICAS COMUNICATIVAS DE AMISTAD EN TIEMPOS DE MEDIATIZACIÓN PROFUNDA

Los déficits de comunicación y la falta de participación en la vida social pueden disolverse mediante el uso de los medios, pero también pueden impedir la participación en la sociedad si el uso de los medios es por lo general rechazado o si faltan habilidades y recursos técnicos. La mediatización, por lo tanto, apoya la movilidad social y las relaciones sociales cambiantes, pero también el mantenimiento de relaciones cercanas geográficamente distantes mediante nuevos medios de comunicación. Esto da como resultado diferentes comportamientos, construcciones de identidades y estatus (Meyrowitz, 1994, p. 59) que tienen el potencial de cambiar la sociedad en su conjunto. Si bien el aislamiento social parece ser un fenómeno extremo, no es infrecuente que las relaciones sociales disminuyan o se disuelvan como consecuencia de la separación geográfica o de la disolución de las redes sociales. Como metaproceso, la mediatización tiene lugar en un segundo plano (o proceso de fondo) y es autoconstruida por los humanos y sus acciones y prácticas mediadas; también, la mediatización es influenciada de manera recíproca por ellos (Hepp y Krotz, 2012, p. 9; Krotz, 2007a, p. 31). En otras palabras, a través del cambio de prácticas comunicativas y hábitos mediáticos, el ciclo de mediatización profunda continúa y, a su vez, refuerza el impacto real de la mediatización: el cambio en la comunicación interpersonal y las redes sociales. Como se señaló, esto afecta la creación y renegociación de prácticas comunicativas de amistad (Hitzler y Eisewicht, 2016, p. 20). Tanto hacer amistad como deshacer amistad, es decir, cuando las acciones comunicativas ya no tienen lugar, se desplazan en el curso de la mediatización profunda y la penetración social de los medios a un nivel mediado por los medios (digitales) (Couldry y Hepp, 2017, p. 35).

Lo anterior no solo afecta la coconstrucción mutua de la realidad, la identidad y la sociedad en un nivel macro, sino también al acuerdo real de amistad junto con sus deberes y ventajas asociados entre amigos, por ejemplo, para estar disponibles el uno para el otro en momentos de necesidad, respetar la opinión de los demás y animar a los amigos. En este punto, una perspectiva empírica puede dar una idea de los procesos y

desarrollos de cambios reales en la constitución de amistades y prácticas comunicativas de amistad a través de los medios de comunicación, basados en grupos sociales seleccionados, ya que los procesos de mediatización y las condiciones sociales se desarrollan más a lo largo del tiempo y cambian a lo largo de la vida.

Una forma de ilustrar esto es comparar narrativas personales y experiencias individuales que permiten comparaciones de procesos actuales con condiciones (mediáticas) y desarrollos sociales anteriores (Jansson, 2018, p. 5). Por lo tanto, se puede utilizar un enfoque empírico a través de narrativas comunicativas para determinar significados, para representar procesos importantes de cambio y presentar relaciones existentes como sólidas y viables y así, eventualmente, realizar un trabajo de identidad. Esto, sin embargo, requiere un alto grado de autorreflexión por parte de los entrevistados para contar sus historias de amistad y validar sus vidas (Weeks, Heaphy y Donovan, 2001, p. 12).

#### 7. CONCLUSIÓN

Como se dijo, hoy en día las amistades están altamente negociadas a través de los medios (digitales), y se mantienen más allá de las fronteras nacionales y geográficas como importantes puntos de referencia para las contrapartes. En el contexto de los procesos de mediatización, las prácticas comunicativas de amistad se manifiestan de forma digital: más allá del tiempo y el espacio, de forma económica y, sobre todo, con alta calidad, los amigos pueden comunicarse digitalmente con sus confidentes cercanos con más facilidad que en cualquier otro momento antes de que tuviera lugar la ola de digitalización.

Este trabajo tuvo como objetivo, por un lado, dar respuesta a la pregunta de hasta qué punto la mediatización profunda se visibiliza en las prácticas comunicativas de la amistad, y, por otro lado, cómo una mutua y mediada percepción y confirmación de la construcción de la identidad, como base de la amistad, tiene lugar dentro de un panorama de medios digitales en desarrollo.

A este respecto, se podría demostrar que un enfoque orientado a la práctica ofrece valiosas percepciones sobre la amistad como un proceso de práctica comunicativa, y considera el hacer real de la amistad. Además, se examinó y relacionó con los procesos de mediatización la importancia de los medios de comunicación para las acciones comunicativas reales y, como resultado de ello, para el mantenimiento de las amistades. Las prácticas comunicativas deben renegociarse y construirse de manera continua en forma de acciones comunicativas, para construir una base común y asegurar la continuidad de la amistad. La falta de comunicación, o el rechazo consciente de una solicitud para comunicarse, puede ser malinterpretada en términos de una participación menos involucrada en la amistad, y puede conducir a la disminución o incluso a la disolución de una amistad a largo plazo.

Si ya no ocurren acciones comunicativas a través de los medios de comunicación o cara a cara dentro de la amistad, los amigos pueden asumir falsamente que la amistad ya no existe. Por otra parte, muchas amistades se mantienen pasivas y continúan existiendo, aunque falten prácticas comunicativas obvias. Una investigación empírica podría contribuir a comprender mejor hasta qué punto las prácticas comunicativas también pueden tener lugar a través de la no comunicación en la definición de amistades.

## NOTAS

\* Traducido del inglés por Israel Márquez, Universidad Complutense de Madrid.

<sup>1</sup> Según George Herbert Mead (1973, pp. 177, 180, 221), la identidad se entiende como un proceso indirecto de interacción. Solo mediante el intercambio activo y la conciencia de una persona como parte de un grupo es que una persona se percibe a sí misma en los ojos de otra y, posteriormente, se convierte en un objeto durante el intercambio comunicativo con los demás. En consecuencia, la identidad de un ser humano es parte de los procesos sociales, que no existen desde el nacimiento, sino que se desarrollan junto con la experiencia en la sociedad.

<sup>2</sup> En detalle cf. Hepp en este número.

<sup>3</sup> En este contexto, también cabe mencionar la tendencia hacia la renuncia deliberada y el desarrollo de formas alternativas de uso de los medios digitales en la era de la mediatización profunda. Las diferentes tradiciones de investigación etiquetan esta tendencia de manera diferente, por ejemplo, “contramediatización” (Jansson, 2018, p. 157), “demarcación comunicativa” (Roitsch, 2017) o “no uso” (Madianou y Miller, 2012, p. 150).

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALLAN, G. (1979). *A Sociology of friendship and kinship*. Londres: George Allen & Unwin.
- ALLAN, G. (1998). Friendship, sociology and social structure. *Journal of Social and Personal Relationships*, 15(5), 685-702.
- ARMINEN, I. (2010). New reasons for mobile communication: Intensification of time-space geography in the mobile era. En R. Ling y S. W. Campbell (Eds.), *The reconstruction of space and time. Mobile communication practices* (pp. 89-107). Nuevo Brunswick: Transaction.
- BERG, M. (2014). Mediatisierung, Mobilisierung und Individualisierung als Theorieansätze kommunikativer Mobilität. En J. Wimmer y M. Hartmann (Eds.), *Medienkommunikation in Bewegung. Mobilisierung — Mobile Medien — Kommunikative Mobilität* (pp. 47-65). Wiesbaden: Springer VS.
- BERGER, P. L. y LUCKMANN, T. (1996). *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit: eine Theorie der Wissenssoziologie*. Fráncfort del Meno: Fischer-Taschenbuch.
- BLATTERER, H. (2016). Intimacy as freedom: Friendship, gender and everyday life. *Thesis Eleven*, 132(1), 62-67.
- CHAMBERS, D. (2013). *Social Media and Personal Relationships. Online Intimacies and Networked Friendship*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- (2016). *Changing Media, Homes and Households. Cultures, technologies and meanings*. Londres-Nueva York: Routledge.
- COULDREY, N. (2012). *Media, Society, World. Social Theory and Digital Media Practice*. Cambridge-Malden: Polity.
- COULDREY, N. y HEPP, A. (2017). *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge-Malden: Polity.
- DELHEES, K. H. (1994). *Soziale Kommunikation. Psychologische Grundlagen für das Miteinander in der modernen Gesellschaft*. Opladen: Westdeutscher.
- DÖBLER, T. (2014). Das Ende der Verbindlichkeit? Veränderungen sozialer Beziehungen durch mobiles Kommunikationsverhalten. En J. Wimmer y M. Hartmann (Eds.), *Medienkommunikation in Bewegung. Mobilisierung — Mobile Medien — Kommunikative Mobilität* (pp. 139-154). Wiesbaden: Springer VS.
- DÖRING, N. (1999). *Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen*. Gotinga: Hogrefe.
- FAHR, A. y GRAF, A. (2013). Kapitalisierung von Paarbeziehungen. *Öffentliches Beziehungsmanagement in sozialen Netzwerken. Publizistik*, 58(3), 289-304.
- FELD, S. y CARTER, W. C. (1998). Foci of activity as changing contexts for friendship. En R. G. Adams y G. Allan (Eds.), *Placing Friendship in context* (pp. 136-152). Cambridge: University Press.
- FEND, H. (2009). Wie das Leben gelingt und wie es so spielt. En H. Fend, F. Berger y U. Grob (Eds.), *Lebensverläufe, Lebensbewältigung und Glück: Ergebnisse der Life-Studie* (pp. 449-479). Wiesbaden: Springer VS.
- FRINDTE, W. (2001). *Einführung in die Kommunikationspsychologie*. Weinheim: Beltz.
- GRANOVETTER, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.
- GRENZ, T. y MöLL, G. (2014). Zur Einleitung: Mediatisierung von Handlungsfeldern. En autores (Eds.), *Unter Mediatisierungsdruck. Änderungen und Neuerungen in heterogenen Handlungsfeldern* (pp. 1-17). Wiesbaden: Springer VS.
- HAHMANN, J. (2013). *Freundschaftstypen älterer Menschen. Von der individuellen Konstruktion der Freundschaftsrolle zum Unterstützungsnetzwerk*. Wiesbaden: Springer VS.
- HEPP, A. (2013). Die kommunikativen Figurenmedien mediatisierter Welten: Zur Mediatisierung der kommunikativen Konstruktion von Wirklichkeit. En R. Keller, H. Knoblauch y J. Reichert (Eds.), *Kommunikativer Konstruktivismus. Theoretische und empirische Konturen eines neuen wissenssoziologischen Ansatzes* (pp. 97-120). Wiesbaden: Springer VS.
- (2016). Kommunikations- und Medienwissenschaft in datengetriebenen Zeiten. *Publizistik*, 61, 225-246. doi:10.1007/s11616-016-0263-y
- (2020). *Deep Mediatization*. Londres-Nueva York: Routledge.
- HEPP, A., BERG, M. y ROITSCH, C. (2014). *Mediatisierte Welten der Vergemeinschaftung. Kommunikative Vernetzung und das Gemeinschaftsleben junger Menschen*. Wiesbaden: Springer VS.
- HEPP, A. y KROTH, F. (2012). Mediatisierte Welten: Forschungsfelder und Beschreibungsansätze — Zur Einleitung. En autores (Eds.), *Mediatisierte Welten. Forschungsfelder und Beschreibungsansätze* (pp. 7-23). Wiesbaden: Springer VS.
- HEPP, A. y PFADENHAUER, M. (2014). Mediatisierte Partizipation? Kleine Formen der Beteiligung jenseits von Medienlogik. En F. Krotz, C. Despotović y M.-M. Kruse (Eds.), *Die Mediatisierung sozialer Welten. Synergien empirischer Forschung* (pp. 235-262). Wiesbaden: Springer VS.
- HITZLER, R. y EISEWICHT, P. (2016). *Lebensweltanalytische Ethnographie — im Anschluss an Anne Honer*. Weinheim-Basel: Juventa.
- HÖFLICH, J. R. (1996). *Technisch vermittelte interpersonale Kommunikation. Grundlagen, organisatorische Medienverwendung, Konstitution „elektronischer Gemeinschaften“*. (Studien zur Kommunikationswissenschaft, Band 8). Opladen: Westdeutscher.
- HÖRNING, K. H. y REUTER, J. (2004). Doing Culture: Kultur als Praxis. En K. H. Hörning y J. Reuter (Eds.), *Doing Culture Neue Positionen zum Verhältnis von Kultur und sozialer Praxis* (pp. 9-16). Bielefeld: Transcript.
- JANSSEN, M. y MÖHRING, W. (2014). Wo bist du? Der geographische Raum im Zeitalter mobiler Kommunikationsmedien. En J. Wimmer y M. Hartmann (Eds.), *Medienkommunikation in Bewegung. Mobilisierung — Mobile Medien — Kommunikative Mobilität* (pp. 103-119). Wiesbaden: Springer VS.
- JANSSON, A. (2018). *Mediatization and Mobile Lives. A critical approach*. Londres-Nueva York: Routledge.
- KEUPP, H. (1987). Soziale Netzwerke — Eine Metapher des gesellschaftlichen Umbruchs? En H. Keupp y B. Röhrle (Eds.), *Soziale Netzwerke* (pp. 11-54). Fráncfort del Meno: Campus.
- KROTH, F. (2001). *Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien*. Wiesbaden: Westdeutscher.
- (2005). *Neue Theorien entwickeln. Eine Einführung in die Grounded Theory, die Heuristische Sozialforschung und die Ethnographie anhand von Beispielen aus der Kommunikationsforschung*. Colonia: Herbert von Halem.
- (2007a). *Mediatisierung. Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*. Wiesbaden: Springer VS.
- (2007b). Medien, Kommunikation und die Beziehungen der Menschen. *Merz*, 6, 5-13.

- (2007c). The meta-process of “mediatization” as a conceptual frame. *Global Media and Communication*, 3(3), 256-260. doi:10.1177/17427665070030030103
- (2012). Von der Entdeckung der Zentralperspektive zur Augmented Reality: Wie Mediatisierung funktioniert. En F. Krotz, y A. Hepp (Eds.), *Mediatisierte Welten. Forschungsfelder und Beschreibungsansätze* (pp. 27-55). Wiesbaden: Springer VS.
- KROTZ, F. y HEPP, A. (2013). A concretization of mediatization: How mediatization works and why “mediatized worlds” are a helpful concept for empirical mediatization research. *Empedocles. European Journal for the Philosophy of Communication*, 3(2), 119-134.
- LEUSCHNER, V. y SCHOBIN, J. (2016). Methoden der Freundschaftsforschung. En J. Schobin, V. Leuschner, S. Flick, E. Alleweldt, E. A. Heuser y A. Brandt (Eds.), *Kulturen der Gesellschaft: Vol. 22. Freundschaft heute. Eine Einführung in die Freundschaftssoziologie* (pp. 55-69). Bielefeld: Transcript.
- LICOPPE, C. y SMOREDA, Z. (2006). Rhythms and Ties: Toward a pragmatics of technologically mediated sociability. En R. Kraut, M. Brynin y S. Kiesler (Eds.), *Computers, Phones, and the Internet. Domesticating Information Technology* (pp. 296-313). Nueva York: Oxford University Press.
- LINKE, C. (2010). *Medien im Alltag von Paaren. Eine Studie zur Mediatisierung der Kommunikation in Paarbeziehungen*. Wiesbaden: Springer VS.
- MADIANOU, M. y MILLER, D. (2012). *Migration and New Media. Transnational families and polymedia*. Londres: Routledge.
- MARTIN, A. y DREES, V. (1999). *Vertrackte Beziehungen. Die versteckte Logik sozialen Verhaltens*. Darmstadt: Primus.
- MCADAMS, D. P., JOSELSON, R. y LIEBLICH, A. (2006). Introduction. En D. P. McAdams, R. Josselson y A. Lieblich (Eds.), *Identity and Story. Creating Self in Narrative* (pp. 3-11). Washington: American Psychological Association.
- MEAD, G. H. (1973). *Geist, Identität und Gesellschaft aus der Sicht des Sozialbehaviorismus*. Fráncfort del Meno: Suhrkamp.
- MEYROWITZ, J. (1994). Medium Theory. En D. Crowley y D. Mitchell (Eds.), *Communication Theory Today* (pp. 50-77). Stanford: University Press.
- MILLER, D. (2012). *Das wilde Netzwerk. Ein ethnologischer Blick auf Facebook*. Berlín: Suhrkamp.
- MILLER, D., COSTA, E., HAYNES, N., McDONALD, T., NICOLESCU, R., SINANAN, J., ... WANG, X. (2016). *How the World Changed Social Media*. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/j.ctt1g69z35>
- MILLER, G. R. y STEINBERG, M. (1975). *Between People. A new Analysis of Interpersonal Communication*. Chicago: Science Research Associates.
- MÜLLER, K. F. y RÖSER, J. (2017). Convergence in domestic media use? The interplay of old and new media at home. En S. Sparviero, C. Peil y G. Balbi (Eds.), *Media Convergence and Decomvergence* (pp. 55-74). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- MÜNKER, S. (2009). *Emergenz digitaler Öffentlichkeiten. Die sozialen Medien im Web 2.0*. Fráncfort del Meno: Suhrkamp.
- NÖTZOLDT-LINDEN, U. (1994). *Freundschaft. Zur Thematisierung einer vernachlässigten soziologischen Kategorie*. Opladen: Westdeutscher.
- OEHMICHEN, E. y SCHRÖTER, C. (2010). Alltagswirklichkeit in der Onlinenutzung. Zur Typologie der Aktiv-, Rand- und Nichtnutzer des Internets. *Media Perspektiven*, 10, 457-470.
- PENTZOLD, C. (2015). Praxistheoretische Prinzipien, Traditionen und Perspektiven kulturalistischer Kommunikations- und Medienforschung. *M&K*, 63(2), 229-245.
- RAWLINS, W. K. (2009). *The Compass of Friendship. Narratives, Identities, and Dialogues*. Los Ángeles: Sage.
- RECKWITZ, A. (2016). Praktiken und ihre Affekte. En H. Schäfer (Ed.), *Praxistheorie. Ein soziologisches Forschungsprogramm* (pp. 163-180). Bielefeld: Transcript.
- ROITSCH, C. (2017). Von der “Aversion” zum “Schutzwall”: Kommunikative Grenzziehung als gegenläufiges Medienhandeln in mediatisierten Welten. En M. Pfadenhauer y T. Grenz (Eds.), *De-Mediatisierung. Diskontinuitäten, Non-Linearitäten und Ambivalenzen im Mediatisierungsprozess* (pp. 207-224). Wiesbaden: Springer VS.
- ROITSCH, C. (2020). *Kommunikative Grenzziehung. Herausforderungen und Praktiken junger Menschen in einer vielgestaltigen Medienumgebung*. Wiesbaden: Springer VS.
- SANDMEIER RUPENA, A. (2009). Psychische Gesundheit im Lebensverlauf — Die geschlechtsspezifische Bedeutung von sozial-emotionalen Beziehungen. En H. Fend, F. Berger y U. Grob (Eds.), *Lebensverläufe, Lebensbewältigung und Glück: Ergebnisse der LifE-Studie* (pp. 429-448). Wiesbaden: Springer VS.
- SCHATZKI, T. R. (2009). *Social Practices. A Wittgensteinian approach to Human Activity and the Social*. Cambridge: University Press. (Trabajo original publicado en 1996).
- Schatzki, T. R., Knorr Cetina, K. y Von Savigny, E. (Eds.). (2001). *The Practice Turn in Contemporary Theory*. Nueva York: Routledge.
- SCHULZ VON THUN, F. (1996). *Miteinander reden: 2. Stile, Werte und Persönlichkeitsentwicklung. Differentielle Psychologie der Kommunikation*. Reinbeck: Rowohlt.
- WEEKS, J., HEAPHY, B. y DONOVAN, C. (2001). *Same Sex Intimacies. Families of Choice and other life experiments*. Londres: Routledge.
- WETZEL, D. J. (2014). Freundschaft und mediale Vermittlung. Resonanz Beziehungen im Kontext gelingender Lebensführung. En K. Hahn (Ed.), *E<3Motion. Intimität in digitalen Medienkulturen* (pp. 108-123). Wiesbaden: Springer VS.