

Redes sociales virtuales. Escenario de la cultura y la política de nuestro tiempo

Publicado en: Flores, S. (2014). Redes sociales digitales. Nuevas prácticas para la construcción cultural. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Por María Elena Meneses

Introducción

Las redes sociales virtuales trastocan el ritmo de la democracia y de las prácticas políticas, en ocasiones provocan un escenario caótico y desordenado pero, al mismo tiempo, configuran una esfera pública alterna en donde se articula el disenso, por lo tanto, en algunas sociedades se convierten en un auténtico contrapoder. Las redes sociales son causa de una inédita forma de producción cultural porque los atributos sociotécnicos de estas formidables plataformas modifican el circuito de la cultura, como lo entiende el teórico culturalista Stuart Hall (1997). Se trata de una propuesta compleja que abarca y articula los cinco procesos que encontramos en toda producción cultural: producción, consumo, identidad, representación y regulación.

Se construye la identidad en un avatar; se resignifica el vínculo con los otros mediante una red social; se imponen nuevos modelos de producción y consumo de la cultura; además disidentes y críticos desafían al poder autoritario; y, como si fuera poco, estos cambios plantean retos al Derecho nacional e internacional. Es propósito de este capítulo analizar el papel que desempeñan las redes sociales como escenarios de disputas culturales, espacios de expresión, identidad y performatividad. También como potenciadoras de la participación política y de la deliberación ciudadana en donde surgen agendas alternativas en la esfera pública.

¿Qué son las redes sociales virtuales?

Se añade el término “virtuales” porque el estudio de la sociabilidad es objeto y problema abordado por la sociología desde el siglo pasado. El sociólogo George Simmel (2003) explicó en sus diversos ensayos escritos a principios del siglo XX la vida en sociedad y la tensión resultante entre el individuo, su ser social y la libertad; una tríada compleja en la cual las interacciones tienen un papel relevante. En su ensayo *The Metropolis and Mental Life* de 1903, el sociólogo alemán se pregunta cómo las conexiones humanas en red dan forma y cuerpo a la sociedad, definen la personalidad y la conducta. Así, explica que en las ciudades pequeñas las emociones desempeñan un rol determinante, en contraste con las grandes urbes en donde el ritmo de la vida urbana exige de una conciencia más racional.

Con base a la argumentación de Simmel, las redes sociales virtuales podrían ser identificadas como un regreso a la vida en la antigua polis, emocional y subjetiva, con ciertas reglas dadas por la propia comunidad y conductas determinadas por las opiniones de quienes integran esas redes interconectadas. Las redes sociales distan de ser un nuevo objeto de estudio, lo que es novedoso es la mediación tecnológica y el papel de la virtualidad que arrasa con nociones como espacio y tiempo. Ésta impone novedosas formas de sociabilidad, de ejercicio de la libertad individual y grupal, de interacción, así como maneras de control.

Las redes sociales virtuales, desde el punto de vista instrumental, son espacios de interacción que están mediados por la computadora y son representativas de Internet. Se usan para diversos objetivos: la autoexpresión; la promoción personal, política o de marca; y la movilización social. Son estructuras horizontales, vinculantes y autorregulables, cuyos lazos pueden ser fuertes u ocasionales. En el primer caso, las relaciones obedecen a lo que Boyd y Ellison (2007) denominan “vínculos latentes”, es decir, a relaciones provenientes del mundo offline.

Las redes sociales virtuales no son un universo aparte, se trata de una prolongación del mundo físico que da como resultado una reconfiguración mutua que ayuda a comprender la vida y la sociedad en tiempos de Internet. En las redes sociales virtuales se registra la emergencia de novedosos contradiscursos y formas de ejercicio ciudadano, así como de originales formas de socialización y producción cultural.

El estudio de las redes sociales virtuales

Sin pretender realizar una revisión exhaustiva sobre cómo han sido estudiadas estas formidables plataformas digitales, es preciso señalar que se trata de un objeto de análisis fascinante para las ciencias sociales de nuestro tiempo. Las redes sociales virtuales han sido objeto de diversos estudios desde la década de 1990, como generadoras de capital social, como espacios de representación y de resignificación de la identidad en la sociedad actual y como potenciadoras del involucramiento ciudadano con la vida pública.

Las redes sociales virtuales han sido definidas a partir de las dinámicas sociales y del conjunto de rasgos conductuales de quienes participan en ellas. Para algunos estudiosos del fenómeno, las redes son comunidades que se articulan a partir de prácticas sociales como la confianza, la reciprocidad, el interés y el compromiso mutuo, lo que adjudica a la red una identidad (Rheingold, 1996). También pueden ser explicadas a partir de la orientación de la participación, ya sea la amistad, el trabajo o las filiaciones políticas. Incluso desde la perspectiva matemática, como explica Albert-László Barabási (2011), pueden ser definidas simplemente como nodos y ligas que existen porque dispersan ideas, conocimiento e influencia.

Como se ha mencionado, una de las tensiones intelectuales más recurrentes sobre las redes sociales virtuales es si éstas son espacios sustitutos o prolongación de lo real (Levy, 1999; Turkle, 2011). Si bien en las redes acontecen interacciones que no se traducen necesariamente en acciones tangibles en el mundo offline, la complejidad que resulta de poder conectarnos con otros sin barreras físicas o temporales —lo que Manuel Castells (2006, p. 412) denomina “espacio de flujos” que sustituye al “espacio de lugares”— acarrea una transformación profunda en las prácticas sociales.

Las prácticas sociales que ocurren dentro de las redes sociales no son un universo aparte, la experiencia online está dada por lo que acontece en el mundo offline, de tal manera que potencian patrones culturales, al mismo tiempo que facilitan novedosas formas de arreglo y negociaciones de sociabilidad (Hine, 2005; Boyd, 2011, p. 85). Las redes sociales virtuales están basadas en la comunicación entre pares y en la

“inteligencia colectiva”, concepto desarrollado por el filósofo Pierre Levy (1999), quien la define como la inteligencia repartida en todos lados, potenciada y articulada alrededor de las redes y cuyo engranaje es la disposición de compartir. La noción de inteligencia colectiva no deja de tener un rasgo ciberoptimista, las redes también son entornos que al facilitar el anonimato promueven conductas antisociales que van desde el uso de los *trolls* en Twitter hasta la ciberdelincuencia.

Wellman y Rainie (2012) definen a las redes sociales virtuales como el nuevo sistema operativo social, porque las conexiones que generan son semejantes a las que se establecen en los sistemas computacionales. Los investigadores asumen que en las plataformas digitales paradójicamente se profundiza el individualismo con el atributo de la conexión. Esta aparente contradicción entre lo social y el individualismo fue analizada por Simmel desde hace más de un siglo y, en la actualidad, se agrega la variable tecnológica y por supuesto aquellas resultantes de la complejidad del mundo contemporáneo global, multicultural en donde el consumo juega un papel determinante.

El estudio de las relaciones humanas en redes ha contribuido al entendimiento del comportamiento de las personas en línea y ha servido para validar y complejizar arriesgadas hipótesis en relación con el contagio emocional a partir de análisis matemático y estadístico, SNA (*Social Network Analysis*).

El sociólogo y médico Nicholas Christakis (2010) emprendió hace algunos años una investigación longitudinal sobre la obesidad como contagio en redes sociales offline, en la que encontró que si alguien tiene a un amigo pasado de peso, tiene el 75% de probabilidad de padecer obesidad; si tiene a un amigo en segundo grado, el 50%; en tercero el 25% y en cuarto ninguno. El connotado médico demostró el poder de movilización y contagio emocional de las redes sociales offline que mueven a países o a continentes enteros, fenómenos psicosociales que en la actualidad, las redes virtuales potencian.

Las redes sociales virtuales son en resumen prolongación de la práctica social natural al hombre de relacionarse con otros; de contagiarse emocionalmente y porque el

ser humano sabe que son mayores los beneficios de estar, actuar y pensar en colectividad que los costos de hacerlo individualmente. Somos nuestra red y la red es lo que somos.

Rasgo inconfundible de la sociedad digital es el consumo, la pregunta que se hacen científicos sociales es si ante lo avasallador de las empresas de la economía digital como Facebook y Google, que promueven y fortalecen el “capitalismo conexionista” (Boltanski y Chiapello, 2002), los individuos seremos capaces de contrarrestar la pulsión gratificante e instantánea que nos da tener al alcance toda la información y el entretenimiento en un clic, por una vocación más trascendente para nuestro desarrollo individual y colectivo.

Redes sociales y vida pública

Difícilmente se explica la política de nuestro tiempo sin voltear la mirada a las redes sociales virtuales que se han convertido en territorio de disputa y tensión constante en la vida pública. Si alguien lo dudaba, en 2011 tuvimos la evidencia de las posibilidades movilizadoras y disruptivas de Internet en los países del Magreb, en las calles de Wall Street y con un grupo de comprometidos ciudadanos que en México articularon algunas causas cívicas como el Movimiento 5 de junio, que se trasladó al mundo offline con una noble ley en beneficio de la infancia en México. También con la marcha convocada por el poeta Javier Sicilia en un México agobiado y lastimado por la guerra contra el narcotráfico.

Las redes sociales amplifican la voz de los que usualmente no la tienen y ofrecen la posibilidad de imponer temas distintos en la agenda. También propician un encuentro informal y afectivo con la política, cuyas implicaciones son aún motivo de estudio para encontrar respuestas. Es innegable que la red favorece la articulación de contrapúblicos que confeccionan agendas paralelas a las que construyen los medios tradicionales. Éste fue el caso del movimiento estudiantil mexicano #YoSoy132 que demandó en sus inicios

el respeto al derecho a la información en un país cuya elevada concentración de la propiedad mediática provoca la uniformidad de voces.

#YoSoy132 fue un movimiento de indignación, reivindicativo del derecho de la libertad de expresión y de la información, además tuvo un carácter urbano, estudiantil y digital. Un grupo de estudiantes manifestaron de forma contundente su inconformidad con las instituciones políticas y los medios de comunicación convencionales en el video *131 alumnos de la Ibero responden*, que marcó el inicio del movimiento. El video, lanzado al ecosistema que conforman las redes sociales virtuales, sirvió como réplica a la cadena Televisa y a los diarios mexicanos que intentaron manipular la información sobre las protestas de estudiantes en contra de la visita del entonces candidato a la Presidencia de México, Enrique Peña Nieto, a la Universidad Iberoamericana. También sirvió de respuesta a los líderes del PRI, quienes habrían hecho acusaciones en contra de los jóvenes.

En las redes sociales virtuales se registra la emergencia de novedosos contradiscursos y formas de ejercicio ciudadano, así como de originales maneras de participación política ciudadana, ya sea mediante etiquetas (hashtags), *memes* o tuits. Como lo anotó el Relator especial de Naciones Unidas para Libertad de expresión Frank la Rue (2011) en su Reporte sobre Internet como promotor de libertades cívicas, la red es uno de los más poderosos instrumentos del siglo XXI porque facilita el acceso a la información, incrementa la observancia ciudadana para que las instituciones rindan cuentas y porque puede facilitar la activa participación ciudadana en la construcción democrática.

La sociedad digital plantea un enorme desafío para gobiernos que no han logrado afianzar políticas de inclusión digital que cierren la brecha tecnológica pero, sobre todo, la brecha cognitiva que permitiría aprovechar al máximo las posibilidades de la red. Mientras esto no se logre, la sociedad digital no dejará de ser un paradigma excluyente en el cual sólo unos pocos pueden apropiarse de sus beneficios para fortalecer la democracia.

Redes sociales virtuales y el circuito de la cultura

La producción en tiempos de Internet ya no es lineal como en la era de la televisión y la radio, ahora se trastoca, es de muchos a muchos y ocasiona nuevas expresiones culturales fuera del mercado y de las instituciones tradicionales. ¿Cómo entender Wikipedia? ¿Cómo entender WikiLeaks? ¿Cómo entender que Radiohead no busque a una disquera y pida a sus fans pagar por su disco lo que ellos consideren pertinente? ¿Cómo comprender la práctica cultural del remix?

La sociedad digital presenta enormes desafíos para el campo cultural. La batalla cultural de nuestro tiempo es la de los derechos de autor en Internet. El Anti-Counterfeiting Trade Agreement (ACTA), el Acuerdo Estratégico Trans-Pacífico de Asociación Económica (TPP), las leyes e iniciativas de ley como la Stop Online Piracy Act (SOPA), la PROTECT IP Act (PIPA) en Estados Unidos, la española Ley Sinde, la francesa HADOPI y la mexicana Ley Döring, son ejemplos de la pulsión por regular el ciberespacio; lugar concebido por sus arquitectos como un territorio libre, pero que al incomodar a las instituciones de la modernidad se les aplica normativas que no necesariamente atienden a un nuevo paradigma cultural.

En los últimos 20 años, la intervención de las grandes corporaciones y de los gobiernos de donde son originarias las empresas que detentan la propiedad intelectual se ha reforzado con la generalización del liberalismo económico, lo cual profundiza la inequidad, frena la innovación y el desarrollo. La industria farmacéutica ha encabezado la batalla por endurecer el régimen de propiedad intelectual y, luego de la generalización de Internet, los conglomerados del entretenimiento han entrado de lleno a la batalla. Al ser centrales en el sistema económico, estos mantienen una férrea oposición a desmonopolizar el patrimonio de los derechos de autor.

El rasgo distintivo de estos casi monopolios globales es su excesiva concentración vertical, que aglutina todas las dimensiones del circuito de la cultura, desde las ideas, hasta el consumo y, por tanto, estrecha las posibilidades a otras

opciones culturales que quedan fuera del mapa mental de los ciudadanos del mundo (Meneses, 2014; Smiers, 2006). El circuito de la cultura se trastoca en sus diversas dimensiones propuestas por Hall y Du Gay (2013). Este modelo analítico de los Estudios Culturales es pertinente para el análisis transdisciplinario de las industrias culturales, de las cuales Internet y las redes sociales son parte imprescindible y resulta oportuno para explicar el cambio que impone la digitalización en todas las etapas del circuito de la cultura de las cuales ofrecemos breves ejemplos a continuación.

Producción. Los usuarios entran al ciclo de producción cultural provocando una transformación inédita que ha puesto en jaque a la industria cultural y a algunas expresiones de éstas, como la música y el periodismo, que se encuentran en un periodo de pérdida de referentes y, en el caso de la última, de erosión de su influencia ante ciudadanos monitores hiperconectados que piden cuentas al poder público.

Identidad. El yo adquiere nuevos rostros en la virtualidad; el ser hiperconectado, la multiplicidad identitaria, la avatarización de lo que somos o queremos ser obliga a pensar qué individuos y qué sociedad se está articulando en la era PostInternet.

Representación. Es un momento crucial del circuito de la cultura, ya que en la actualidad el ciberespacio se convierte en territorio para construir la sociabilidad, pero también la realidad política y cultural, así como nuevas formas de activismo.

Consumo. Las redes sociales promueven maneras inéditas de consumo cultural, individualizado y de forma gratuita. Prácticas como compartir, mezclar y redistribuir complejizan el consumo, de tal forma que la industria cultural tradicional intenta imponer medidas criminalizantes a los internautas que descargan contenidos protegidos, lo cual explica la proliferación de tratados comerciales y legislaciones domésticas como las antes aludidas.

Regulación. El avance tecnológico avanza de manera frenética y detrás de él vamos estudiosos del apasionante tema que urge de una nueva jurisprudencia que ayude a conciliar derechos como la libertad de expresión, la privacidad y la intimidad. También resulta impostergable proteger aquellos derechos que las redes nos develan como el

derecho al resguardo de nuestros datos personales, así como el derecho al olvido en la virtualidad.

La brecha de la participación

No hay frase más inexacta y alejada de la realidad que aquella que reza que todos estamos en las redes sociales virtuales. La penetración de Internet en el mundo es de 35%, mientras que en América Central es de 34% (66,034,487) y de América del Sur de 47% (193,655,950). La penetración en redes sociales virtuales a nivel mundial es de 26%, en América Central es de 34% (66,951,880) y en América del Sur de 44% (179,145,980). En México y Brasil la penetración de redes sociales es de 43%, en tanto que en Argentina es de 56% (Kemp, 2014).

Facebook, la red social virtual más grande, registraba a finales del año 2012 mil millones de usuarios, por lo que de ser un país sería uno de los más poblados del planeta (Socialbakers, 2012). Aun así, sin menospreciar su alcance, deja fuera a 6 mil millones de personas. Sólo un 43.5% de los ciudadanos mexicanos tiene acceso a la red, en comparación con la penetración televisiva que alcanza casi a la totalidad de la población. De acuerdo con un estudio de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), nueve de cada diez de los mexicanos conectados (45 millones) en 2012 tenían un perfil en Facebook, seis de cada diez eran usuarios de YouTube y 5.6 de cada diez de Twitter. Con estos datos queda claro que no todo México tiene un perfil en la red social favorita de quienes tienen acceso.

Las cifras hablan por sí mismas. No todos están en las redes sociales virtuales que suponen en primer lugar conectividad y en segundo habilidades digitales e hiperconexión, sobre todo de carácter móvil. Basta decir que la penetración de móviles con internet es de 8% (15 millones) en Centroamérica y 23% (93 millones) en Sudamérica, mientras que a nivel mundial es de 21% (Kemp, 2014).

Ahora bien, de quienes tienen un perfil o una cuenta son pocos los que participan. En 2006 un estudio de Jakob Nielsen conmocionó a los evangelizadores

digitales que sostenían que las redes sociales abrirían una nueva era de la participación, ya que reveló que sólo 10% de los usuarios crea el 90% de lo que se consumía en la red. A ocho años estos datos pueden haberse modificado, pero sin cambiar sustancialmente la inequitativa distribución de la participación en línea. No todo aquel que tenga una cuenta en Twitter publica comentarios, lo que da lugar a una réplica de la recepción televisiva unidireccional y fundamentalmente pasiva.

Según el estudio de Kemp (2014), para el caso de México la penetración de Facebook entre los internautas es de 94%, pero sólo 70% habrían usado la red en el mes anterior, en tanto que para el caso de Twitter es aún más notoria la brecha participativa. Un 62% de los internautas mexicanos usan Twitter según la investigación, pero sólo el 27% la habría utilizado en el mes anterior.

Este fenómeno es acompañado de otras brechas más finas como lo es la concentración de las voces. De acuerdo con un estudio del profesor Mark Graham (2011) del Oxford Internet Institute, 84% de los artículos de Wikipedia provienen de Estados Unidos, Canadá y Europa. En esta enciclopedia colaborativa emblemática de Internet predomina el idioma inglés, además hay un promedio de 7 mil 800 artículos sobre la Antártida, más que sobre África y América del Sur juntos.

De acuerdo con la investigación del profesor Graham, los tuits enviados durante el huracán Sandy que afectó la costa este de Estados Unidos en 2012 fueron escritos desde Manhattan. En el caso de México se observa una profunda desigualdad en el uso de Internet: mientras que en Querétaro, en el Distrito Federal y en Nuevo León se utiliza la red con más frecuencia, en estados como Chiapas o Michoacán su uso es muy discreto (Parametría, 2013).

Sociabilidad ¿a cambio de qué?

Facebook no es la única red social virtual, pero sí la más exitosa en la historia de Internet. Se trata de un emblema generacional que marca un antes y después en la historia de la red que es parte de la vida cotidiana de sus usuarios. Poco a poco los

ciudadanos conectados hemos trasladado a ese entorno nuestra sociabilidad laboral y afectiva. Cada 20 minutos se comparten un millón de ligas, se realizan 2 millones de peticiones de amistad y se envían 3 millones de mensajes, conformando una energía social y emocional inimaginable en el ciberespacio (Statistic Brain, 2014).

Si bien Facebook ofrece conectar gente, ideas, deseos y cosas, ésta obtiene a cambio datos personales, el insumo a partir del cual funciona la economía digital. La conectividad en ésta, como en otras redes sociales, tiene un valor cuantificable pese al discurso libertario permeado por un ethos de transparencia que no deja de ser aparente, como señala la investigadora José Van Dijk (2013). Facebook es una formidable plataforma social, pero también se trata de una máquina coleccionista de datos personales que consigue en una transacción poco clara con los usuarios. Si en sus inicios la red social usó datos sin rendir cuentas, sus usuarios se encargaron de propiciar un debate e incluso algunos litigios para poner en la mesa el escaso cuidado de nuestra identidad.

Esta vertiente de análisis de las redes sociales, que podríamos ubicar en la economía política de Internet, es cuasi reciente y representa una segunda etapa en los estudios de estas plataformas. La primera etapa de investigación destacó por el deslumbramiento que provocaron las redes sociales virtuales que se instalaron con contundencia en las prácticas culturales de los conectados; también en esta etapa destacaron los pánicos —algunos de estos exagerados— sobre la sociabilidad mediada por computadora.

Una segunda etapa es la que pretende abordar las interrelaciones entre la estructura económica de la economía digital y lo que los usuarios deciden hacer con las plataformas, ya que son quienes le dan sentido al apropiárselas de distintas formas. Junto con el manejo de los datos, el tema de la vigilancia ha aparecido como uno de los irrenunciables alrededor de las redes sociales virtuales, aún más luego de las filtraciones de Edward Snowden en 2013, que dejaron al descubierto que el gobierno de Estados Unidos pide información a las empresas de Internet estadounidenses sobre sus usuarios.

La historia de las redes sociales virtuales está en construcción y el debate sobre la necesidad de que las empresas establezcan acuerdos claros con los usuarios resulta inaplazable, después de todo, somos los que tenemos acceso a Internet y utilizamos estas plataformas en nuestra vida cotidiana, quienes les damos forma y contenido. Es hora en que los usuarios tengamos más capacidad de gestión y agenciamiento sobre todo lo que cocreamos en la red. Perder el control de nuestra identidad o de nuestros desplazamientos por el ciberespacio, nos guste o no, implica ceder trozos de libertad.

Referencias

- Barabási, A. (2003). *Linked: The New Science of Networks*. Estados Unidos: Perseus Publishing.
- Boltanski, L. y Chiapello, E. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Ediciones Akal.
- Boyd, D. M. y Ellison, N. B. (2007): Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11. Recuperado de: <http://www.socialcapitalgateway.org/content/paper/boyd-d-m-ellison-n-b-2007-social-network-sites-definition-history-and-scholarship-jour>
- Boyd, D. M. (2011). Social Networks sites as networked publics. Affordances, Dynamics, and Implications. En Papacharissi, Z. (Ed). *A Networked self. Identity, Community, and Culture on Social Networks Sites*. Reino Unido: Routledge.
- Castells, M. (2006). *La era de la información. La sociedad red*. Vol I. México: Siglo XXI.
- Christakis, N. y Fowler, J. (2010) *Conectados*. Madrid: Taurus
- Du Gay, P., Hall, S., Janes, L., MacKay, H. y Negus, K. (1997). *Doing Cultural Studies. The story of the Sony Walkman*. London: The Open University.
- Graham, M. (2011). Wiki Space: Palimpsests and the Politics of Exclusion. En Lovink y Tkacz (Eds.). *Critical Point of View: A Wikipedia Reader*. Amsterdam: Institute of Network Cultures.

- Hine, C. (2005). *Etnografía Virtual*. Barcelona: UOC
- Kemp, S. (2014). *Global Digital Statistics 2014. We are social's snapshot of key digital indicators*. Recuperado de: <http://wearesocial.sg/blog/2014/01/social-digital-mobile-2014/>
- La Rue, F. (2011). *Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression*. Recuperado de: http://www2.ohchr.org/english/bodies/hrcouncil/docs/17session/A.HRC.17.27_en.pdf
- Levy, P. (1999). *La inteligencia conectiva*. Barcelona: Paidós.
- Meneses, M. E. (2012). El circuito de la cultura en la Sociedad de la información, el caso del ACTA y otras leyes reactivas ante el escenario digital. En: *La Sociedad de la información en Iberoamérica. Enfoque multidisciplinar*. México: INFOTEC.
- Meneses, M. E. (2013, 8 de octubre). Vigilancia del Estado en tiempos de la Red ubicua. Ponencia presentada en el Seminario: Libertad de expresión, Disidencia y Democracia. Senado de la República del Instituto Belisario Domínguez.
- Meneses, M.E., Ortega, E. y Urbina, G. (2013). *Jóvenes, redes sociales y participación político ciudadana en México 2012. La libertad de expresión en el proceso electoral de 2012*. México: PNUD, Tecnológico de Monterrey y COPARMEX.
- Nielsen, J. (2006, 9 de octubre). *Participation Inequality: Encouraging More Users to Contribute*. Nielsen Norman Group. Recuperado de: <http://www.nngroup.com/articles/participation-inequality/>
- Parametría. (2013). *La brecha tecnológica en México*. Recuperado de: <http://www.parametria.com.mx/DetalleEstudio.php?E=4535>
- Rheingold, H. (1996). *La comunidad virtual. Una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Gedisa.

Simmel, G. (1903). *The Metropolis and Mental Life*. Recuperado de:
http://www.blackwellpublishing.com/content/bpl_images/content_store/sample_chapter/0631225137/bridge.pdf

Simmel, G. (2003). *Cuestiones fundamentales de sociología*. Barcelona: Gedisa.

Smiers, J. (2006). *Un mundo sin copyright. Artes y medios en la globalización*. Barcelona: Gedisa.

Social Bakers (2012). *Facebook Statistics*. Recuperado de:
<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/>

Statistic Brain. (2014). *Facebook Statistics*. Recuperado de:
<http://www.statisticbrain.com/facebook-statistics/>

Turkle, S. (2011). *Alone together. Why we expect more from technology and less from each other. Kindle edition*. Nueva York: Basic Books.

Van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History Of Social Media*. Nueva York: Oxford University Press.

Wellman, B. y Rainie, L. (2012). *Networked. The New Social Operating System*. Cambridge: MIT Press.