



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

---

---

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ZARAGOZA

PSICOLOGÍA

LAS REDES SOCIALES EN INTERNET: UNA NUEVA  
FORMA DE COMUNICACIÓN Y SOCIALIZACIÓN

**T E S I S I N A**  
QUE PARA OBTENER EL GRADO DE  
**LICENCIADA EN PSICOLOGÍA**  
**P R E S E N T A**  
JAZMIN BECERRA GARDUÑO

JURADO DE EXAMEN

TUTORA: MTRA. SILVIA MERCADO MARÍN  
COMITÉ: MTRA. ALEJANDRA LUNA GARCÍA  
LIC. JUAN JOSÉ SALDAÑA CASTILLO  
LIC. ANA TERESA ROJAS RAMIREZ  
LIC. JOSÉ MANUEL GARCÍA CÓRTEZ



MÉXICO, D.F.

ENERO, 2015



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## **INDICE**

<b>Introducción</b>	<b>4</b>
<b>Capítulo 1</b>	
Comunicación Social	
1.1 Comunicación	8
1.2 Modelos de Comunicación	8
1.2.1 Modelo Técnico	9
1.2.2 Modelo Lingüístico	9
1.2.3 Modelo Psicológico	10
1.3 Comunicación Social	17
1.3.1 Comunicación directa e indirecta	18
1.3.2 Comunicación recíproca y unilateral	19
1.3.3 Comunicación privada y pública	20
<b>Capítulo 2</b>	
TIC´S, Web 2.0 y Redes Sociales	
2.1 Antecedentes Históricos	22
2.2 Características de las Redes sociales en Internet	25
2.3 Clasificación de las Redes Sociales en Internet	29
2.4 Usos de las Redes Sociales en Internet	33

### **Capítulo 3**

#### Socialización

3.1 Proceso de Socialización	36
3.2 Nuevos Agentes Socializadores	37
3.2.1 La socialización en los entornos familiares	38
3.2.2 La socialización en entornos escolares	39
3.2.3 Socialización en adolescentes y jóvenes	40

### **Capítulo 4**

Estudios Realizados	50
Referencias Bibliográficas	90

## **INTRODUCCION**

La Globalización, en la cual se mueve el mundo hoy día ha tenido repercusiones en diferentes aspectos de la vida cotidiana, uno de ellos y quizá uno de los mas importantes, son las comunicaciones, ya que se puede estar enterado de lo que pasa al otro lado del mundo, o tener una charla con un amigo que se encuentra viajando alrededor del mundo con solo un clic o un toque; pudiendo ser esta información compartida por millones de personas con facilidad y rapidez por medio de lo que se conoce como Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC'S). Es importante no dejar de mencionar que el proceso de comunicación es fundamental en cualquier otro proceso, en este caso específico la socialización; y dado que la socialización se ha visto modificada y masificada no puede dejar de hablarse de la comunicación social y la intervención que tiene en éste proceso.

El uso de estas herramientas ha permitido que se socialice la información, pues se vuelven temas de conversaciones cotidianas la primavera árabe, la fractura de uno de los jugadores de futbol más conocidos o la trágica derrota de una de las selecciones de futbol con mayor tradición en el balompié, etc. De igual forma pasa con las relaciones interpersonales, se puede conocer a gente de casi cualquier lugar del mundo e iniciar una relación de amistad, incluso relaciones de pareja; manteniéndose en contacto únicamente por medio de algún ordenador, dispositivo móvil o cualquier otro que lo permita; siendo estas prácticas parte importante en el proceso de socialización.

La socialización es el proceso por cuyo medio la persona aprende e interioriza en el transcurso de su vida, los elementos socioculturales de su medio ambiente, los integra a la estructura de su personalidad bajo la influencia de experiencias y de agentes socializantes significativos, y se adapta así al entorno social.

Esto impacta de manera directa en los más jóvenes, quienes se encuentran más adentrados y familiarizados con estas nuevas alternativas (redes sociales en internet); al mismo tiempo que éstas están tomando el papel de agentes socializadores primarios, tomando un papel fundamental casi a la par de la familia y la escuela; generando una necesidad de nuevas teorías o marcos de referencia que puedan dar explicación a estas modificaciones.

Dentro de las herramientas más utilizadas o populares se encuentran las llamadas Redes Sociales las cuales se pueden definir como formas de interacción social en las cuales se realizan intercambios dinámicos entre personas, grupos o instituciones (Calderón, 2010). Son espacios abiertos en los que los usuarios intercambian música, videos y mensajes; éstos se identifican voluntariamente describiendo sus características e intereses.

La Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) ha realizado en dos ocasiones un estudio sobre Redes Sociales, el último de los mismos se ha denominado MKT Digital y Redes Sociales en México 2012.

La encuesta fue aplicada a 3,104 usuarios de Internet mexicanos de diversos rangos de edad y niveles socioeconómicos.

Sólo el 10% de las personas entrevistadas indicó que no usa redes sociales, de ese porcentaje, la mayoría lo reporta así, debido a que no le resulta interesante o le preocupa la seguridad de sus datos.

La generalidad de usuarios está en un rango de 3 a más de 5 años de uso de redes sociales.

- Facebook es la red que más acceso tiene con un 90% de usuarios mexicanos inscritos, quienes en su mayoría son de 12 a 17 años.
- Después está YouTube, con un 60%, y la mayoría en edades de 18 a 24 años.
- Luego Twitter con un 56%, y edades entre 12 y 17 años.
- Finalmente Google + con un 37%, y mayoría en el rango de 12 a 17 años.

Sin embargo, no se puede perder de vista que el dinamismo en la actividad de estos espacios provoca que todas estas cifras se vuelvan obsoletas en cuestión de días. (Argüelles, 2013).

El objetivo de la presente investigación se centra en poder brindar un panorama general acerca del punto en el que se encuentra la investigación (al menos en lo que a algunos países de América Latina respecta) de un fenómeno tan complejo como lo es el impacto del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC'S); específicamente de las redes sociales, en la vida social y psicológica de las personas.

La relevancia del tema se centra en las modificaciones que estas herramientas están generando en distintos aspectos de la vida, los cuales son patentes en el diario vivir. De que ya no se trata solo de una discusión en torno a si es bueno o malo el uso de éstas, quién está bien o quien está mal involucrándose en una discusión estéril; se trata de tener el mayor conocimiento de ésta nueva realidad y a partir de este generar una espiral de conocimiento que desemboque en una relación más equilibrada y sana entre lo que era antes y lo que es hoy.

Resulta innegable la presencia y uso de estas nuevas herramientas en la vida cotidiana; desde el aspecto psicológico y social por tanto compete a esta disciplina, la psicología generar nuevos paradigmas o teorías que den explicación a las modificaciones a las que se han visto sometidas tanto las personas que hacen uso de ellas como las que no. Ya las teorías tradicionales no alcanzan a abarcar los nuevos fenómenos que surgen de la mano del *boom* de esta nueva realidad.

El trabajo se encuentra dividido en 4 capítulos, a través de los cuales se realiza una revisión teórica conjugando los siguientes temas: comunicación social, socialización y redes sociales en Internet. En cada uno de ellos se exponen los principales puntos de estos conceptos, dejando ver algunas de las modificaciones que se han generado a partir del uso de nuevas herramientas. Por último en el cuarto capítulo se expone un listado de los artículos recabados de las Redes de Revistas Científicas Redalyc y Scielo; obtenidos a partir de una búsqueda realizada utilizando los conceptos antes mencionados como palabras clave.



## **CAPÍTULO 1**

### **COMUNICACIÓN SOCIAL**

#### **1.1 COMUNICACIÓN**

La comunicación “está de moda”. Todo el mundo se vale de ella: las empresas para mejorar el clima de la organización y para crear una imagen definida de cara al mercado; los políticos no conciben el éxito sin campañas; cuando los gobiernos sienten que sus acciones son mal interpretadas es porque “ha fallado la comunicación”, y cuando, “se cae el sistema” informático, el mundo se viene literalmente abajo (Vizer, 2003).

Está visto que la comunicación ha significado para el hombre uno de los procesos más fundamentales para poder vivir en sociedad. Sociedad y comunicación son vocablos que designan dos realidades que no pueden existir la una sin la otra, ya que es por medio del acto comunicativo que se lleva a cabo el proceso social en su totalidad. De hecho, la comunicación es, esencialmente, un proceso que está presente en todas y cada una de las actividades del ser humano; es pues el vínculo fundamental en el que se basan todas las demás interacciones del hombre (Pineda, 2004).

Desde esta perspectiva si se intenta describir y analizar el proceso de comunicación, se llega, en un primer momento a hacer un recuento de los diferentes modelos de comunicación que han intentado formalizarlo.

Los primeros han sido modelos técnicos, elaborados para dar cuenta de la transmisión de las señales en los sistemas de comunicación. Concebida al principio como una relación lineal entre una fuente y un destinatario. Sin embargo,

pronto se vio que los esquemas que se inspiran en los funcionamientos mecánicos no pueden esclarecer más que parcialmente la comunicación humana, ya que la comunicación también se ha revelado como un proceso interactivo.

Pero también se ha visto que la comunicación, apoyada esencialmente en el lenguaje, se ha estudiado entonces a través de modelos lingüísticos; pero estos también tienen sus límites. La comunicación es ciertamente una relación por medio del lenguaje, pero al mismo tiempo una relación psicosocial. Es necesario, pues, abordarla también desde este ángulo (Marc & Picard, 1992).

## **1.2 MODELOS DE COMUNICACIÓN**

### **MODELO TÉCNICO**

Dentro de los modelos técnicos, el modelo de referencia es sin duda el de Shannon y Weaver (1949, citado en Fischer, 1990) que presenta la comunicación como la transferencia de un mensaje bajo la forma de señal, desde una fuente de información, y por medio de un emisor y un receptor; esta transmisión puede ser afectada por fenómenos parasitarios llamados “ruidos”. En este esquema lineal en el que los polos definen un origen y señalan un final la comunicación se basa en la cadena de los siguientes elementos constitutivos: la fuente que produce un mensaje, el *codificador* o emisor; que transforma el *mensaje* en signos a fin de hacerlo transmisible, el *canal*, que es el medio utilizado para transportar los signos, el *descodificador* o receptor, que reconstruye el mensaje a partir de los signos, y el *destino*, que es la persona o cosa a la que se le transmite el mensaje.

Llama la atención la lógica utilizada en este modelo explicativo ya que no tiene en absoluto en cuenta el significado de los signos, es decir, el sentido que les atribuye el destinatario, ni la intención que preside su emisión (Mattelart, A. & Mattelart, M., 1997).

### **MODELO LINGÜÍSTICO**

Sin embargo los modelos lingüísticos son una de las tentativas más fecundas para proponer un modelo de análisis de la comunicación. Por ejemplo el de Roman Jakobson (1984). Este ha subrayado que no se puede asimilar un intercambio de mensajes a la transmisión física de la información. Es necesario, pues, describir la comunicación humana en toda la complejidad de los elementos que hace intervenir.

“El *destinador* manda un *mensaje* al *destinatario*. Para que sea operante el mensaje requiere un *contexto* de referencia, (un “referente”), que el destinatario pueda captar, ya verbal, ya susceptible de verbalización; un *código* del todo, o en parte cuando menos, común a destinador y destinatario, y por fin, un *contacto*, un canal físico y una conexión psicológica, que permita tanto al uno como al otro establecer y mantener una comunicación. “(Jakobson, 1984)

### **MODELO PSICOSOCIOLOGICO**

Para abordar los modelos psicosociológicos de la comunicación se puede partir del modelo propuesto por Anzieu y Martin (1971, citado en Fischer, 1990). Este

modelo es susceptible, según ellos, de suplir carencias de un modelo “formal” “incapaz de advertir las interpretaciones erróneas, incomprensiones paradójicas, los más flagrantes contrasentidos y los conflictos más evidentes” Intenta integrar la situación de los que hablan y su campo de conciencia.

Este modelo incluye tres elementos:

1- La personalidad de los participantes: Definen la identidad de los interactuantes. “Una historia personal, un sistema de motivaciones, un estado afectivo, etc.”, todos estos elementos tienen un impacto sobre la comunicación.

2- La situación común: La comunicación hace posible la acción sobre otros en el interior de una situación definida.

3- La significación: Los hombres no solo comunican una cierta cantidad de información sino que también intercambian significaciones. Éstas son el resultado de símbolos que inducen a asociaciones de sentido.

La comunicación no es solamente verbal sino que también implica gestos, mímica, movimientos, actitudes posturales. Es decir, “comunicación no verbal”. (Marc & Picard, 1992).

Debido a que los aspectos, bajo los que se puede enfocar la comunicación, son numerosos, no es de esperarse que todas las definiciones de este concepto se ajusten perfectamente entre sí. Sin embargo, la mayor parte de las definiciones concuerdan en los puntos principales. Estos pueden ilustrarse con la siguiente selección de ejemplos:

"Bajo comunicación se entiende el mecanismo por medio del cual existen y se desarrollan relaciones humanas; es decir, todos los símbolos de la mente junto con los medios para transmitirlos a través del espacio y preservarlos en el tiempo" (C. H. Cooley, 1902, citado en Fischer, 1990).

".....para definir la comunicación como el proceso por medio del cual el individuo (el comunicador) transmite estímulos (generalmente símbolos verbales) para modificar el comportamiento de otros individuos (perceptores) (C. I. Hovland, 1951, citado en Vera, 2005).

"Un acto de comunicación entre dos personas es completo, cuando éstas entienden, al mismo signo, del mismo modo" (D. I. Iswell 1948, citado en Fischer, 1990)

"Existe comunicación cuando una fuente de mensajes transmite señales, por medio de un canal, hacia el receptor en su destino"(G. A. Miller, 1978 citado en Fischer, 1990).

"El concepto de comunicación incluiría todos aquellos procesos por los cuales las gentes se influyen unas a otras"(C. R. Wright 1929, citado en Maletzke, 1992)

A la hora de definir el concepto de comunicación humana, existe el riesgo, dada la importancia de la comunicación en los procesos sociales, de entender todo acto humano, o al menos todo acto social, como comunicación: especialmente si se parte de la definición clásica que Max Weber hace de acción social:

“La acción social es cualquier actitud o conducta en la medida en que el agente o agentes de la misma asocien un sentido (o significado) subjetivo a la misma”

Numerosos autores, a la hora de definir el concepto de comunicación, ponen especial énfasis en los procesos de retroalimentación e interactividad entre emisor y el receptor. De esta forma, inciden en diferenciar un acto de comunicación de lo que podría considerarse una simple transmisión de información sobre algo a otra persona. Entendiéndolo de esta forma, tan solo se puede hablar de comunicación en la medida en que existe una relación interactiva en la que el emisor tiene la intención de transmitir y significar y, por parte del receptor hay, como mínimo una comprensión del mensaje (Espinar, Frau, González & Martínez, 2006).

Bajo el concepto "comunicación", en su sentido más amplio, debe entenderse el hecho fundamental de que los seres vivos se hallan en unión con el mundo. Pero en general, en el lenguaje científico, se suele estrechar el concepto al hecho de que los seres vivos se hallan en relación entre sí, de que pueden comunicarse, que son capaces de expresar el proceso y situaciones interiores; y dar a conocer, a las otras criaturas, las circunstancias o también animarlas a un comportamiento específico. Este proceso representa para la investigación científica un problema extremadamente complejo y variado con el que se ocupan numerosas disciplinas científicas; así, la retórica, como parte de la filosofía aristotélica; además, la filosofía del idioma, la lingüística, la fonética, la estilística, la semántica, la cibernética, la teoría de la información y comunicación, la psiquiatría y la psicología (Ortigosa, 2006).

Es claro que los límites entre estos campos especializados no son fijos y el hecho ha llevado a que aparezcan una serie de importantes colaboraciones que no pueden ser ordenadas categóricamente dentro de una ciencia, de tal modo que por lo menos en los Estados Unidos, casi ya es posible hablar propiamente de una ciencia de la comunicación.

Tres son los factores fundamentales que forman el armazón de los procesos de comunicación:

- Una persona que expresa algo,
- lo expresado; o sea el mensaje,
- una persona que recibe lo expresado

El campo de la comunicación debe entenderse como el sistema de reacciones entre estos tres factores fundamentales (Maletzke, 1992).

Se suelen diferenciar diversas formas de comunicación, que son abordadas desde diferentes disciplinas, y a partir de distintos planteamientos teóricos y metodológicos, En este sentido, una diferenciación clásica es la que distingue entre comunicación intrapersonal, interpersonal, organizacional y de masas.

La comunicación intrapersonal consiste en un proceso cognitivo que tiene lugar en el interior de nosotros mismos. Miguel Rodrigo Alsina (2001, citado en Espinar, 2006) define esta forma de comunicación como “el procesamiento humano de la

información por parte del individuo”. De alguna manera, todos estamos constantemente en conversación con nosotros mismos, ya sea para planificar nuestras vidas, adoptar una decisión, controlar reacciones impulsivas, etc.

La comunicación interpersonal ha sido ampliamente tratada desde diferentes disciplinas. Incluso muchas de las teorías más influyentes en el campo de la comunicación, no se podrían entender si se prescinde de la comunicación interpersonal ( Espinar, 2006)

Tomando un punto de inicio y enumerando las características que ésta tendría:

- La necesaria proximidad física entre los interlocutores,
- la interdependencia de ambas partes entendida como una secuencia próxima en el tiempo de acción-reacción,
- el grado de empatía existente y, por último,
- la interacción y la asunción del papel que cada interlocutor desempeña en la comunicación.

En otras palabras, en la comunicación interpersonal se asume el papel activo de los interlocutores, sin especificar a quien le corresponde la actividad. Asimismo, también se asume un escaso grado de intervención de mecanismos de intermediación.



Esta afirmación refuerza la tesis de la necesaria proximidad o, al menos, un cierto grado de conocimiento del entorno físico del interlocutor con el que mantenemos la comunicación (Llorca, 2005).

Otra forma de comunicación fundamental y que en la actualidad va siendo objeto de cada vez mayor atención es la comunicación en las organizaciones (o comunicación organizacional). Desde el estudio de la comunicación en las organizaciones, se ha venido considerando tanto los diferentes procesos de comunicación externa (comunicación de las organizaciones con actores externos) como de comunicación interna (comunicación entre los miembros de una misma organización), así como las relaciones entre ambas dimensiones comunicativas.

Finalmente, si hay un campo de especial interés, este no es otro que el de la comunicación de masas. En este sentido, la comunicación de masas no puede identificarse mera y exclusivamente con una serie de actividades de entretenimiento ni puede reducirse a algo marginal para la vida de la mayor parte de las personas (Ortigosa, 2006).

Como lo plantea el sociólogo británico Anthony Giddens (1993), “los medios de comunicación de masas son las formas básicas de acceso al conocimiento del que depende gran parte de nuestra vida en sociedad; y están relacionados con muchos otros aspectos de nuestras actividades sociales”.

Esta área de la comunicación humana ha recibido diferentes denominaciones: comunicación de masas, comunicación colectiva, comunicación social. Cada unos

de estos términos se diferencia del resto en matices pero, en esencia, hacen referencia a un mismo fenómeno.

El propio concepto de comunicación de masas resulta ser especialmente conflictivo. Por un lado, todavía hoy se carece de una definición consensuada de lo que puede considerarse comunicación, especialmente a partir del desarrollo de los medios de comunicación de masas y, de forma acentuada, con los cambios derivados de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información (Espinar, 2006).

### **1.3 COMUNICACIÓN SOCIAL**

El fenómeno comunicativo, aun siendo un elemento clave de la vida en sociedad y, en definitiva, de la existencia humana, ha sido tratado con pretensiones claras de conocimiento científico sólo desde hace relativamente poco tiempo.

Sin duda, ha sido la irrupción, implantación y desarrollo de la comunicación de masas o comunicación social lo que ha desencadenado un creciente interés, por parte de diversas disciplinas científicas, con relación al estudio de los procesos de comunicación (Espinar, 2006).

La existencia de una comunicación de masas requiere la existencia previa o simultánea de una sociedad de masas (Wolf, 2000, citado en Llorca, 2005). El término “comunicación” adquirió su relación con los medios de comunicación de

masas con la consolidación de éstos en el primer tercio del siglo XX. Posteriormente, la comunicación de masas se caracterizaría por cierto grado pasividad de uno de los interlocutores, la existencia de un elevado grado de intermediación comunicativa y el escaso margen de reacción del sujeto receptor.

Como la comunicación es un fenómeno sumamente complejo, se obtiene, bajo diversos criterios, diversas clasificaciones de la comunicación. De las innumerables posibilidades que se presentan, se exponen aquí tan sólo aquellas parejas de términos que tienen importancia fundamental para establecer aquello que se debe entender bajo "comunicación social". Tales son las formas de comunicación:

- a) directa e indirecta
- b) recíproca y unilateral
- c) privada y pública

### **COMUNICACIÓN DIRECTA E INDIRECTA**

Cada comunicación se realiza sea directamente, inmediata, sin intermediarios, cara a cara; o indirectamente, mediata, transmitida a través de una distancia de espacio, tiempo o de espacio-tiempo entre las partes de la comunicación.

Le falta a la escritura (lo mismo que a la palabra impresa) el doble sentido de la expresión; a saber, por una parte, la expresión del enfrentante visual, y por otra, la expresión acústica; le falta con ello dos factores que, tratándose de la comunicación directa, apoyan y facilitan en alto grado la comprensión recíproca. El lector de lo escrito o de lo impreso háyase reducido en buena parte al aspecto de contenido o de sentido; a lo más, obtiene la ayuda de un "escucha interno" de la expresión acústica. En general, tratándose de la lectura, es mayor la posibilidad de una interpretación errónea, que en la comunicación directa.

La comunicación indirecta se halla caracterizada por una distancia temporal o por una espacial, o por una distancia espacial-temporal. Es la distancia al telefonar, en la comunicación radiofónica y en las transmisiones vividas en la radio y en la televisión; háyanse separados generalmente los participantes en espacio y tiempo, la comunicación social es siempre una comunicación indirecta (Llorca, 2005).

## **COMUNICACIÓN RECÍPROCA Y UNILATERAL**

La comunicación siempre se efectúa, sea recíprocamente, como por ejemplo en la conversación personal, en la que las partes cambian continuamente sus papeles de emisores y perceptores; o unilateralmente o sea sin cambio de papeles de tal modo que en la comunicación unilateral una parte continuamente emite y la otra continuamente percibe los mensajes.

El que esta dimensión no es en manera alguna idéntica con la de la comunicación directa o indirecta, resulta del hecho de que en la práctica es posible evidenciar las cuatro combinaciones entre las dimensiones "recíproca-unilateral" y "directa-indirecta". Recíproca-directa es la comunicación en la conversación personal, cara a cara. Una comunicación recíproca-indirecta existe al telefonar o conversar por radio. Unilateral--directa es la comunicación en una conferencia. Unilateral-indirecta es, por fin, la comunicación mediante la palabra escrita e impresa (carta, telegrama, periódico, revista, libro), o los discos y el cine, la radio y la televisión (Lorente, Bernete, & Becerril, 2004).

Las partes, en una comunicación social, están unidas siempre solamente a través de un medio técnico; y este medio está siempre construido en tal forma que los mensajes son transmitidos sólo a una dirección; es decir, que los papeles de las partes no pueden cambiar a voluntad sino que están preestablecidos por las características del medio (Kiss & Castro 2004).

## **COMUNICACIÓN PRIVADA Y PÚBLICA**

Si lo expresado se dirige exclusivamente a una persona determinada o a un número limitado de personas definidas de manera inequívoca, calificamos a esta comunicación de privada. Por el contrario, si la intención del informante es de que el mensaje llegue a cualquiera que está en posición de obtener acceso a él y con el deseo de dirigirse a lo expresado, es decir, si el círculo de los perceptores no

está estrechamente delimitado ni claramente definido por el informante, la comunicación tiene el carácter de social o pública.

Ya que lo expresado en la comunicación social fundamentalmente no está dirigido a un grupo delimitado, inespecíficamente determinado en este sentido, la comunicación social es fundamentalmente siempre "pública" (Maletzke, 1992).

La comunicación social tiene lugar a partir de una persona o un grupo de personas mediante un dispositivo de transmisión (un medio) hacia grandes audiencias o mercados. La comunicación masiva o social actual comprende tres características principales:

1. Un mensaje se envía mediante algún tipo de sistema de comunicación masiva (tal como internet, un medio impreso o una transmisión electrónica de radio o televisión).
2. El mensaje se distribuye rápidamente.
3. El mensaje llega simultáneamente, o en un intervalo de tiempo muy breve, a grandes grupos de diferentes tipos de personas (Biagi, 2009).

Entre los cambios más importantes en el sistema de comunicación, derivados del desarrollo de las tecnologías de la comunicación y la información, se encuentra la modificación de la estructura unidireccional en la emisión de mensajes a través de los medios de comunicación colectiva. Previo al desarrollo y crecimiento de Internet en el ámbito mundial, los medios de comunicación colectiva estuvieron asociados a complejos sistemas electrónicos y al funcionamiento de

organizaciones de comunicación que elaboraban y transmitían mensajes. Los nuevos medios no facilitan únicamente otras formas de interacción social, crean nuevos contextos para la acción y la comunicación, reestructuran las relaciones sociales existentes, contribuyen con nuevos espacios para la auto-presentación y la percepción de los demás, sino que en su dinámica coexisten procesos como la construcción del sujeto de la enunciación, la virtualidad en la interacción y el intercambio textual; los cuales están relacionados con el establecimiento de una interacción interpersonal mediatizada por la tecnología, más que a las consecuencias o procesos derivados de tal modalidad de comunicación humana (Kiss, 2004).

## **CAPÍTULO 2**

### **WEB 2.0 Y REDES SOCIALES**

#### **2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS**

En agosto de 1995 Netscape –compañía pionera desarrolladora de la que durante los primeros años de vida de Internet fue la aplicación más importante e influyente: el navegador de Internet– salía a bolsa en el NASDAQ (bolsa de valores electrónica y automatizada más grande de los Estados Unidos de Norteamérica) estadounidense. Este hito se considera el inicio de la primera fase del *boom* de Internet, que en poco más de cinco años acabó con la explosión de la burbuja financiera que había sido generada por las expectativas de negocio de las primeras empresas. Durante los primeros años de Internet hubo una gran revolución tecnológica que hizo que Internet, y más exactamente la World Wide Web (o simplemente la Web), el sistema de hipertexto que permite navegar a través de la información que circula por la Red de una forma sencilla y transparente, revolucionó la vida de los miles de usuarios y la de muchas industrias para siempre (Argüelles, 2013).

Poco menos de diez años después, en la primera conferencia de O'Reilly Media, Tim O'Reilly, su fundador, acuñaba el término Web 2.0 para referirse a la nueva revolución que estaba sufriendo Internet. Sin embargo, esta vez la revolución no hace referencia sólo a la tecnología (de hecho, la Web 2.0 no introduce ninguna especificación nueva sobre lo que es la Web, cosa que ha hecho que el creador original de la Web, Tim Berners-Lee haya cuestionado lo apropiado del nombre), sino también a las personas. La Web 2.0 es la explosión, vertebrada por la



evolución de determinadas tecnologías, de la necesidad que tienen las personas de mostrar lo que son y lo que les gusta al resto de la sociedad (Domingo, González & Lloret, 2008).

La principal diferencia entre la web 2.0 y su predecesora, la web 1.0, se suele definir, desde el campo teórico, en términos de un cambio en el paradigma comunicativo que rige sus dinámicas, el cual transita hacia dinámicas activas de participación de los sujetos. Mientras la segunda se caracteriza por unos usuarios que se limitan a la posición de receptores pasivos de servicios, en su sucesora, ya estos no solo resultan “receptores activos e interactivos” (Cebrián, 2008), sino que devienen productores de contenidos –como en el caso de la blogosfera–, a la vez que “participan del valor (intercambio) y colaboran en el desarrollo de la tecnología” (Campos, 2008).

La exuberancia propia de la naturaleza fenomenológica de la Web 2.0 se sustancia en un número y en una variedad creciente de servicios, herramientas, aplicaciones, plataformas, etc. Se observa, sin embargo, cierto frenazo en el uso de tales elementos, debido precisamente a esa proliferación. Hay que dar cuenta, en estos últimos años, de la aparición de una oferta creciente de servicios para gestionar tanto las relaciones online, como la creación y publicación de contenidos de todo tipo; hay muchas más posibilidades para que una persona se exprese en la Red y, por lo tanto, ya no es tan importante identificar una aplicación o un servicio estrella, sino la combinación acertada en cada momento. Una combinación que será, necesariamente, construida con elementos heterogéneos y

cambiantes y que, además, tendrá que integrarse con el entorno específico definido por el usuario (Fumero & García, 2008).

Web 2.0 es una forma de entender Internet que, con la ayuda de nuevas herramientas y tecnologías informáticas, promueve que la organización y el flujo de información dependan del comportamiento de las personas que acceden a la red, permitiéndose a éstas, no sólo un acceso mucho más fácil a los contenidos, sino su participación, tanto en la clasificación de los mismos como en su construcción, y todo esto mediante herramientas cada vez más fáciles de usar y más intuitivas (Jiménez, 2013).

En esta nueva forma de trabajar y relacionarse, Internet ya no es un gran almacén estático de información que además tiene dueño, sino un punto de encuentro donde convergen grupos, y los propios usuarios son los que colaboran e interaccionan entre sí para generar la información. Asimismo, esta visión comunal del conocimiento está ligada al desarrollo de aplicaciones que residen en Internet y a la gratuidad de su uso (Polo, 2009).

Desde 2004 se viene insistiendo en la web 2.0 como un impulso de la web 1.0 para resaltar el factor social que introduce. Si en la Internet anterior los procesos comunicativos iban de uno a uno o a muchos, en la nueva todo se abre para que sean directamente los usuarios quienes desarrollen sus propios procesos comunicativos. Frente a la web impulsada por una institución, empresa o persona, surge la web en la que los participantes se sitúan al mismo nivel. Se parte de la concepción de la web 2.0 como algo que va más allá de la acepción técnica, o

puramente instrumental, para profundizar en su dimensión comunicativa e informativa. No se entra en la descripción de su funcionamiento informático, sino que se pasa directamente a examinar el cambio producido en los procesos de interrelaciones de las personas o grupos sociales que intervienen en su aplicación, así como en las repercusiones que este enfoque tiene en la generación de un nuevo modelo comunicativo. No es sólo un mero cambio sino una transformación profunda producida por la intervención de la propia sociedad civil, la auténtica gestora de las redes sociales de comunicación (Cebrián, 2008, Taberero, 2010).

## **2.2 CARACTERÍSTICAS DE LAS REDES SOCIALES**

De acuerdo con Boyd y Ellison (2007 citado en Flores, Morán & Rodríguez, 2009), una red social se define como un servicio que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y ver y recorrer su lista de las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema. La naturaleza y la nomenclatura de estas conexiones pueden variar de un sitio a otro.

La creación de redes sociales es un fenómeno que ha existido desde el comienzo de las sociedades. Los seres humanos siempre han buscado vivir en entornos sociales. La proliferación de nuevas aplicaciones en línea y su extensión a las prácticas cotidianas están influyendo sobre cómo las sociedades se apropian de las redes sociales. Los sitios web de creación de redes sociales son aplicaciones en línea que en un nivel muy básico han impulsado la creación de redes sociales

en Internet, como consecuencia del avance tecnológico. En menos de cinco años, estos sitios han pasado de ser una actividad especializada en línea a convertirse en un fenómeno en el que participan decenas de millones de usuarios de Internet (Casacuberta, 2013, Flores, 2009).

Surge a mediados de esta década un nuevo fenómeno tecnológico y social: las redes sociales. Estas interconexiones surgidas desde los propios usuarios sirven para mantener amistades, conocer gente nueva, entretenerse, crear conjuntamente movimientos, compartir fotografías, comentar nuevos estados de ánimo (Sábada, 2012).

Esta nueva situación requiere un análisis pormenorizado de los orígenes que fomentan la irrupción de estos nuevos escenarios sociales y las consecuencias o repercusiones que pueden tener a nivel global. Las grandes protagonistas actuales de la sociedad digital son las redes sociales. Nadie cuestiona ya el imparable poder que están adquiriendo y la importancia que tendrán, en no mucho tiempo, como generadoras de nuevas formaciones mundiales, que quién sabe si transmutarán hacia nuevas y complejas asociaciones sociales universalizantes que aún ni somos capaces de imaginar (Polo, 2009).

Las redes sociales nacen como una reunión de personas, conocidas o desconocidas, que interactuarán entre sí, redefiniendo al grupo y retroalimentándolo. Esta idea enlaza con la cultura de la web 2.0 que no es sino un nuevo modismo para tildar lo que antes definíamos como “hacer algo en grupo”. La gran ventaja que supone el trabajo grupal es que prospera por el

esfuerzo de todos los intervinientes. Lo que un individuo no alcanza a aportar, puede ser fruto del trabajo conjunto. Así es como las páginas 2.0 se alimentan de lo que añade cada usuario, de manera no unidireccional sino que, pese a que un elemento lleve la batuta, comenzando a esbozar un planteamiento o idea, es el conjunto de los internautas con sus respuestas, referencias, opiniones y desacuerdos el que hace que la página, y por ende el flujo de la comunicación, funcione y crezca (Caldevilla, 2010).

Hay diversos factores que han llevado a considerar las implicaciones de estas tecnologías sobre la elaboración de políticas; su generalización en la interacción social cotidiana es una prueba de la disposición de los usuarios a aceptar los sitios de creación de redes sociales como parte de su interacción social. Sitios como *Facebook*, *Friendster* y *LinkedIn* han suscitado nuevas formas y nuevos medios de establecer, mantener y cultivar relaciones sociales. La popularidad de estos sitios, especialmente entre los jóvenes, parece estar afectando a la forma en la que estos usuarios utilizan estas aplicaciones. La creciente dependencia respecto de la tecnología para la comunicación básica subraya la importancia de analizar cómo tales medios de comunicación están integrados en los procesos diarios. La literatura en este campo sugiere que se necesita una mayor investigación para entender las consecuencias y repercusiones potenciales de las redes sociales (Cachia, 2008).

Las redes sociales basadas en Internet han explotado. Los datos son espectaculares. *MySpace* y *Facebook* a la cabeza y *LinkedIn* como referente de

red social profesional, pero con un buen pelotón de alternativas. Ellas en sí mismas han co-evolucionado con los tiempos y permitido un concepto de red social mucho más allá. ¿Hacer amigos o tener conocidos? Todo sirve.

Se desarrollan lazos débiles que en ocasiones permiten perspectivas nuevas. Pero las redes sociales orientadas a generar innovación necesitan densidad de tráfico. Importa tanto la cantidad como la calidad de las conexiones. Ciertamente que una idea puede venir de un lazo débil, pero su implantación, la innovación que visita el territorio de la realidad y de los hechos, requerirá las más de las veces lazos fuertes. No obstante, los lazos débiles pueden servir en cierto momento del proceso de innovación abierta (Villota, 2008).

En la medida que las redes sociales basadas en Internet sean capaces de reflejar ecosistemas amplios de relaciones, pueden contribuir a abrir la innovación. Si simplemente se utilizan de forma conservadora para buscar similitudes y características comunes entre los nodos, poco puede avanzarse. La lente a usar es diferente. No sirve con explotar las conexiones de las zonas confortables. (Iturbe-Ormaetxe, 2008).

En ese contexto se consolida la conocida como Web 2.0, siendo las redes sociales, entendidas en sentido amplio – desde las orientadas a compartir contenidos de todo tipo a las específicamente dedicadas a la gestión online de contactos personales y/o profesionales– el máximo exponente de un fenómeno que ha trascendido ya la retórica posmoderna del cambio de versión informática que la viera nacer (Crovi, 2010).

Hay muchas formas de racionalizar la característica social de esta Web 2.0, una es la consideración de la emergencia de un amplio espectro de redes sociales sobre una plataforma web que se renueva, ofreciendo nuevas funcionalidades sobre las tecnologías que le dieron origen. Este enfoque nos lleva a considerar un tipo de redes sociales centradas en el contenido –el cual se genera en colaboración– y otras enfocadas en la gestión de las relaciones (sociales) con otras personas (*networking*). La realidad que ofrece la Red muestra una hibridación de ambos extremos (plataformas para crear, editar y compartir contenido generado por el usuario, (User Generated Content [UGC]); y servicios *online* para el *networking social* (Online Social Networking [OSN]) que, a su vez, se consolidan para ofrecer ese conjunto de servicios básicos con un valor añadido marginal (Fumero, 2008).

### **2.3 CLASIFICACIÓN DE LAS REDES SOCIALES EN INTERNET**

La joven historia de las aplicaciones sociales tiene su comienzo en la crisis informática del año 2003 donde casi todas las empresas que habían crecido al alimón de los mercados financieros se declaraban en quiebra y cerraban sus portales de Internet por la falta de visitas. Son entonces los usuarios los que cobran protagonismo. Inspirados en la mensajería instantánea y en la proliferación de los foros de discusión, tres norteamericanos crean en ese momento, sendas empresas destinadas a que los internautas puedan hablar entre ellos y conocerse mejor (Domingo, 2008).

Y curiosamente, los tres estaban relacionados entre sí a través de una de sus compañías, Friendster en la que todos intervinieron. Se trata de Marc Pincus, Reid Hoffman y Jonathan Abrams que ponen en marcha respectivamente *Tribe.net*, *LinkedIn* y *Friendster*, las tres primeras redes sociales de Internet. Sea como fuere, en este año 2003 comienza la recuperación de la economía digital, al mismo tiempo que estas tres redes sociales empiezan a incrementar su número de usuarios. Una de ellas, *Friendster*, se haría famosa ese mismo año a raíz de las elecciones generales primarias en Estados Unidos, ya que alguno de los candidatos la empleó intensamente en su campaña. El tráfico se incrementó de tal forma que los servidores no aguantaron y se tuvieron que tomar nuevas medidas tecnológicas (Caldevilla, 2010).

Las redes sociales propician la interacción de miles de personas en tiempo real. Estas no son otra cosa que máquinas sociales diseñadas para fabricar situaciones, relaciones y conflictos. Y se pueden clasificar de la siguiente manera:

1. Por su público objetivo y temática

- 1.1 Redes Sociales Horizontales: Son aquellas dirigidas a todo tipo de usuario y sin una temática definida. Los ejemplos más representativos del sector son *Facebook*, *Twitter*, *Orkut*, *Identic*.

- 1.2 Redes Sociales Verticales: Están concebidas sobre la base de un eje temático agregador. Su objetivo es el de congregar en torno a una temática definida a un colectivo concreto. En función de su especialización, pueden clasificarse a su vez en:



- a) Redes sociales verticales profesionales: Están dirigidas a generar relaciones profesionales entre los usuarios. Los ejemplos más representativos son *Viadeo, Xing y Linked In*.
- b) Redes sociales verticales de ocio: Su objetivo es congrega a colectivos que desarrollan actividades de ocio, deporte, usuarios de videojuegos, fans, etc. Los ejemplos más representativos son *Wipley, Minube Dogster, Last.FM y Moterus*.
- c) Redes sociales verticales mixtas: Ofrecen a usuarios y empresas un entorno específico para desarrollar actividades tanto profesionales como personales en torno a sus perfiles (Area, 2008).

## 2. Por el sujeto principal de la relación

2.1 Redes sociales humanas: Son aquellas que centran su atención en fomentar las relaciones entre personas uniendo individuos según su perfil social y en función de sus gustos, aficiones, lugares de trabajo, viajes y actividades. Ejemplos: *Koornk, Dopplr, Youare y Tuenti*.

2.2 Redes sociales de contenidos: Las relaciones se desarrolla uniendo perfiles a través de contenido publicado, los objetos que posee el usuario o los archivos que se encuentran en su ordenador. Ejemplos: *Scribd, Flickr, Bebo, Friendster*.

2.3 Redes sociales de inertes: Conforman un sector novedoso entre las redes sociales. Su objeto es unir marcas, automóviles y lugares. Entre estas redes sociales destacan las de difuntos, siendo éstos los sujetos principales de la red. El ejemplo más llamativo es *Respectance* (Flores, 2009).

### 3. Por su localización geográfica

3.1 Redes sociales sedentarias: Este tipo de red social muta en función de las relaciones entre personas, los contenidos compartidos o los eventos creados.

Ejemplo: *Rejaw, Blogger, Kwippy, Plaxo, Bitacoras.com, Plurk.*

3.2 Redes sociales nómadas: A las características propias de las redes sociales sedentarias se le suma un nuevo factor de mutación o desarrollo basado en la localización geográfica del sujeto. Este tipo de redes se componen y recomponen a tenor de los sujetos que se hallen geográficamente cerca del lugar en el que se encuentra el usuario, los lugares que haya visitado o aquellos a los que tenga previsto acudir. Los ejemplos más destacados son *Latitud, Brighkite, Fire Eagle y Scout.*

### 4. Por su plataforma

4.1 Red social *MMORPG* y metaversos: Normalmente contruidos sobre una base técnica Cliente-Servidor (*WOW, SecondLife, Lineage*).

4.2 Red social web: Su plataforma de desarrollo está basada en una estructura típica de web. Algunos ejemplos representativos son *MySpace, Friendfeed y Hi5* (Flores, 2009).

## 2.4 USO DE LAS REDES SOCIALES EN INTERNET

Con el acceso público a Internet, la sociedad ha experimentado una profunda transformación de su sistema comunicativo; estos cambios no sólo se han presentado en el ámbito tecnológico sino, de manera determinante, en las formas en que nos relacionamos con los demás y con el medio tecnológico que nos convoca. Entre las innumerables innovaciones que la Red Internet ofrece, y que constituyen una de las transformaciones más significativas en el mercado de las comunicaciones electrónicas, se encuentra la interacción interpersonal, la cual es posible a través del correo electrónico y las conversaciones en línea (*chat room*), mecanismos de comunicación personalizada, que se han masificado en un periodo relativamente breve y que nos permiten, en nuestra calidad de usuarios, generar relaciones comunicativas específicas con un sistema tecnológico personalizado (Kiss, 2004).

El fenómeno de las redes sociales ha revolucionado el concepto de relación social clásica y la inversión del tiempo libre. En ellas se buscan contactos con aquellos con los que se perdió el trato, se mantienen amistades, se ponen al día de la vida de los demás, se conoce a gente nueva o incluso se encuentra trabajo. Sin embargo, las redes sociales despiertan un debate en torno a la privacidad, los riesgos de estas nuevas relaciones, la adicción a estar interconectado con cientos de amigos, el descenso de la productividad en el trabajo, (Caldevilla, 2010).

Se pueden destacar cuatro empleos generales que fomentan el uso y, en ocasiones, abuso de las redes sociales. Son varios los perfiles de los usuarios en

cuanto a nivel cultural, sociológico, geográfico. Sin embargo cualquier usuario converge en la necesidad de interactuar con otra gran masa de internautas a los que se quiere sentir psicológicamente unido.

1. Mantenimiento de amistades: significa seguir en contacto con amigos, colegas o excompañeros de trabajo, conocidos de verano, quienes, de no ser por estos servicios, irían perdiendo relación como ha ocurrido desde tiempos inmemoriales previos al despunte de las redes sociales.
2. Nueva creación de amistades: Si bien las redes mantienen el contacto entre personas que se conocen, cada una de las personas que participa, relaciona de una forma u otra, a su contactos con segundas o terceras personas, que pueden a su vez interactuar y conocerse. Así el amigo de un amigo, puede llegar a ser contacto y posteriormente amigo de un tercero. Esto converge en la teoría de “Seis grados de separación” de Frigyes Karinthy. El cual apuntaba que no se requiere contactar con más de seis personas para encontrar a alguien siguiendo sus redes de amigos y conocidos. Lo que equivale a afirmar que cualesquiera dos personas del planeta están vinculadas, sin saberlo y sólo habría que recurrir a seis “pasos intermedios” para establecer dicha relación.
3. Entretenimiento: Aunque las redes sociales sirven para interactuar y acrecentar las relaciones, también hay un perfil de usuarios de éstas que las usa como portal de entretenimiento, sin más pretensiones. Exploran las actualizaciones del estado de algunos usuarios, se ponen al día sobre vidas ajenas, descubren los nuevos colegas de antiguos

compañeros de clase. Es el recurso de observar lo que acontece sin ser visto (voyerismo). Este Cotilleo 2.0, como podría llamarse, supone una forma de relación específica de este tipo de comunicación. Pero no sólo estas posibilidades nos ofrece el mundo 2.0 sino que existen otras aplicaciones creadas por las propias redes sociales, que hacen que el usuario participe más activamente o pase más tiempo conectado fomentando la interacción, casi segura, con algún otro contacto. Un buen ejemplo de esto, es la famosa granja de *Facebook*. Una aplicación que compromete al usuario a la creación y cuidado de una “granja en línea” que requiere de una constante atención y control.

4. Gestión interna de organizaciones empresariales: sin duda, este uso está circunscrito a empresas dentro de cuya estructura se crean redes sociales privadas para agilizar trámites, comunicaciones, conferencias, informes o se crean otras redes simplemente para poder estar en contacto con profesionales del sector, tanto a nivel laboral como personal (Area, 2008,,Caldevilla, 2010).

## **CAPÍTULO 3**

### **SOCIALIZACIÓN**

#### **3.1 PROCESO DE SOCIALIZACIÓN**

Todos los seres vivos necesitan mantener dinámicas de interacción para poder sobrevivir. Este proceso es necesario en la parte biológica. En el caso específico de los seres humanos dicha interacción es sumamente importante en el ámbito social, y se le conoce como proceso de socialización (Herrera, Pacheco & Palomar, 2010, Tuñon, 2010).

Según Guy Rocher (citado en Vera, 2005) la socialización se puede definir como: el proceso por cuyo medio la persona aprende e interioriza en el transcurso de su vida, los elementos socioculturales de su medio ambiente, los integra a la estructura de su personalidad, bajo la influencia de experiencias y de agentes socializantes significativos, y se adapta así al entorno social en cuyo seno debe vivir.

La palabra proceso como puede intuirse implica la idea de movimiento, lo cual nos lleva a considerar la socialización como un proceso que se desarrolla a lo largo de toda la vida del individuo, en cuanto que el aprendizaje no tiene nunca final, no obstante hay que precisar que gran parte de este aprendizaje básico se lleva a cabo en los primeros años de vida. Esos elementos socioculturales son conocimientos, modelos, valores y símbolos, maneras de obrar, de pensar y de sentir, propias de los grupos, de la sociedad y del entorno en el que ha de vivir cada persona (Tortajada, 2013).

Dichos procesos hacen factible la pertenencia a grupos con los cuales se comparten una cantidad importante de rasgos, los cuales, a su vez sirven para ir formando la identidad personal y social del individuo (Andreú, 2003).

A nivel mundial y en los últimos años esta tendencia ha ido disminuyendo; es decir, la socialización con la base física tradicional se ha ido perdiendo. Ya no es tan valioso mantener interacción cara a cara, por ejemplo con los vecinos o con las personas más cercanas, las actividades sociales se han visto disminuidas, existe un encierro de las personas en sus propios límites (Díaz, 2007).

En el caso específico del Internet, permite la definición de lugares y puntos de encuentro no territoriales, en los cuales las personas pueden comunicarse aunque se encuentren en lugares lejanos el uno del otro, es decir que ya no es necesario estar en un mismo espacio físico para poder interactuar en tiempo real, además de las ventajas de la accesibilidad y movilidad de los dispositivos por los cuales se puede tener acceso a estos lugares.

Hay muchas personas para las que esta opción, representa una alternativa a la forma tradicional de socialización, la cual se da de manera espontánea y cara a cara; ya que se puede evitar el nerviosismo o la ansiedad que estas situaciones pueden generarles, en internet se facilita el interactuar con personas desconocidas, pues se puede mantener el anonimato al interactuar, para muchos esto constituye la “magia” de este tipo de relaciones. A su vez este medio puede considerarse como un atajo para entablar nuevas relaciones sin el gasto de tiempo y esfuerzo que implica una relación cara a cara (Parra, 2010, Winocur, 2001).

### **3.2 AGENTES SOCIALIZADORES**

Entre los mecanismos para ordenar la socialización de los individuos, suelen citarse las instituciones mediadoras que actúan en primera instancia, como la familia y la escuela. Según en qué momentos y lugares, los clanes, las iglesias o los medios de comunicación pública tienen cierta relevancia en el encauzamiento de los deseos, la aceptación de los hábitos y normas sociales, la interiorización de creencias y valores (Echeverría, 2008).

Para Parsons (1988) existen dos tipos de socialización, la primaria que se da en los primeros años de la vida y que forma la estructura básica de la personalidad, y la secundaria, que consiste en un adiestramiento de tipo más específico, orientado a la asimilación de los roles que el individuo ocupará sucesivamente. De la socialización primaria se ocupa fundamentalmente la familia en la mayoría de las sociedades, aunque no es la única agencia socializadora que intervine de forma directa o indirecta en esta fase de la socialización. De la socialización secundaria se ocupa principalmente la escuela, aunque tampoco es la única que interviene en este estadio de la socialización.

Por tanto, los responsables de la transmisión de las normas, valores y modelos de comportamiento son los llamados agentes de socialización, que son muchos y que juegan un papel de mayor o menor importancia según las características peculiares de la sociedad, de la etapa de la vida del sujeto y de su posición en la estructura social .



En la medida en que la sociedad se va haciendo más compleja y diferenciada, el proceso de socialización se hace también más complejo y debe, necesaria y simultáneamente, cumplir las funciones de homogeneizar y diferenciar a los miembros de la sociedad a fin de que exista tanto la indispensable cohesión entre todos ellos, como la adaptación de los individuos a los diferentes grupos y contextos sub culturales en que tienen que realizarse. Lo normal es que los agentes de socialización actúen de acuerdo a una serie de normas y de conductas en torno a las cuales se da un consenso de toda la sociedad, pero que también pueden competir entre sí transmitiendo diferentes contenidos que reflejan, por otra parte, la pluralidad de los valores y opiniones existentes en la sociedad (Andréu, 2003)

En todas las épocas, además de estos agentes formales (familia, escuela, organizaciones diversas), la socialización se produce como consecuencia del conjunto de interacciones en las que participa el individuo; y, por ello, siempre ha tenido una importante dimensión socializadora la interacción en el grupo de iguales, que tiene lugar en la vida cotidiana, fuera del marco escolar (salvo “el recreo”) o laboral; en lo que suele denominarse “tiempo libre”. Estas interacciones en los grupos no organizados formalmente (de amigos, compañeros, pares) han devenido más relevantes en las últimas décadas (Echeverría, 2008).

## **LA SOCIALIZACIÓN EN LOS ENTORNOS FAMILIARES**

Durante la infancia tienen lugar las primeras etapas –y probablemente las más decisivas- en la socialización de los niños y niñas. En cada sociedad se espera que la familia actúe como una especie de microsistema social, donde se respetan y se hacen respetar las normas y valores del conjunto. Asumir el rol de hijo o de hija significa de entrada aceptar la autoridad de los padres, los límites que ellos imponen a la conducta y, en general, las pautas que ellos establecen para las relaciones entre los miembros de la familia.

En la historia de la humanidad, la familia ha sido el agente de socialización más importante en la vida de las personas. Algunos de los cambios sociales producidos por los procesos de industrialización y modernización han llevado a una pérdida relativa de su relevancia ante la irrupción de otras agencias socializadoras como el sistema educacional, los grupos de amigos y los medios masivos de comunicación.

Sin embargo, su importancia sigue siendo capital, particularmente en los niños y adolescentes. La familia es el primer agente en el tiempo, durante un lapso más o menos prolongado tiene prácticamente el monopolio de la socialización y, además, especialmente durante la infancia, muchas veces selecciona o filtra de manera directa o indirecta a las otras agencias, escogiendo la escuela a la que van los niños, procurando seleccionar los amigos con los cuales se relacionan, controlando -supuestamente- su acceso a la televisión, etc. En este sentido, la familia es un nexo muy importante entre el individuo y la sociedad (Andreú, 2003).

Ese conjunto de relaciones sociales que se dan en el seno de la familia puede verse afectado por el uso que se haga de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), incluyendo entre ellas las tecnologías que ya son consideradas “tradicionales” como el teléfono, la radio o la televisión (Lorente, 2004).

## **LA SOCIALIZACIÓN EN LOS ENTORNOS ESCOLARES**

La primera institución de socialización secundaria (donde comienza la educación formal) también está experimentando cambios importantes como consecuencia de la aparición y uso de las TIC dentro y fuera de los centros.

La televisión principalmente -y en algunos contextos sociales la radio y la prensa- era “el aula fuera del aula” (Younis, 1993), una escuela paralela de enculturización para sujetos de todas las edades, que la propia escuela no podía ignorar, sino tomarla en cuenta e incluirla entre sus objetos de estudio en la medida de sus posibilidades, siempre limitadas.

Hoy el reto de las instituciones educativas, en todos los niveles, es muchísimo mayor en tanto que la accesibilidad y el manejo de las TIC por parte de la población incide de diversas maneras en la educación de niños, adolescentes y jóvenes escolarizados. No sólo proporcionan lenguajes, visiones del mundo, valores y pautas de comportamiento muchas veces distintas de las que se enseñan en los centros, sino que también presionan para transformar los modos de enseñar y aprender utilizando ciertas tecnologías.

Ahora, los padres y los educadores profesionales tienen que mediar entre lo que aparece en los medios de comunicación pública y lo que saben los hijos/ alumnos, si no quieren dejarles solos en la tarea de interpretar y dar sentido a esas emisiones. Pero además, tienen que saber usar las TIC para conocer lo que por ellas circula, cómo funcionan, qué puede encontrarse a través de ellas, qué usos son deseables e indeseables, qué riesgos se asumen (Rubio, 2010).

## **SOCIALIZACIÓN EN ADOLESCENTES Y JOVENES**

La caracterización y socialización de la adolescencia y la juventud actual se hayan íntimamente relacionadas con los nuevos medios y redes digitales. Hablar de juventud y medios digitales, es hacerlo de un fenómeno que está consiguiendo modificar de forma radical los modelos de uso del tiempo y las relaciones sociales. Es decir, el consumo que las y los jóvenes hacen de las redes digitales, y concretamente de internet, está transformando, no sólo el ocio y las formas de interacción de éste segmento de la población con su entorno, sino además, por extensión, de la sociedad en su conjunto (Galera, 2010).

Puede decirse que, por primera vez, son los individuos más jóvenes los que toman la iniciativa, actuando como conductores (*drivers*) en lo que se refiere al empleo de los medios y las funciones que emprenderán de forma intercomunicada. Algo así como una “socialización ascendente” en las TIC y sus usos, lo que también afecta al mundo adulto, con una mayor individualización y “disolución de vínculos claros – esto es, la informalización de las relaciones-“, pero que se corresponde con la

exigencia que tiene la juventud de desarrollar modos de empleo significativos de los medios (Rodríguez, 2013).

Se trata de pautas de uso que no son arbitrarias, sino que responden a una elección consciente, a través de la cual adolescentes y jóvenes asumen y llegan a jactarse de la libertad de autorregulación frente al mundo adulto, esto da lugar a un empleo lúdico/utilitario, de gran contenido simbólico, que consigue que, más allá de la automatización de la vida cotidiana que prometen las redes digitales, a que internet sea considerada como “medio amigo” por parte de la juventud, y los ‘gadgets’ (pequeños aparatos digitales con los que se tiene una relación de uso despreocupada y lúdica), sobre todo en el caso del teléfono móvil, auténticos objetos totem (elementos de culto y veneración) (Mendez & Rodríguez, 2011) .

Hoy en día, la mayoría de los adolescentes se encuentran en constante interacción con la tecnología y la mayor parte de ellos tiene celular y correo electrónico. De esta manera, se produce una creciente interiorización de los implementos tecnológicos y una progresiva apropiación de las herramientas informáticas que posibilita la transformación de la subjetividad. Los jóvenes adquieren nuevas percepciones del tiempo y del espacio, y de formas de aprender a relacionarse entre ellos (García & Nuñez, 2010).

Marc Prensky (citado en Ollari, Szpilbarg & Temelini, 2011) plantea la diferencia en los usos de las TIC en terminos de brecha generacional, al introducir el término de “nativos digitales” para definir a quienes nacieron en un mundo constituido por y alrededor de tecnologías digitales, una tecnología diferente y distante de las que

enmarcan la vida de los adultos de la generación anterior. Esta circunstancia, ha generado una brecha entre una y otra generación, los “nativos” (que nacieron en su entorno) y los “inmigrantes”, adultos para quienes esta tecnología les adviene en sus vidas.

Para Alejandro Piscitelli (citado en Ollari, 2011), los “nativos digitales”, estarían emergiendo como una nueva clase cognitiva, algo que va bastante más allá del uso “naturalizado” de las tecnologías digitales de la época. La inmersión en la tecnocultura, las prácticas sociales derivadas en tanto ambiente, estarían generando una brecha cognitiva generacional. La suma de recursos informativos y comunicativos que Internet representa, propicia un ambiente en el cual se establecen y circulan repertorios de identificación , en los cuales los jóvenes y adolescentes se encuentran inmersos, por lo que se apropian de ellos, los comparten y los utilizan con esa finalidad.

La dinámica de interacción que se maneja en estos espacios es un factor que influye de manera importante en la conformación de la personalidad de los jóvenes, pues se comparten gustos y preferencias; incluso se empiezan a planear proyectos de vida individual y grupalmente. De tal manera que el círculo se cierra con las incorporaciones que los jóvenes y adolescentes hacen de éste, se vuelve una red de redes (Muñoz, 2010)

Después de la socialización primaria acontecida durante la infancia, se produce lo que Berger y Luckmann (1968, citado en Rubio, 2010) denominaron socialización secundaria. Es decir, la que tiene lugar sobre todo en la adolescencia, aunque

prosiga a lo largo de la biografía, y que estos autores la definen como la tarea de iniciarse en los roles propios de la vida social: los asociados a la división del trabajo, a la diversidad profesional, la participación, a los grupos de diversión, religiosos, el género y las relaciones intersexuales.

La adolescencia es la fase vital que marca el tránsito desde la pubertad hasta la vida adulta, y como tal, puede variar según los individuos, las culturas o los criterios de análisis. Se caracteriza por un rápido desarrollo físico y psicológico, y por el aumento del interés sexual y amoroso por otras personas. Además, es el momento en el que las y los compañeros son a menudo más importantes que los progenitores en cuanto al apego e influencia. Por todo ello, se trata de un período de gran inestabilidad y cambios profundos (Echeverría, 2008).

Durante esta etapa el chico y la chica adolescentes luchan por la construcción de su realidad psíquica, por la reubicación de sus vínculos con el mundo exterior y por su identidad. De ahí la importancia de la información recibida de los agentes de socialización difusa, que como la televisión, la prensa y más recientemente internet y en general los nuevos medios, comienzan a anteponerse a los de socialización primaria (escuela y progenitores) cada vez de forma más temprana, y de forma consustancia a la propia lógica de la psicología adolescente de individualización. Por su parte, en lo que concierne a la primera adultez o juventud en sentido estricto, que va desde los 18 a los 25 años aproximadamente, se trata de la fase en la cual el individuo va adquiriendo y asumiendo las responsabilidades sociales en la esfera productiva, doméstica y familiar.

Es éste también el momento en el que el pensamiento lógico-formal se afianza, permitiéndoles pensar en ideas y no sólo de forma concreta. Este tipo de pensamiento se traduce en mayor capacidad para reflexionar, control de los impulsos y con ello para la incorporación a la sociedad adulta (Crovi & López, 2010).

En todas estas tareas de anclaje social (Giddens, 1993) y desarrollo de la personalidad, lo característico de esta generación es la socialización en mundos técnicos y a través de redes sociales; en correspondencia a una individualización avanzada como rasgo característico de la modernidad. Es decir, en donde para todos “La pertenencia social y las obligaciones disminuyen, la propia persona ya no puede, sin embargo, encontrar su propia identidad en determinaciones colectivas”, y tiene que buscarla (Claus, 2007).

Si, la socialización, es el proceso que afecta a diversos aspectos del desarrollo sobre todo en la niñez y adolescencia, y que abarcan el crecimiento, cambios psicológicos y emocionales y la integración social, teniendo en cuenta estas premisas, los nuevos medios cumplirían una importante función en dicho proceso, a la hora de descifrar la estructura ideológica del entorno como soporte para la construcción de la identidad, encontrar anclaje social, o de simplificar el ‘conflicto de roles’ del que habla Coleman.

Durante la adolescencia aparece lo que se ha dado en llamar ‘el estrés o tormenta emocional’, también crisis en su tránsito a la vida adulta. De ahí la importancia de los agentes durante la socialización secundaria que, como los iguales y los medios



más influyen en esta etapa, antes que los progenitores o el profesorado, y que afectarán positivamente en la medida que contribuyan a establecer un reparto de roles satisfactorio para los individuos, capaz de sofocar dicha ‘tormenta’ (Echeverría, 2008).

Las relaciones entre los seres humanos tienen un nuevo campo donde generarse, regenerarse, crecer, transformarse. No sólo en lo que más se identifica ahora como “redes sociales”, sino también en otros muchos espacios de intercambios informativos abiertos por internet y la telefonía celular. Ello no significa que se derrumben o se sustituyan las relaciones anteriores; sino que se están implantando nuevas formas de informarse, producir, divertirse, comprar, que modifican el conjunto de las relaciones sociales, entendidas aquí como modos de actuar unos con otros que mantienen una cierta regularidad. Se trata de una transformación en los procesos de producción y recepción de informaciones cuyo sentido más general y cuyas consecuencias en la socialización de los niños, adolescentes y jóvenes se desconocen y generan incertidumbre y preocupación (como en su día ocurriera con la emergencia de la imprenta, la radio o la televisión) (González, 2009).

Por tanto, las redes devienen una parte importante de la vida social de los adolescentes, que siguen apreciando mucho los encuentros físicos, donde no se sienten vigilados por los mayores; pero la movilidad en el espacio físico (rural, urbano y conurbano) es limitada. Las redes en internet ofrecen encuentros complementarios y alternativos. Para muchos adolescentes y jóvenes, esos

encuentros se han convertido ya en poco menos que imprescindibles. En cambio, desde el punto de vista de personas mayores, no son más que simulacros de encuentros, que quitan tiempo para las “relaciones auténticas”, de interacciones densas y prolongadas (Bernete, 2010).

## **CAPÍTULO 4**

### **ESTUDIOS REALIZADOS**

Resulta una realidad innegable la vorágine en que se encuentra el mundo actual, en cuanto a la tecnología y sus diferentes usos respecta. El siglo XXI trajo consigo un sinfín de herramientas tecnológicas, que han provocado un gran cambio en la vida de todos aquellos individuos que con o sin querer se han visto envueltos en el uso de estas. Algunos por convicción, otros más por necesidad pero tal parece que son los menos los que se encuentran ajenos a esta realidad.

Es interesante pues hacer mención especial de las consecuencias que esta nueva y tangible realidad ha traído consigo. Una de ellas ha sido (al menos en el campo de la psicología), que diferentes ámbitos de la vida se han visto rebasados por esta reestructura tecnológica, idiosincrática y hasta cognitiva, la cual obliga a diferentes disciplinas a generar nuevos modelos teóricos que den explicación a los diferentes fenómenos que se generan a partir de este cambio.

El uso y apropiación de lo que el mundo moderno ofrece, específicamente la web 2.0, con todo lo que esta implica ha sido motivo de diferentes estudios, desde su nacimiento hasta la actualidad, en la cual trata de dar cuenta de nuevos fenómenos que aún carecen de un marco explicativo. Siendo por este motivo, un campo de cultivo para diferentes disciplinas; para la generación de nuevos paradigmas que puedan aportar mayor explicación de lo que cada día se genera.

Desde esta perspectiva es importante mencionar que la producción de artículos científicos que existe hoy en día es sumamente extensa y variada (en cuanto a

tópicos se refiere). Dadas las características del presente trabajo se realizó una búsqueda en Redalyc y SciELO; retomando únicamente los artículos que por su temática coincidan con lo abordado en el presente; utilizando las palabras clave Redes sociales en internet, socialización y comunicación.

Tanto Redalyc como SciELO cuentan con un vasto acervo de revistas científicas; 917 y 1972 respectivamente provenientes de países de América Latina, El Caribe, España y Portugal; así como de diferentes disciplinas: Ciencias Agrícolas, Ciencias Biológicas, Ciencias de la Salud, Ciencias Exactas y de la Tierra, Ciencias Sociales Aplicadas, Humanidades, Ingenierías y Lingüística, Letras y Artes.

De esta forma se pretende dar cuenta de lo que se ha investigado hasta el momento, conocer en qué punto se encuentra la producción científica en cuanto a éstos tópicos se refiere, y así poder conocer los diferentes aspectos que faltan por abordar y poder generar marcos explicativos más completos. Es importante mencionar que los artículos que se exponen a continuación fueron realizados desde diferentes disciplinas como lo son: Antropología, Sociología, Educación, Salud, Comunicación y Psicología, todas estas con puntos de encuentro entre sí; lo que hace aún más visible las diferentes aristas y aspectos de la vida que se encuentran en interacción con las redes sociales en Internet, su uso, apropiación y repercusiones.

Los criterios de inclusión que se tomaron en cuenta fueron:

1. La temática, es decir aquellos que dentro del título o palabras clave contuvieran las palabras “redes sociales en Internet”, ya sea en conjunto con socialización y/o comunicación; así como aquellas que relacionaran a estas con algún otro subtema. Esto es con la intención de tener un amplio panorama de lo que se ha investigado hasta hoy con relación a las redes sociales en Internet.
2. El año de las publicaciones, ya que solo se tomaron en cuenta publicaciones que van del 2004 al 2014.
3. Y por último el país de origen de la publicación, tomando en cuenta así a países de América Latina (México, Colombia, Venezuela, Chile, Perú, Argentina) y España, considerando que se comparte un contexto histórico similar y exceptuando el caso de Brasil y Portugal por la diferencia del idioma.

Los artículos encontrados fueron 80 en total; de esto 80, 18 son de México, 38 de España, 7 de Venezuela, 7 de Colombia, 6 de Argentina, 2 de Chile y 2 de Perú; estos se exponen a continuación de manera general mediante una tabla; para así conocer el país de origen, el subtema con el que se relacionan, la disciplina y la metodología utilizada en cada uno.

Posteriormente se exponen igualmente mediante tablas los artículos que investigan las mismas temáticas que el presente trabajo; es decir la relación entre las redes sociales en Internet y la socialización y/o la comunicación. Esta exposición será expuesta con mayor detalle.

Tabla 1. Artículos científicos, Redalyc y SciELO

TÍTULO, AÑO	DISCIPLINA	TEMATICA	METODOLOGÍA
Amor.com: vínculos de pareja por Internet, 2005 (México)	Psicología	Internet y relaciones de pareja	Revisión Teórica
El uso de las nuevas tecnologías en un posgrado con orientación humanista, 2005 (México)	Psicología	TIC'S y aprendizaje	Revisión Teórica
Redes académicas en entornos virtuales, 2005 (México)	Educación	Internet y Educación	Revisión Teórica
Exploración de las relaciones entre redes sociales y comunicación, 2008 (México)	Comunicación	Concepto de redes sociales y comunicación	Revisión Teórica
Violencia en Internet: nuevas víctimas, nuevos retos, 2009 (México)	Psicología	Ciberespacio y violencia	Revisión Teórica
La Internet como espacio de producción de capital	Educación	Redes sociales y comunidades de aprendizaje	Revisión Teórica

---

social. Una reflexión en torno a la idea de comunidad informal de aprendizaje, 2009 (México)

La adicción a Facebook relacionada con la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales, 2010 (México)

Psicología

Uso de Facebook y depresión

Cuantitativa

La Internet y sus redes sociales. Comunicología e Ingeniería en comunicación social de un fenómeno aún emergente, 2010 (México).

Comunicación

Redes sociales y comunicología

Revisión Teórica

Redes sociales marcan tendencias en la comunicación: Ecuador y el #30s, 2011 (México).

Comunicación

Redes sociales y prosumidor

Revisión Teórica

Conceptualizar el papel de las redes sociales en Internet en movimientos sociales y acciones colectivas. Propuesta aplicada a lo digital, 2011 (México)

Comunicación

Redes sociales y movimientos sociales

Revisión Teórica

---

---

Las nuevas tecnologías de la información y comunicación y las políticas culturales en México. Ingeniería en comunicación social del servicio de redes sociales Facebook, 2011(México)	Comunicación	Redes sociales y comunicación	Revisión teórica
Cibercultura estudiantil en comunidades académicas de universidades públicas mexicanas, 2012 (México)	Educación	Cibercultura y educación	Cuantitativa
Redes sociales en Internet: patrones de sueño y depresión, 2012 (México)	Psicología	Redes sociales, depresión y sueño	Cuantitativa
Comunicación e intercambio con redes sociales en la educación universitaria: caso estudiantes de Administración e Informática, 2013 (México)	Educación	Redes sociales y educación	Cuantitativa
Foto-reporteros independientes en Internet, el rol de la red social y el de la	Comunicación	Internet y periodismo	Revisión teórica

---



---

comunidad virtual, 2013 (México)			
Internet, educación y comunicación (el caso de la UAM/X), 2013 (México)	Comunicación	Internet y educación	Mixta
Usos de la Internet y teléfono celular asociados a situaciones de riesgo de explotación sexual de adolescentes, 2013 (México)	Psiquiatría	Internet y explotación sexual	Cuantitativa
Transtornos de conducta y redes sociales en Internet, 2013 (México)	Psicología	Redes sociales y adicción psicológica	Revisión teórica
Socialización del conocimiento académico con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, 2007 (Venezuela)	Comunicación	TIC'S y socialización del conocimiento	Cualitativa
Redes sociales en Internet: reflexiones sobre sus posibilidades para el aprendizaje cooperativo y colaborativo, 2010 (Venezuela)	Educación	Redes sociales y aprendizaje cooperativo	Revisión teórica
	Comunicación	Comunicación y	Revisión teórica

---

Comunicación y ciudadanía en la era de las redes sociales, 2012 (Venezuela)		redes sociales	
Diferencias entre usuarios y no usuarios de redes sociales virtuales en la web 2.0, 2012 (Venezuela)	Ciencias de la información	Redes sociales y web 2.0	Cuantitativa
Redes sociales: audiencias, contenidos e instrumentalización de mensajes en @EINacionalweb y @EIUniversal, 2012 (Venezuela)	Ciencias de la información	Redes sociales y periodismo	Cualitativa
Redes sociales, competencias tecnológicas y producción intelectual de los posgrados en comunicación venezolanos, 2013 (Venezuela)	Comunicación	TIC'S y competencias tecnológicas	Cualitativa
Google: análisis ideológico de las redes sociales en internet, 2014 (Venezuela)	Comunicación	Redes sociales e ideología	Revisión teórica
Las redes sociales en Internet también	Educación	Red social y mundo virtual	Mixta

---

dentro de los hábitos  
de los estudiantes  
universitarios, 2010  
(Colombia)

Identidad y  
subjetividad en las  
redes sociales  
virtuales: caso de  
Facebook, 2010  
(Colombia)

Comunicación

Redes sociales y  
subjetividad

Revisión teórica

“Siempre estamos  
conectados: así sé  
que me quiere  
mucho”.  
Comunicaciones en  
familias  
transnacionales a  
través de Internet,  
2011 (Colombia)

Trabajo social

Internet y  
comunicación

Cualitativa

Intimidad y  
propiedad intelectual  
en las redes sociales.  
El caso colombiano,  
2012 (Colombia)

Derecho

Redes sociales y  
propiedad  
intelectual

Cualitativa

Análisis de redes  
sociales y  
comunidades  
virtuales de  
aprendizaje.  
Antecedentes y  
perspectivas, 2013  
(Colombia)

Educación

Redes sociales y  
educación

Revisión teórica

Castells, Manuel

---

Geografía

Internet y  
movimientos

Reseña

Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era del Internet, 2013 (Colombia)		sociales	
Relación entre el tiempo de uso de las redes sociales en Internet y la salud mental de los adolescentes colombianos, 2014 (Colombia)	Psicología	Redes sociales y adolescentes	Cuantitativa
Nuevo escenario de socialización del lenguaje. El chat y los adolescentes, 2010 (Argentina)	Comunicación	Redes sociales y adolescencia	Cuantitativa
Redes sociales y relaciones interpersonales en Internet, 2011 (Argentina)	Comunicación	Redes sociales y relaciones interpersonales	Revisión teórica
Las redes sociales en Internet como ámbito virtual de reciprocidad frente al padecimiento, 2012 (Argentina)	Comunicación	Redes sociales y salud	Cualitativa
Comunicación, redes sociales y democracia en la mirada de periodistas	Comunicación	Redes sociales y periodismo	Cualitativa

---

Argentinos, 2012 (Argentina)			
Cibermilitancia 2.0 La juventud Kirchnerista en la Argentina de hoy, 2012 (Argentina)	Comunicación	Cibermilitancia y política	Cualitativa
Redes sociales, lenguaje y tecnología. <i>Facebook The 4th Estate Media</i> , 2013 (Argentina)	Comunicación	Redes sociales e influencia	Revisión teórica
La biblioteca universitaria en las redes sociales: planificando una presencia de calidad, 2011 (Perú)	Ciencias de la información	Redes sociales y bibliotecas universitarias	Revisión teórica
Construcción y validación del cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS), 2014 (Perú)	Psicología	Adicción a redes sociales	Cuantitativa
Los locutorios como espacios de integración : las tecnologías de la información y la comunicación en la construcción de redes e identidades, 2011 (Chile)	Psicología	TIC'S y locutorios	Revisión teórica

---

---

Contenidos móviles para la comunicación de servicio 2.0 a partir de las redes sociales, 2012 (Chile)

Comunicación

Redes sociales y periodismo

Cualitativa

Brecha digital y educación a distancia a través de redes. Funcionalidades y estrategias pedagógicas para el e-learning, 2005 (España)

Educación

Brecha digital y educación

Revisión teórica

Tecnologías, redes y comunicación interpersonal. Efectos en las formas de comunicación digital, 2005 (España)

Comunicación

Comunicación digital

Revisión teórica

Comunicación en Internet: Constructivismo social e identidad virtual, 2006 (España)

Comunicación

Comunicación e identidad

Revisión teórica

El adolescente ante las tecnologías de la información y la comunicación : Internet, móvil y videojuegos, 2007 (España)

Psicología

TIC'S y adicción

Revisión teórica

Las redes sociales trastocan los modelos de medios de comunicación tradicional, 2008 (España)	Comunicación	Comunicación y medios tradicionales	Cuantitativa
Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales, 2009 (España)	Comunicación	Redes y periodismo	Revisión teórica
Internet como marco de interacción social, 2009 (España)	Comunicación	Internet e interacción social	Cuantitativa
Del Word-of-mouth al Marketing viral: aspectos clave de la comunicación a través de redes sociales, 2009 (España)	Comunicación	Redes sociales y Marketing viral	Revisión teórica
Comunicación interpersonal y vida cotidiana. La presentación de la identidad de los jóvenes en Internet, 2009 (España)	Comunicación	Comunicación e Internet	Cuantitativa
Principales efectos y ventajas del uso de las nuevas tecnologías en campañas	Comunicación	TIC'S y política	Revisión teórica

---

electorales, 2010 (España)			
¿Por qué amo las redes sociales? Vida social de jóvenes en red, 2011 (España)	Educación	Redes sociales y socialización	Cualitativa
Impacto del uso de Facebook en el rendimiento de los estudiantes: el papel de la autorregulación y la confianza, 2011 (España)	Psicología educativa	Uso de Facebook y rendimiento académico	Cuantitativa
Incidencia de las redes sociales vs cibermedios en las elecciones en España 2011, 2012 (España)	Comunicación	Redes sociales y elecciones	Cualitativa
Las rebeliones árabes sientan bases históricas para el uso de la tecnología, 2011 (España)	Comunicación	Movimientos sociales e Internet	Revisión teórica
Música y experiencia: de las sociedades primitivas a las redes sociales, 2011 (España)	Antropología	Redes sociales y espacio público	Revisión teórica
Nuevos textos y contextos en la web	Comunicación	Redes y organización social	Revisión teórica

---



---

2.0. Estudios de caso relacionados con las revoluciones en el norte de África y Oriente próximo, 2011 (España)

Redes sociales, política y compromiso 2.0: La comunicación de los diputados españoles Facebook, 2011 (España)

Comunicación

Red social y marketing político

Cualitativa

Revista Latina de Comunicación Social en la red social Facebook, 2011 (España)

Comunicación

Red social y revista académicas

Mixta

Tenerife Stream: presencia de un destino turístico en redes sociales en Internet, 2011 (España)

Turismo

Redes sociales y turismo

Mixta

Web 2.0 en la docencia universitaria: aprendizaje colaborativo a través de la tecnología, 2011 (España)

Psicología educativa

Web 2.0 y docencia universitaria

Revisión teórica

Adicción a Internet y móvil: una revisión de estudios teóricos

Psicología

Adicción a Internet y móvil

Revisión teórica

---

---

españoles, 2012 (España)			
Ciberbullying en una muestra de educación secundaria: variables moduladoras y redes sociales, 2012 (España)	Psicología educativa	Redes sociales y ciberbullying	Cuantitativa
La comunicación empresarial en redes sociales. El caso de las cinco mayores empresas, 2012 (España)	Comunicación	Redes sociales y comunicación empresarial	Cualitativa
Los "social media" en la alfabetización digital: percepciones y actitudes ante el uso de las redes sociales por Internet en jóvenes con diferente nivel educativo, 2012 (España)	Comunicación	Redes sociales y juventud	Cualitativa
Movimientos sociales, comunidades virtuales y desarrollo, 2012 (España)	Comunicación	Redes sociales y desarrollo sostenible	Revisión teórica
Redes sociales online y su utilización para mejorar las habilidades sociales	Psicología	Redes sociales online y discapacidad	Cuantitativa

---

---

en jóvenes con discapacidad, 2012 (España)			
Uso de Internet y redes sociales entre los adolescentes en España, 2012 (España)	Comunicación	Redes sociales, usos y riesgos	Revisión teórica
Internet y redes sociales: un nuevo contexto para el delito, 2013 (España)	Derecho	Redes sociales e inseguridad	Revisión teórica
Construcción de la identidad a través de las redes sociales online: una mirada desde el construccionismo social, 2013 (España)	Psicología	Redes sociales e identidad	Revisión teórica
Desarrollando la comunidad, 2013 (España)	Comunicación	Redes sociales y comunidad	Cualitativa
El papel de Internet y las redes sociales en las revueltas árabes: una alternativa a la censura de la prensa oficial, 2013 (España)	Comunicación	Redes sociales y conflicto político	Cualitativa
Hábitos de uso en Internet y en las redes sociales de los	Comunicación	Redes sociales e identidad digital	Cuantitativa

---

---

adolescentes españoles, 2013 (España)			
La comunicación en redes sociales: percepciones y usos de las ONG españolas, 2013 (España)	Comunicación	Redes sociales y comunicación	Mixta
Actitudes, percepciones y uso de Internet y redes sociales entre los adolescentes de la comunidad gallega, 2014 (España)	Psicología	Redes sociales, uso y percepciones	Cuantitativa
Información sobre medicamentos y automedicación en las redes sociales, 2014 (España)	Medicina	Redes sociales y automedicación	Cualitativa
Medios de comunicación: ¿Espacio de ocio o agentes de socialización en la adolescencia?, 2014 (España)	Pedagogía	Medios de comunicación y socialización	Cuantitativa
Prácticas trans-media en la era del prosumidor: hacia una definición del contenido generado	Comunicación	Web 2.0 y prosumidor	Revisión teórica

---

---

por el usuario (CGU),  
2014 (España)

Twitter  
#primaveravalenciana  
y generación de  
noticias, 2014  
(España)

Comunicación

Red social y  
generación de  
noticias

Revisión teórica

---

La información antes expuesta da cuenta de la producción científica encontrada con respecto a Internet, Tecnologías de la información y la comunicación, la Web 2.0, las redes sociales en internet y los diferentes subtemas con los que convergen. Este acercamiento nos permite observar el cambio o la introducción de nuevos términos, uno de ellos y el que aquí nos atañe es el de redes sociales, es evidente que éste no se utilizaba en los primeros estudios, siendo un término más reciente, que hace de éste un tema novedoso.

Con novedoso se hace referencia a que es un tema que aún se está explorando; sobre el cual hace falta generar nuevas teorías desde diferentes disciplinas; que den explicación a los cambios que se generan en diversos aspectos de la vida de las personas. Lo antes mencionado se hace patente mediante el tipo de estudios que se han realizado; siendo 40 de los 80 que se concentran en la tabla anterior revisiones teóricas, 18 de metodología cuantitativa, 17 de metodología cualitativa y solo 5 de metodología mixta.

Igualmente es importante mencionar que la disciplina que más aportaciones tiene es la Comunicación, esta cuenta con 43 artículos científicos; esto quizá porque el

amplio tema de las redes sociales en Internet pertenece a uno aún más grande que es de las Tecnologías de la información y la comunicación. La Psicología con 17 artículos y Educación con 9, son las disciplinas que se encuentran por debajo de la Comunicación en cuanto a producción científica se refiere. Existen otras disciplinas que igualmente cuentan con producción a este respecto aunque con mucha menor presencia; entre ellas se encuentran las Ciencias de la información con 3 artículos, Psiquiatría, Derecho, Trabajo social, Geografía, Antropología, Medicina, Turismo y Pedagogía con 1 artículo respectivamente.

Tabla 2. El adolescente ante las tecnologías de la información y la comunicación: Internet, móvil y videojuegos.

---

El adolescente ante las tecnologías de la información y la comunicación: Internet, móvil y videojuegos, 2007 (España).

---

DISCIPLINA      Psicología

OBJETIVO

Descripción de posibles desadaptaciones para evaluar el impacto en el desarrollo psicosocial, concretamente en el proceso de socialización y adquisición de la identidad personal. La sociedad actual se establece en un mundo cambiante, en una época de transformaciones y en un periodo de transición a la adaptación de la sociedad a las tecnologías. Internet, móviles y videojuegos ocupan un espacio importante en el proceso de socialización, influyendo en comportamientos y actitudes; en consecuencia la psicología, como ciencia y como práctica profesional no puede permanecer ajena a esta transformación. Así mismo, están emergiendo un nuevo tipo de desadaptaciones conductuales

---

producto de la generalización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Si bien estas herramientas fueron creadas como tecnologías para informar y comunicar, su propio diseño es susceptible de afectar a la voluntad de control, lo cual junto con otros factores personales y ambientales, facilita la conducta adictiva. Se proporcionan orientaciones preventivas.

**METODOLOGÍA**    Revisión teórica

**CONCLUSIONES**

La mayor parte del conocimiento popular sobre Internet, móvil o videojuegos está basada en las opiniones que reflejan los medios de comunicación que con excesiva frecuencia ponen el énfasis en hipotéticos problemas que raramente se ven corroborados por resultados de la investigación científica. Dada la alarma social que ha producido el mal uso de las TIC por parte de los adolescentes, se habría de facilitar la investigación sobre el uso que hacen de estos recursos con el fin de prevenir futuros problemas relacionados con la utilización de estas tecnologías y promocionar hábitos saludables para que el menor se relacione con ellas de forma adecuada. En este sentido, nuestras orientaciones preventivas pueden ser un buen punto de partida. Y, por último, constatar la necesidad de definir criterios diagnósticos sólidos y contrastados de la adicción a Internet, móvil y videojuegos que tengan en cuenta las particularidades de cada tecnología.

---

Tabla 3. Internet como marco de interacción social.

---

Internet como marco de interacción social, 2009 (España).

---

DISCIPLINA	Comunicación
OBJETIVO	Se analizan de forma exploratoria variables sociodemográficas de los internautas, así como las posibles motivaciones y consecuencias del uso de Internet. También constituye un objetivo fundamental de este estudio conocer las diferencias existentes entre las relaciones que tienen lugar en Internet y cara a cara y, en qué medida, las diferencias en las variables de género y estado civil se acompañan de variaciones en el uso y en las relaciones personales establecidas en la Red.
METODOLOGÍA	El total de personas que voluntariamente cumplimentaron el cuestionario fue de 320, de ellos, son hombres el 68.9% y mujeres el 31.1%, con una edad comprendida entre los 13 y los 79 años, estando la media de 27.7 años. El estado civil mayoritario es el de soltero/a (69.9%), seguido del de casado/a (27.8%) y, por último, con menor frecuencia el de separado/a o divorciado/a (2.3%). Respecto a su formación académica: el 45.6% tienen estudios universitarios, el 37.8% de bachillerato, el 16% básicos u obligatorios y el 0.6% no han adquirido ningún nivel de estudios. Para llevar a cabo esta investigación se elaboró específicamente un cuestionario con 75 ítems multi-respuesta.
CONCLUSIONES	En esta investigación se ha analizado una muestra de usuarios de la Red que presentan un perfil sociodemográfico caracterizado por ser mayoritariamente masculino, universitario, soltero y con una media de edad entorno a los 28 años. En ellos se aprecia que la motivación fundamental de su acceso a Internet es de tipo personal. El tiempo que pasan conectados a Internet, en su mayoría, es inferior a diez horas semanales y la actividad de su vida diaria que con más

---



---

frecuencia se interfiere es la de ver la televisión. También se pone de manifiesto que estas personas en su espacio real mantienen con su grupo de amigos una actividad social muy satisfactoria. Esto cuestiona el hecho de que no tener una relación social continua y gratificante con amigos sea una variable constante y presente en la búsqueda de relaciones sociales en Internet. Esta distribución de las relaciones interpersonales en la Red es, en muchos casos, similar al que se da en las relaciones interpersonales en el espacio real, y coincidente con los resultados obtenidos en otros estudios. Y en lo que se refiere a su caracterización, de forma mayoritaria, se perciben las relaciones en Internet con una menor intimidad, confianza en el otro, pasión y compromiso que las que se desarrollan cara a cara; pero en lo que atañe a la empatía, la importancia de la opinión del otro, la sinceridad, el respeto y la fidelidad, pueden estar en igual medida o más presentes en las relaciones en la Red.

---

Tabla 4. Comunicación interpersonal y vida cotidiana.

---

Comunicación interpersonal y vida cotidiana. La presentación de la identidad de los jóvenes en Internet, 2009 (España)

---

DISCIPLINA      Comunicación

OBJETIVO

El objeto de este artículo es mostrar algunos rasgos a propósito de cómo los jóvenes se presentan ante los otros a través de los procesos de comunicación interpersonal con mediación tecnológica. Hay coincidencia en señalar que estos nuevos procesos permiten manejar múltiples identidades, falseamiento, ocultación y alteración de datos personales. Interesa conocer cómo los jóvenes construyen y re-construyen su identidad en los escenarios de la vida cotidiana, cuál es el mapa que trazan las múltiples trayectorias en las que el sujeto pone en juego los distintos personajes que construye y maneja

---

---

cuando se relaciona con sus amigos, busca relaciones afectivas, intercambia información, debate, colabora con otros o se divierte.

## METODOLOGÍA

Encuesta realizada a jóvenes universitarios usuarios de Internet, durante la última semana del mes de octubre y primera de noviembre de 2008. De todos es sabida la dificultad a la hora de establecer el tamaño de la muestra con relación al universo de usuarios de la red, dada la inexistencia de un marco muestral de referencia sobre el que se pueda efectuar la selección que permitiría un muestreo aleatorio y la generalización de resultados; en consecuencia, se trata de un estudio de carácter exploratorio. Los datos que aquí se presentan, se han extraído de 360 encuestados que han respondido on line a un cuestionario de auto cumplimiento, construido a partir de variables categoriales (nominales y ordinales)

## CONCLUSIONES

La identidad se presenta como multiplicidad. Un porcentaje muy considerable de los jóvenes estudiados no duda en asumir la identidad como algo cambiante, que anima a pensar en un yo en términos de flexibilidad, de fluidez y descentralización; un yo proteico que integre la multiplicidad sin perder la coherencia. “La “identidad”, aunque ha seguido siendo un aspecto importante y una tarea absorbente desde la moderna transición de una sociedad de la “adscrición” a una sociedad del “logro” (es decir, de una sociedad en donde las personas “nacían” con una identidad, a una sociedad en la que la construcción de una identidad es tarea y responsabilidad de cada uno), comparte ahora el destino de otras guarniciones de la vida: desprovista de una dirección determinada desde el principio y para siempre, y sin tener que dejar tras ella unas trazas sólidas e indestructibles, se espera, y se prefiere, que la identidad pueda fundirse fácilmente y adaptarse a moldes de formas distintas. Lo que antes era un proyecto de “toda la vida” hoy se ha convertido en un atributo del momento”. En ese marco, las modificaciones de la identidad en las relaciones interpersonales, van cobrando un cierto estatus de normalidad en algunos supuestos que habría que estudiar con más detalle. En este sentido nos encontramos con una cierta ambivalencia: por una parte se siguen percibiendo los comportamientos de modificación de la identidad bajo un cierto aspecto de indeseabilidad y, a la vez,

---

en algunas ocasiones, en la medida que se flexibilizan las identidades, podría disminuir el miedo a reconocer las modificaciones de la propia identidad en determinadas circunstancias. Pensamos, sin embargo, que los datos que señalan la enorme diferencia que hay entre los que reconocen modificar su identidad “por entretenimiento” y los que lo hacen “para buscar amigos”, ponen de manifiesto claramente que la búsqueda de relaciones personales a través de Internet, debe deslindarse de las tareas de entretenimiento con niveles más amplios de modificación u ocultación de la personalidad.

---

Tabla 5. Redes sociales y relaciones interpersonales en Internet.

---

Redes sociales y relaciones interpersonales en Internet, 2011 (Argentina)

---

DISCIPLINA	Comunicación
OBJETIVO	El presente trabajo describe y analiza el comportamiento de las relaciones interpersonales profundizando en la comunicación y la innovación tecnológica. Se presentan diferentes concepciones sobre las redes sociales, con sus características, ventajas y desventajas en la sociedad posmoderna. El modo de la comunicación interactiva sujeto-sujeto como una de las formas relacionales contemporáneas. Se presentan posturas controversiales y críticas sobre los modos de las relaciones virtuales, como expresión de la fragilidad de los vínculos humanos.
METODOLOGÍA	Revisión teórica
CONCLUSIONES	Se considera necesario valorar desde la psicología el nuevo paradigma que plantea Internet en nuestra cultura globalizada,

---

---

para desde la responsabilidad profesional potenciar el uso de estrategias basadas en los nuevos instrumentos de comunicación para promover cambios según la demanda lo justifique. Pretender restar importancia a los cambios en la relaciones humanas que la nueva cultura virtual presenta, es negar la posibilidad de crecer profesionalmente en una disciplina como la Psicología que sin lugar a dudas requiere de estos conocimientos para reconocer y utilizar aquellas herramientas que permitan acercarse al otro desde el lugar que transcurre su experiencia. Quedará en manos de los profesionales la responsabilidad para una elección que aporte al crecimiento y el bienestar de quienes demanden su servicio.

---

Tabla 6. ¿Por qué amo las redes sociales?

---

¿Por qué amo las redes sociales? Vida social de jóvenes en red, 2011 (España)

---

DISCIPLINA Educación

OBJETIVO

La presente investigación busca adentrarse en la concepción que los jóvenes participantes tienen sobre las redes y su acción y desarrollo en las mismas. El propósito, declarado, consiste en potenciar un proceso reflexivo, consciente y auto gestionado en el grupo de jóvenes, sin que el presente informe por nuestra parte haya pretendido ser el destino final y, por supuesto, sea lo que lo justifica u otorga el mérito que pudiera corresponderle.

METODOLOGÍA

El grupo participante, estuvo compuesto por 140 personas, pertenecía a 2º curso de la asignatura Nuevas Tecnologías aplicadas a la Educación de la Facultad de Educación y Humanidades de Melilla (Universidad de Granada), Invitar a los estudiantes a poder pensar su acción en las redes

---

---

sociales, generar un proceso acompañado de interrogación colectiva, puesta en valor, análisis en su caso (tanto del significado compartido por el grupo como de interpretación de la actividad de otras personas), etc. Toda la acción debía partir de las decisiones del grupo, anclando con ello la validez a mantener el máximo grado de significatividad y relación con las percepciones de quienes participaron. Los estudiantes se reunieron previamente en dos sesiones de una hora, con asistencia libre y libertad de participación. Tras el planteamiento inicial, se ofreció la posibilidad de poder sondear en Internet insumos relacionados con la temática, compartirlos y debatirlos, además de reflexionar sobre algunos textos que se aportaron.

**CONCLUSIONES** En un proceso tan enriquecedor y abierto no cabe conclusión. Además de la relevancia, cual objetivo, del grado de participación y cualidades de significado que alcanzaron y la gran cantidad de material generado durante este extenso e intenso periodo, cualquier análisis de una realidad dada, bien puede ser diferente, pues así son las definiciones de lo que se es o se hace, tal que comprensiones culturales. Y este estudio, como tantos, no deja de ser un comienzo... desde un punto dado.

---

Tabla 7. Diferencias entre usuarios y no usuarios de las redes sociales virtuales de la web 2.0.

---

Diferencias entre usuarios y no usuarios de las redes sociales virtuales en la web 2.0, 2012 (Venezuela).

---

DISCIPLINA      Ciencias de la información

---

---

**OBJETIVO**

La finalidad general de esta investigación consiste en contribuir al marco de conocimiento existente acerca del comportamiento de interacción del usuario en Internet, y más concretamente en la Web 2.0, así como analizar las diferencias en el comportamiento en la Web por parte de los internautas que son usuarios de RSV y de aquellos que no lo son, analizando si existen diferencias significativas en su uso y descubrir las motivaciones que les llevan a participar.

**METODOLOGÍA**

El tamaño muestral ha sido de 500 internautas españoles, de los cuales existe una proporción de usuarios y no usuarios de RSV representativa de la realidad, concretamente 399 usuarios de RSV y 101 no usuarios. Encuesta online a partir de un panel de usuarios de Internet de una empresa de investigación de mercados, durante los meses de marzo y abril de 2009. El cuestionario se ha estructurado a partir de preguntas cerradas, dicotómicas y multicotómicas de respuesta simple y múltiple, combinadas con escalas Likert, con el fin de obtener información del nivel de uso de Internet en general, de la Web 2.0 y de las redes RSV en particular.

**CONCLUSIONES**

Las RSV (redes sociales virtuales), a pesar de ser una tendencia reciente, han atraído desde su introducción a millones de usuarios, muchos de los cuales han integrado estos espacios virtuales de interacción en sus prácticas cotidianas, posicionándose como uno de los medios de comunicación online más populares en la Red. Los internautas usuarios de RSV son los más activos en la Web 2.0, utilizan mayor número de herramientas sociales y con mayor frecuencia. Este porcentaje de usuarios Web 2.0, o más concretamente de usuarios de RSV está creciendo y seguirá creciendo de una forma exponencial, por lo que las empresas deben subirse a este barco y aprovechar las ventajas que les ofrece.

---

Tabla 8. Uso de Internet y redes sociales entre los adolescentes en España.

---

Uso de Internet y redes sociales entre los adolescentes en España, 2012 (España)

---

DISCIPLINA	Comunicación
OBJETIVO	El trabajo expuesto cuenta con un doble objetivo. Por una parte, detectar coincidencias y temas emergentes en el transcurso de esos años; y, por otra, analizar los problemas asociados a la utilización de Internet y, en concreto, al uso de las redes sociales por parte los adolescentes.
METODOLOGÍA	Análisis secundario de todas las investigaciones publicadas en España durante el período 2008-2011. Se realizó un vaciado completo de la literatura sobre los usos de Internet por parte de los jóvenes en España, desde el año 2008 hasta 2011, con la finalidad de obtener un estado de la cuestión de la investigación realizada en nuestro país sobre el tema. El principal objetivo de este diseño pretende ofrecer conclusiones relevantes acerca de dos variables del objeto de estudio: usos y riesgos asociados a Internet, que, a su vez, se derivan de los objetivos del proyecto de investigación I+D en el que se enmarca este trabajo. Al mismo tiempo, se pretendió detectar las ideas principales que aparecen sobre el objeto de estudio de manera transversal en los cuatro años analizados
CONCLUSIONES	Las diferencias son mínimas entre los estudios analizados y por ello se pueden establecer una serie de conclusiones con las tendencias y los porcentajes observados. Por un lado y en términos globales es evidente que hay acceso a las nuevas tecnologías de la información a una edad más temprana, así como un incremento del equipamiento tecnológico. La gran mayoría se conecta desde su casa; dentro de ésta, su dormitorio es la principal estancia, seguida muy lejos por el cuarto de estar o el salón. No obstante la mayoría lo hace por medio de un ordenador compartido; en éste caso entra en juego el estatus socioeconómico de la familia. Por otra parte,

---

---

en cuatro años sí se puede observar que los jóvenes emplean un mayor número de dispositivos.

La práctica totalidad de los estudios coincide en señalar un uso generalizado de las redes sociales, aunque también se registra que los menores utilizan fundamentalmente el ordenador para realizar sus tareas escolares, mientras que las visitas a las redes sociales quedan relegadas hasta al quinto sitio dentro de las actividades habituales. La red social preferida de los menores es Tuenti, seguida con una gran diferencia entre ambas por Facebook. En cualquiera de los casos, se produce un evidente incumplimiento normativo en nuestro país, ya que se detecta una gran cantidad de adolescentes menores de 14 años que se conectan a las redes sociales, alcanzando en el año 2011 un registro del 40% de los niños y adolescentes entre 9 y 13 años que tiene un perfil en las citadas redes. El uso moderado, entre una y dos horas de conexión, es el dato principal detectado en las investigaciones, aunque resulta preocupante que en torno al 20% de los menores estén conectados durante 3 o más horas al día.

---

Tabla 9. Transtornos de conducta y redes sociales en Internet.

---

Transtornos de conducta y redes sociales en Internet, 2013 (México).

---

DISCIPLINA      Psicología

OBJETIVO      Se describen y analizan los conceptos relacionados con las redes sociales en Internet, la adicción psicológica y los trastornos de conducta desde una perspectiva psicológica con el fin de comprender el fenómeno de la persistencia de uso de las RSI y sus posibles implicaciones.

---



---

**METODOLOGÍA** Descripción y análisis de los conceptos relacionados con las redes sociales en Internet, la adicción psicológica y los trastornos de conducta desde una perspectiva psicológica con el fin de comprender el fenómeno de la persistencia de uso de las RSI y sus posibles implicaciones.

**CONCLUSIONES** La denominada adicción a Internet y la adicción a las Redes Sociales en Internet no pueden ser calificadas como tales. No existe una adicción a Internet sino problemas de conducta derivados del acceso a la diversidad de contenidos que provee la Internet. El concepto de adicción se aplica cuando el agente nocivo es una sustancia. Antes de intentar asignar un calificativo a las conductas anormales derivadas del excesivo uso de las RSI, es necesario atender el tema de los posibles trastornos que puedan resultar de un desmedido uso de éstas. La población más vulnerable hacia los posibles efectos del uso excesivo de las RSI son los adolescentes y los jóvenes. Mientras los estudiosos del tema concilian la terminología del fenómeno, será prudente que los especialistas en el tema provean a los padres de familia algunas estrategias preventivas, como se ha hecho para otro tipo de conductas que distorsionan la realidad de los individuos, cuando esto no es producto de un trastorno grave.

---

Tabla 10. Construcción de la identidad a través de las redes sociales online.

---

Construcción de la identidad a través de las redes sociales online: una mirada desde el construccionismo social, 2013 (España).

---

**DISCIPLINA** Psicología

---

El objetivo de este artículo es analizar estos estudios

---

---

OBJETIVO	empíricos tomando como referencia el construccionismo social de Kenneth Gergen para así ofrecer una mayor comprensión de este fenómeno. También se integran aportaciones de otras teorías de la Psicología Social.
METODOLOGÍA	<p>Análisis de estudios empíricos tomando como referencia el construccionismo social de Kenneth Gergen para así ofrecer una mayor comprensión de este fenómeno. También se integran aportaciones de otras teorías de la Psicología Social.</p> <p>Se concluye que las RSO representan un contexto más, en el cual los jóvenes pueden proyectar y experimentar con diferentes selves, pasando de una manipulación estratégica – primera etapa descrita por la teoría de Gergen – a un self relacional. Las variaciones descritas en los diferentes estudios en la identidad de los usuarios y en su presentación social se ven como un proceso natural, ya que presentar diferentes selves no implica una amenaza para el proceso de construcción identitario.</p>
CONCLUSIONES	<p>La elaboración de narrativas es un factor clave en la historia de la identidad. Las RSO (redes sociales online) como Facebook no se componen precisamente de un perfil estático, sino a través de la interacción con la red de los otros usuarios (amigos) que desarrollan hilos narrativos comunes, que pueden ser expresados en distintos formatos como diarios compartidos y comentados, lo que plasma memorias compartidas que retroalimentan y dan continuidad y coherencia a la identidad. Las RSO (e Internet en general) proporcionan un contexto favorable para poder ejercitar diferentes roles simultáneos, lo que puede ayudar a crear una identidad más flexible y ajustada a la sociedad junto con la exploración del yo. Es evidente que existe un fenómeno de experimentación, que se da especialmente en los adolescentes.</p>

---

Tabla 11. Hábitos de uso en Internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles.

---

Hábitos de uso en Internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles, 2013 (España).

---

DISCIPLINA      Comunicación

OBJETIVO

Este artículo tiene como principal objetivo detectar y analizar los usos y comportamientos más recientes de los adolescentes en Internet y en las redes sociales en España. Más concretamente, incorporamos una comparación de los hábitos on-line entre diferentes perfiles de usuarios de las redes sociales, desde los más intensivos hasta los no usuarios, con el objetivo de identificar la influencia de la incorporación de las redes sociales en los usos generales de Internet. Profundizar en los cambios que se están perfilando en los hábitos on-line de los adolescentes, en particular debido a la fuerte irrupción de las redes sociales en su vida cotidiana, así como en las implicaciones socioculturales de estos procesos.

METODOLOGÍA

La metodología de investigación se centró en un cuestionario auto administrado aplicado a escala nacional. Sobre una muestra representativa nacional de 2.077 adolescentes (de 12 a 17 años), se ha buscado actualizar la información relativa a las prácticas on-line entre los menores y adolescentes españoles, con atención específica a la extensión del fenómeno de las redes sociales e identificando su influencia sobre las prácticas de los adolescentes en la Red. De igual modo, se comparan los usos entre los usuarios habituales de las redes sociales y los que no las tienen entre sus prácticas cotidianas, con la idea de detectar la influencia del uso de las redes sociales en los usos generales en Internet y controlando esa relación en función de cuatro variables: sexo, edad, titularidad del centro al que asisten los adolescentes y clase social.

---

## CONCLUSIONES

Junto a la alta participación de los menores en las redes sociales, se constata su preponderancia para los adolescentes, seguidos por los espacios de vídeos compartidos, las páginas web generales y las de descarga de archivos de música, de películas o series. Como en el caso de los sitios de vídeos compartidos, las redes sociales han desbancado al correo electrónico y a la mensajería instantánea como principales focos de acción.

Además, se ha detectado que Tuenti y Facebook predominan en estas edades y, por otra parte, que los estudiantes entre 15 y 17 años se implican más y que las actividades favoritas son: chatear, ver vídeos o fotos de amigos, enviar mensajes o actualizar su perfil. Si tenemos en cuenta el perfil de uso de las redes sociales, se constata una correlación positiva entre el tiempo on-line y el uso de las redes sociales. Son aquellos que hacen un uso más intensivo de las redes sociales quienes realizan con más frecuencia actividades en la Red, a excepción de los juegos en red. Estos usuarios avanzados son particularmente activos en las actividades vinculadas a la obtención de contenidos que pueden compartir con otros «amigos» en las redes sociales, como son las descargas de archivos de música, los vídeos y las fotos compartidos. A diferencia de lo supuesto inicialmente, son los usuarios más intensivos de las redes sociales los que también mantienen más conversaciones y comparten, en mayor medida, contenidos a través de los chats, los foros y la mensajería instantánea.

---

Tabla 12. Medios de comunicación.

---

Medios de comunicación: ¿Espacio para el ocio o agentes de socialización en la adolescencia?, 2014 (España).

---

---

---

DISCIPLINA	Pedagogía
OBJETIVO	<p>Las tecnologías de la información y de la comunicación están transformando nuestras maneras de vivir y nuestros modos de relacionarnos. Condicionan tanto la vida de los individuos como la sucesión de los fenómenos sociales. En la última década, se han convertido en fuente de estrategias simbólicas para los sectores más jóvenes de la sociedad. El objetivo de este artículo es analizar el impacto que estas estrategias tienen en el alumnado de 11 a 14 años, en su proceso de socialización; los agentes de socialización son los responsables de la transmisión de las normas, valores y modelos de comportamiento. La presente investigación pretende analizar si la familia y los centros educativos continúan siendo los agentes de socialización más importantes en la pre-adolescencia.</p>
METODOLOGÍA	<p>A partir de una muestra de 846 estudiantes, pertenecientes a centros situados en contextos geográficos diferentes, se han investigado dos variables, con un índice de consistencia de Cronbach de 0,918: la primera analiza los factores de la implicación del alumnado, es decir, las variables psicoeducativas producidas en su proceso de compromiso personal y en su desarrollo psicosocial. La segunda determina la jerarquización de aquellos agentes que ejercen un papel socializador sobre este alumnado.</p>
CONCLUSIONES	<p>La presente investigación ha demostrado que, los niños de hoy construyen sus experiencias a través de los ideales y los modelos presentados por los medios de comunicación. Los resultados de uno de los cuestionarios de la investigación determinan que los medios son el principal agente de socialización de los preadolescentes, puesto que otorgan una puntuación de 2,73, y han ratificado que “los medios son una fuerza socializadora que dirige la forma de construir el mundo de nuestro alumnado, y también definen su lugar en este mundo. La concepción de la realidad de los niños en parte es una creación construida en los medios de comunicación. El reto es, por lo tanto, que los sistemas educativos del futuro sean capaces de generar nuevas energías, y que éstas sean capaces de crear ambientes y contextos educativos</p>

---

---

innovadores, espacios de aprendizaje que estén a la altura de los desafíos de la época contemporánea. En unos momentos en los que la familia ha pasado ya a ser el segundo agente de socialización.

---

Tabla 13. Actitudes, percepciones y uso de Internet y las redes sociales.

---

Actitudes, percepciones y uso de Internet y redes sociales entre los adolescentes de la comunidad gallega, 2014 (España).

---

DISCIPLINA      Psicología

OBJETIVO

Investigadores e instituciones han venido mostrando en los últimos años una creciente preocupación por el uso de Internet entre los adolescentes. Su impacto a nivel psicológico y conductual se traduce a menudo en la aparición de conductas de riesgo, fracaso escolar y problemas familiares. Habida cuenta del interés que el tema despierta a diferentes niveles, este trabajo se plantea con una doble intención: (1) disponer de datos que permitan conocer desde un punto de vista descriptivo cuáles son las actitudes, percepciones y hábitos de uso de Internet y las redes sociales entre los adolescentes y, (2) profundizar en su comprensión, contribuyendo así al diseño de estrategias que favorezcan un uso más racional y saludable de la Red.

METODOLOGÍA

Para la selección de la muestra se utilizó un muestreo bietápico: por conglomerados, para la selección de las unidades de primer nivel (un total de 29 centros seleccionados de forma aleatoria, tanto público como privados/concertados, tanto de carácter urbano como rural y de las cuatro provincias gallegas, respetando las cuotas existentes a nivel poblacional). Para la selección de las unidades de segundo

---

---

nivel (individuos) se utilizó un muestreo por cuotas, según el Género y el Ciclo. La muestra final estuvo compuesta por un total de 2339 estudiantes, 1171 mujeres y 1168 hombres, con edades comprendidas entre los 11 y los 18 años ( $M = 13.77$ ;  $DT = 1.34$ ). De estos, 1619 asistían a colegios públicos y 720 a colegios privados/concertados; 1239 cursaban el primer ciclo de la ESO (1º y 2º) y 1100, el segundo ciclo (3º y 4º). La recogida de datos se llevó a cabo mediante un cuestionario elaborado expresamente para el presente estudio, dividido en tres bloques: (1) un bloque sobre hábitos de uso de Internet, así como motivos y barreras, información, disponibilidad de aplicaciones y dispositivos, conocimiento y utilización de redes sociales y el papel de los padres en este contexto; (2) una escala de actitudes hacia Internet y las redes sociales, compuesta de 12 ítems; y (3) un último bloque en el que se recogían datos sociodemográficos como Género, Edad, Curso, Centro y Provincia. Los datos fueron recogidos en las propias aulas de los centros, en grupos de 15-20 individuos, mediante un cuestionario que cada participante debía cumplimentar de forma individual.

## CONCLUSIONES

En definitiva, la realidad que describen los resultados presentados coincide con la visión proporcionada por buena parte de los trabajos previos, aunque en muchas ocasiones estos se hayan centrado en aspectos excesivamente concretos (lo que impide disponer de una visión global del problema objeto de estudio), y en otros casos hayan sido obtenidos a partir de muestras muy limitadas, como es el caso de los datos proporcionados por el propio Informe europeo EU Kids Online, para el conjunto del estado español. Pero más allá de disponer de una visión algo más completa y objetiva de la realidad, la intención del presente trabajo era contribuir al diseño de estrategias y líneas de actuación a nivel de prevención y control, que favorezcan un uso más saludable de Internet entre los más jóvenes. En ese sentido, habida cuenta de que Internet es utilizado principalmente en el entorno del propio hogar, corresponde a los padres ejercer un control efectivo de su uso, por lo que se hace necesario que dispongan de un buen conocimiento de todo lo que tiene que ver con la Red y las nuevas tecnologías, convirtiéndose así una fuente de información y un verdadero elemento de referencia para sus hijos.

A partir de la información antes expuesta se generan diferentes conclusiones, una de ellas tiene que ver con qué tanto los resultados como las conclusiones de los trabajos expuestos en las últimas 12 tablas versan sobre diferentes aspectos; es decir no son conclusiones generalizadas. Están las que son descriptivas, concluyendo con estadísticas acerca del uso, el tiempo, las poblaciones etc. Hay algunas otras que presentan conclusiones en donde se habla de un uso tanto positivo como negativo de las redes sociales en Internet, y aquellas otras que aseguran que las redes sociales se están posicionando por encima de la familia y la escuela como agentes socializadores primarios . Y por último están las que consideran que efectivamente es la Psicología una de las disciplinas a las que les corresponde generar marcos explicativos para un nuevo paradigma generalizado como lo es el uso de las redes sociales en Internet y diversas herramientas que proporcionan las Tecnologías de la Información y la Comunicación, ya que existe efectivamente una nueva forma de socialización y comunicación.

Otra de las conclusiones tiene que ver con la necesidad de producir más investigaciones en nuestro país, de mayor amplitud y profundidad; haciendo la aclaración que la producción científica en México es prolífica, hablando del caso específico de la Psicología. Sin embargo está no está encaminada a los tópicos tratados a lo largo del trabajo, esto se hace evidente al enumerar la cantidad de trabajos encontrados; haciendo nuevamente una aclaración, no todos los trabajos encontrados provienen de la investigación Psicológica.



Esta es una realidad compartida con algunos países de América Latina (hablando propiamente de los que se encuentran tanto en Redalyc como SciELO), ya que se cuenta con una gran cantidad de Revista Científicas de Psicología; sin embargo los temas abordados están lejos de los que aquí se trataron. No se puede dejar de mencionar la variedad tanto de disciplinas, como de enfoques y metodologías con las cuales se ha abordado el estudio de las redes sociales en internet. Incluso habrá quien pueda pensar que con el auge tan grande que estas tienen hoy en día, es el tema predilecto de investigadores; sin embargo el presente trabajo nos permite conocer que no necesariamente es de esa forma.

Merece una mención especial el caso de España (que se ejemplifica menos), que en la revisión de estas redes de Revistas Científicas que agrupan a América Latina, el Caribe, España y Portugal, es quien tiene mayor producción en cuanto temáticas relacionadas con Tecnologías de la Información y Comunicación, Web 2.0 y Redes Sociales se refiere, estudiándose desde la Psicología. Convirtiéndose en una base importante para futuras investigaciones.

Por último, el presente trabajo brinda una aproximación acerca del proceso en el que se encuentra la generación de conocimiento con respecto al impacto que están teniendo las nuevas tecnologías en aspectos específicos de la vida de las personas. Esto puede dar pie a un sin fin de investigaciones para ir generando (o modificando) marcos explicativos, al menos desde la psicología; a todos los nuevos fenómenos, patologías y todo lo que derive de la interacción, uso y/o abuso con las nuevas herramientas cada vez más al alcance.

Como se mencionó en un principio el propósito del presente trabajo es proporcionar un panorama general acerca de lo que se ha investigado, se investiga y los retos que se generan casi a cada instante en una realidad tan cambiante como ante la que hoy nos enfrentamos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aguado Guadalupe, G., García García, A. (julio, 2009). Del Word-of-mouth al Marketing viral: aspectos claves de la comunicación a través de redes sociales. *Comunicación y Hombre*, (5) 41-51. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=129412636003>
- Aguilar, R.E.D., Said, H.E. (julio, 2010). Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook. *Zona Próxima*, 12, 190-207.
- Aguilera, Á. L., Parra, H. R. (enero, 2011). Tenerife Stream: Presencia de un destino turístico en Redes Sociales en Internet. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(1) 185-188. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88116214015>
- Alarcón, M., Lorenzo, C. (agosto, 2012). Diferencias entre usuarios y no usuarios de redes sociales virtuales en la Web 2.0. *Enl@ce: Revista Venezolana de Información, tecnología y conocimiento*, 9(2) 31-49. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=82323417003>
- Albero, G. J. (enero, 2014). Twitter, #primaveravalenciana y generación de noticias. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 19( ) 253-269. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93530573015>
- Álvarez, G. A. M. (abril, 2010). Principales efectos y ventajas del uso de las nuevas tecnologías en campañas electorales. *CIC. Cuadernos de*

*Información y Comunicación*, 15( ) 55-84. Recuperado de  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93520400004>

Andrade, E., Velazquez, E. (2011). La biblioteca universitaria en las redes sociales: planificando una presencia de calidad. *Biblios*, (42) 36-47. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16120044003>

Andrade, J. A., Campo-Redondo, M. (junio, 2014). Google: Análisis ideológico de las redes sociales en Internet. *Quórum Académico*, 11(1) 96-111. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199031388007>

Andreu, A.J. (2003). Infancia socialización familiar y nuevas tecnologías de la comunicación. *Portularia: Revista de Trabajo Social*, 3, 243-261. Recuperado de [file:///C:/Users/1604/Downloads/739%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/1604/Downloads/739%20(1).pdf)

Area, M. (julio, 2008). Las redes sociales en internet como espacios para la formación del profesorado. *Razón y Palabra*, 13 (63), 0-0. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/1995/199520798005.pdf>

Argüelles, V., R. (abril, 2013). Las redes sociales y su aplicación en la educación. *Revista Digital Universitaria*, 14(4), 1-14. Recuperado de <http://www.revista.unam.mx/vol.14/num4/art36/index.html>

Arroyo, A.I., Baladrón, P. A. J., Martín, N.R. (junio, 2013). La comunicación en redes sociales: percepciones y usos de las Ong españolas. *Cuadernos de Información*, (32) 77-88. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97127473007>

Balongo, S. P. (julio, 2013). Martínez Sánchez, F. & Solano Fernández, I. (2011).

Comunicación y relaciones sociales de los jóvenes en la red. Alcoy: Marfil.

*Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (43) 235-236. Recuperado de

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36828074020>

Bañuelos, E. (septiembre, 2013). La libertad de acción, nuevos valores y

producción creativa en el espacio social. *Revista de Estudios de Juventud*,

102, 25-39.

Bernete, F. (marzo, 2010). Usos de las TIC, relaciones sociales y cambios en la

socialización de las y los jóvenes. *Revista de estudios de juventud*, (88), 97-

114.

Biagi, S. (2009). *Impacto de los medios de comunicación*. México: Cengage.

Cabañes, M.E. (septiembre, 2013). De la hibridación al prcomún: construyendo la

realidad a través de la tecnología. *Revista de Estudios de Juventud*, 102, 9-

23.

Cabra, T. G., Marciales, V.G.P. ( mayo, 2009). Mitos, realidades y preguntas de

investigación sobre los 'nativos digitales': una revisión. *Universitas*

*Psychologica* , 8 (2), 323-338. Recuperado de

<http://www.redalyc.org/pdf/647/64712165004.pdf>

Cáceres, G.J. (julio, 2011). Las nuevas tecnologías de información y comunicación

y las políticas culturales en México – Ingeniería en Comunicación Social del

servicio de redes sociales Facebook. *Intercom*, 34(2), 175-196. Recuperado

de [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S180958442011000200010&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S180958442011000200010&script=sci_arttext)

Cáceres, M.D., Ruiz San Román, J. A., Brändle, G. (2009). Comunicación interpersonal y vida cotidiana. La presentación de la identidad de los jóvenes en Internet. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 14( ) 213-231. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93512977013>

Cachia, R. (julio, 2008). Los sitios de creación de redes. Aspectos sociales. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, (76), 1-20. Recuperado de <http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=4&rev=76.htm>

Caldevilla, D.D. (febrero, 2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 45-68. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/DCIN1010110045A/18656>

Campos, F.F. (2008). Las redes sociales trastocan los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, 287-293. Recuperado de [http://www.ull.es/publicaciones/latina/\\_2008/23\\_34\\_Santiago/Francisco\\_Campos.html](http://www.ull.es/publicaciones/latina/_2008/23_34_Santiago/Francisco_Campos.html)

Carbonell, X., Fúster, H., Chamarro, A., Oberst, U. (2012). Adicción a internet y móvil: una revisión de estudios empíricos españoles. *Papeles del Psicólogo*, 33(2) 82-89. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77823407001>

Casacuberta, D. (septiembre, 2013). Juventud y medios digitales: entre la *inmunitas* i la *communitas*. *Revista de Estudios de Juventud*, (102), 69-81. Recuperado de [http://www.injuve.es/sites/default/files/2014/02/publicaciones/Documentos%205%20Juventud%20y%20medios%20digitales\\_0.pdf](http://www.injuve.es/sites/default/files/2014/02/publicaciones/Documentos%205%20Juventud%20y%20medios%20digitales_0.pdf)

Castañeda, R.H.N. (diciembre, 2012). Intimidación y propiedad intelectual en las redes sociales: el caso colombiano. *El Ágora USB*, 12 (2), 473-495. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4550636>

Castellana Rosell, M., Sánchez-Carbonell, X., Graner Jordana, C., Beranuy Fargues, M. (diciembre, 2007). El adolescente ante las tecnologías de la información y la comunicación: internet, móvil y videojuegos. *Papeles del Psicólogo*, 28(3) 196-204. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77828306>

Cebrián, H.M. (mayo, 2008). La Web 2.0 como red social de comunicación e información. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, (14), 345-361. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0808110345A/119>

- Claus, J. T. (abril, 2007). La socialización en el presente digital: Informalización y contextualización. *Rev. Iberoam.cienc.tecnol.soc.*,3 (8), 9-22.
- Coronel, S.G. (octubre, 2011). Redes sociales marcan tendencias en la comunicación: Ecuador y el #30s. *Razón y Palabra*, 16(77) Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520010100>
- Cornejo, M., Tapia, M. L. (julio, 2011). Redes sociales y relaciones interpersonales en internet. *Fundamentos en Humanidades*, XII(24) 219-229. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18426920010>
- Crovi, D. D. M. (2010). Jóvenes, migraciones digitales y brecha tecnológica. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 52(209), 119-133. Recuperado de <http://www.journals.unam.mx/index.php/rmspys/article/view/25967>
- Crovi, D.D., López, G.R. (marzo, 2010). Tejiendo voces: jóvenes universitarios opinan sobre la apropiación de internet en la vida académica. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*,56 (212), 69-80.
- De Gracia, A. (abril, 2011). Las rebeliones árabes sientan bases históricas por el uso de la tecnología. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 16( ) 167-174. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93521629011>
- De la Torre, L., Dillon, A. (junio, 2012). Comunicación, redes sociales y democracia en la mirada de periodistas argentinos. *Cuadernos de*



*Información*, (30) 61-72. Recuperado de  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97124309007>

Díaz, P.M. ( abril, 2007). Redes sociales en internet: aplicacion FOAF (Friend-of-a-Friend). *Acimed: revista cubana de los profesionales de la información y la comunicación en salud*, 15 (6), 19-24. Recuperado de  
[http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol15\\_6\\_07/aci09607.htm](http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol15_6_07/aci09607.htm)

Domingo, C., González, J., Lloret, O.(enero, 2008). La Web 2.0. Una revolución social y creativa. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, (74), 134-141. Recuperado de  
<http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulodocumento.asp?idarticulo=3&rev=74.htm>

Duque, F. I. (diciembre, 2013). Castells, Manuel. Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de Internet. *Cuadernos de Geografía - Revista Colombiana de Geografía*, 22(2) 273-276. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=281826970007>

Echeverría, J. (enero, 2008). Apropiación social de las tecnologías de la información y la comunicación. *Rev. Iberoam. Cienc. Technol. Soc.*, 4 (10), 171-182.

Enrique, J. A. M. (abril, 2013). La gestión de comunicación de crisis en las redes sociales. *Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas*, 8(24) 116-131.

Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70926716008>

Escurra, M.M., Salas, B.E. (febrero, 2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ars). *Liberabit. Revista de Psicología*, 20(1) 73-91. Recuperado de

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68631260007>

Espinar, E., Frau, C., González, M.J., Martínez, R. (2006). *Introducción a la Sociología de la Comunicación*. España: Publicaciones Universidad de Alicante.

Espinar, R.E, González, R.M.J. (septiembre, 2009). Jóvenes en las redes sociales virtuales. Un análisis exploratorio de las diferencias de género.

*Feminismo/s*, 14, 87-106. Recuperado de

[http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/13302/1/Feminismos\\_14\\_06.pdf](http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/13302/1/Feminismos_14_06.pdf)

Fernández, C. C. (diciembre, 2014). Prácticas transmedia en la era del prosumidor: Hacia una definición del Contenido Generado por el Usuario (CGU). *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 19( ) 53-67.

Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93530573004>

Fernández, P. A. M. (agosto, 2013). Internet, educación y comunicación (el caso de la uam/x). *Razón y Palabra*, 18(83) Recuperado de

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199527531047>

Fernández, S.N. (diciembre, 2013). Trastornos de conducta y redes sociales en Internet. *Salud Mental*, 36(6) 521-527. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=58229682010>

Fischer, G., N. (1990). *Psicología social. Conceptos fundamentales*. Madrid: NARCEA, S. A.

Flores, C.J.J., Morán, C.J.J., Rodríguez, V.J.J. (20 de Octubre de 2009). La redes sociales. *Boletín electrónico de la Unidad de Virtualización Académica – UVA*. Lima, Peru. Recuperado de [http://mc142.uib.es:8080/rid%3D1HY8TVCB-15599LW-1S6Z/redes\\_sociales.pdf](http://mc142.uib.es:8080/rid%3D1HY8TVCB-15599LW-1S6Z/redes_sociales.pdf)

Flores, V. J. M. (octubre, 2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Comunicar*, XVII(33) 73-81. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15812486009>

Flores, Ò., Verdú, N., Giménez, P., Juárez, J., Mur, J. A., Menduiña, C. (septiembre, 2011). Web 2.0 en la docencia universitaria: aprendizaje colaborativo a través de la tecnología. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 9(24) 931-960. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=293122840021>

Fumero, A., García, A.J.M. (julio, 2008). Redes sociales. Contextualización de un fenómeno "dos-punto-cero". *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, 76, 1-15. Recuperado de

[http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=3  
&rev=76.htm](http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=3&rev=76.htm)

Galera, C. J. (mayo, 2010). Nuevo escenario de socialización del lenguaje. El chat y los adolescentes. *Perspectivas de la Comunicación*,3 (1), 81-90.

Galindo, C.J. (abril, 2010). La internet y sus redes sociales. Comunicología e ingeniería en comunicación social de un fenómeno aún emergente. *Razón y Palabra*, 15(71) Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199514914051>

García, A., García, I., Varona, D. (agosto, 2012). Incidencia de las redes sociales vs cibermedios, en las elecciones en España, 2011. *Enl@ce: Revista Venezolana de Información, tecnología y conocimiento*, 9(2) 11-29. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=82323417002>

García, A., López de Ayala, M., Catalina, B. (octubre, 2013). Hábitos de uso en Internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles. *Comunicar*, XXI(41) 195-204. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15828675021>

García, G.M.L, Nuñez, G.P. (septiembre, 2010). Nativos digitales y redes sociales. *Derecom*, (3), 1-10. Recuperado de <http://derecom.com/numeros/pdf/nativos.pdf>

García, J. A., Sendín, J. C., García, B. C. (diciembre, 2012). Usos de Internet y de redes sociales entre los adolescentes en España. *Sphera Pública*, (12) 83-100. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29729577006>

Giddens, A. (1993). *Las consecuencias de la modernidad*. Madrid: Alianza.

Giménez, A., Fuentes, S. (2012). Las redes sociales en internet como ámbito virtual de reciprocidades frente al padecimiento. *Scripta Ethnologica*, XXXIV( ) 105-116. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14828711006>

González, M.S. (diciembre, 2012). Contenidos móviles para la comunicación de servicio 2.0 a partir de las redes sociales. *Cuadernos de Información*, (31) 151-162. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97124883013>

González, R.R. (enero, 2009). La Internet como espacio de producción de capital social. Una reflexión en torno a la idea de comunidad informal de aprendizaje. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 40(14), 175-190.

González, R. (marzo, 2009). La internet como espacio de producción de capital social: Una reflexión en torno a la idea de comunidad informal de aprendizaje. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 14(40) 175-190. Recuperado de <http://redalyc.org/articulo.oa?id=14004009>

Gutiérrez, R., Vega, L., Rendón, A. E. (febrero, 2013). Usos de la Internet y teléfono celular asociados a situaciones de riesgo de explotación sexual de

adolescentes. *Salud Mental*, 36(1) 41-48. Recuperado de

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=58225671006>

Herrera, H.M.F., Pacheco, M. M.P., Palomar, L.J., Zavala, A. D. (enero, 2010). La

adicción a facebook relacionada con la baja autoestima, la depresión y la

falta de habilidades sociales. *Psicología Iberoamericana*, 18 (1), 6-18.

Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/1339/133915936002.pdf>

Herrero, G. F., Álvarez, N. A., López, O. M. (2011). Revista Latina de

Comunicación Social, en la red social Facebook. *Revista Latina de*

*Comunicación Social*, (66) 1-23. Recuperado de

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81921340001>

Iturbe, O.J. (julio, 2008). Redes sociales e inovacion abierta. Apuntes Criticos.

*Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, 76, 114-117. Recuperado

de

[http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=1](http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=10&rev=76.htm)

[0&rev=76.htm](http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=10&rev=76.htm)

Jakobson, R. (1984). *Ensayos de lingüística general*. Barcelona: Ariel.

Jiménez, M.G. (diciembre, 2013). La juventud y los movimientos sociales en el

entorno de las nuevas tecnologías. *Revista de estudios de juventud*, 103,

147-159.

- Kiss de A. D.M., Castro, R.E. (septiembre, 2004). Comunicación Interpersonal en Internet . *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, (11) 36, 277-301.  
Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/105/10503611.pdf>
- Laborda, G. X. (2005). Tecnologías, redes y comunicación interpersonal. Efectos en las formas de la comunicación digital. *Anales de Documentación*, (8) 101-116. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=63500807>
- León del Barco, B., Castaño, E. F., Fajardo Bullón, F., Gómez Carroza, T. (2012). Cyberbullying en una muestra de estudiantes de Educación Secundaria: Variables moduladoras y redes sociales. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 10(27) 771-788. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=293123547013>
- Levato, V. (septiembre, 2013). Redes sociales, lenguaje y tecnología Facebook. The 4th Estate Media?. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 65-77. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4200804>
- Llorca, A.G. (2005). Comunicación interpersonal y comunicación de masas en internet. Emisor y receptor en el entorno virtual . En López, G.G. (ed), *El ecosistema Digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y públicos en internet*. (págs. 21-29). Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València.

Lorente, S. Bernete, F. Becerril, D.(2004). *Jovenes, relaciones familiares y tecnologia de la informacion y de la comunicaci3n*. Madrid: INJUVE.  
Recuperado de <http://www.injuve.es/observatorio/infotecnologia/jovenes-relaciones-familiares-y-tecnologia-de-la-informacion-y-de-la-comunicacion>

Maletzke, G. (1992). *Psicología de la Comunicaci3n Social*. Quito: Quipus.

Martin, F. A. B., Alonso, S.M., Iglesias, S.H., Sáez, L.M., Mir3n, C.JA. (junio, 2014). Informaci3n sobre medicamentos y automedicaci3n en las redes sociales. *Rev. cuba. inf. cienc. Salud*, 25(2), 145-156 . Recuperado de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2307-21132014000200002&lng=es&nrm=iso](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2307-21132014000200002&lng=es&nrm=iso)>. ISSN 2307-2113.

Mantini, M. (mayo, 2012). Movimientos sociales, comunidades virtuales y desarrollo. *CIC. Cuadernos de Informaci3n y Comunicaci3n*, 17( ) 135-160.  
Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93524422007>

Marc, E., Picard, D. (1992). *La Interacci3n Social. Cultura, Instituciones y Comunicaci3n*. Barcelona: Paid3s. Recuperado de <http://usc2011.yolasite.com/resources/03%20MARC.pdf>

Mart3nez, L. M., Peñaranda-C3lera, M. C., Vitores, A., Iñiguez-Rueda, I. (agosto, 2011). Los locutorios como espacios de integraci3n: las tecnolog3as de la informaci3n y la comunicaci3n en la construcci3n de redes e identidades. *Psicoperspectivas*, 10(1) 243-270. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=171017587013>



Marqu ez, I. V. (agosto, 2011). Música y experiencia: de las sociedades primitivas a las redes sociales. *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*, 6(2) 193-214. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=62322211004>

Mattelart, A. Mattelart, M. (1997). *Historia de las Teorías de la Comunicación* . España: Paidós. Recuperado de <http://www.textosenlinea.com.ar/textos/Mattelart%20y%20Mattelart%20Historia%20de%20las%20Teor as%20de%20la%20Comunicacion.PDF>

Meléndez, M. N. (diciembre, 2012). Los "Social Media" en la alfabetización digital: percepciones y actitudes ante el uso de las redes sociales por internet en grupos de jóvenes con diferente nivel educativo. *Sphera Pública*, (12) 71-82. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29729577005>

Méndez, G.S., Rodríguez, S.J.E. (marzo, 2011). Consecuencias futuras del despertar de una generación de adolescentes digitales. Escenarios posibles. *Revista de estudios de juventud*, (92), 11-35.

Molina, G.J.L. (noviembre, 2005). El estudio de las redes personales: contribuciones, métodos y perspectivas. *EMPIRIA*, 10, 71-105. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/2971/297123998003.pdf>

Moral, T. F. (marzo, 2009). Internet como marco de comunicación e interacción social. *Comunicar*, XVI(32) 231-237. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15812476026>

Muñoz, G.G. ( junio, 2010). Las Redes Sociales: ¿fórmula mediática contra la soledad y el aburrimiento? *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud.*,8 (1), 51-64. Recuperado de <http://www.umanizales.edu.co/revistacinde/index.html>

Nava, M. R. (diciembre, 2007). Socialización del conocimiento académico con el uso de tecnologías de información y comunicación (TIC). *Enl@ce: Revista Venezolana de Información, tecnología y conocimiento*, 4(3) 41-56. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=82340304>

Navarro, E., García, M. A. (mayo, 2011). Nuevos textos y contextos en la web 2.0. Estudios de caso relacionados con las revoluciones en el norte de África y Oriente próximo. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 16( ) 149-165. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93521629010>

Oliva, Z. L., González, F. M. d. P., Martínez Valdés, V. (junio, 2005). El uso de las nuevas tecnologías en un posgrado con orientación humanista. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 10(1) 143-159. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29210110>

Ollari, M., Szpilbarg, D., Temelini, J.F.( enero, 2011). Nativos digitales en comunidades virtuales: un análisis de la interacción y sociabilidad de los adolescentes en la web en el caso Argentino. *Anfora*, 18 (30), 121-134.

- Orejuela, M., Villalobos, F. (diciembre, 2012). Redes sociales: audiencias, contenidos e instrumentalización de mensajes en @EINacionalWeb y @EIUniversal. En @ce: *Revista Venezolana de Información, tecnología y conocimiento*, 9(3) 49-62. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=82325415004>
- Ortigosa, P. A., Ibáñez, M.A. (2006). Comunicación en Internet: constructivismo social e identidad virtual. *Comunicar*, (27) 179-186. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15802727>
- Ortiz, M. G. (marzo, 2013). Foto-reporteros independientes en Internet, el rol de la red social y el de la comunidad virtual. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 18( ) 83-98. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93528051008>
- Pallarés, P. M. (junio, 2014). Medios de comunicación: ¿espacio para el ocio o agentes de socialización en la adolescencia?. *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*, (23) 231-252. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=135029519011>
- Parra, C.E. (septiembre, 2010). Las redes sociales en internet: también dentro de los hábitos de los estudiantes universitarios. *Anagramas*, 9 (17), 107-116.
- Peña, K., Pérez, M., Rondón, E. (junio, 2010). Redes sociales en Internet: reflexiones sobre sus posibilidades para el aprendizaje cooperativo y colaborativo. *Revista de Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales*, (16)

173-205. Recuperado de

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=65219151010>

Polo, S.D. (enero, 2009). La filosofía 2.0 y la explosión audiovisual en internet.

*Razon y Palabra*, 14 (7Q), 1-17. Recuperado de

<http://www.redalyc.org/pdf/1995/199520478046.pdf>

Pifarré, M. J. (junio, 2013). «Internet y redes sociales: un nuevo contexto para el delito». IDP. *Revista de Internet, Derecho y Política*, (16) 40-43.

Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78828864004>

Pineda, B. E., Meneses, C. T., Téllez, A. F. R. (mayo, 2013). Análisis de redes sociales y comunidades virtuales de aprendizaje. Antecedentes y perspectivas. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (38) 40-55.

Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194225730004>

Quiroz, P. (2011). Diferencias culturales-comunicativas en el espacio digital.

Comparación entre adolescentes urbanos y semirurales en usos y

motivaciones de las TICs. *Revista austral de ciencias sociales*, (20), 81-104.

Rial, A., Gómez, P., Braña, T., Varela, J. (agosto, 2014). Actitudes, percepciones y uso de Internet y las redes sociales entre los adolescentes de la comunidad gallega (España). *Anales de Psicología*, 30(2) 642-655. Recuperado de

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16731188028>

Renau Ruiz, V., Oberst, U., Carbonell-Sánchez, X. (septiembre, 2013).

Construcción de la identidad a través de las redes sociales online: una

mirada desde el construccionismo social. *Anuario de Psicología*, 43(2) 159-170. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97029454002>

Rial, A., Gómez, P., Braña, T., Varela, J. (2014). Actitudes, percepciones y uso de Internet y las redes sociales entre los adolescentes de la comunidad gallega (España). *Anales de Psicología*, 30(2) 642-655. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16731188028>

Rodríguez, P. A. P., Fernández, A. (2014). Relación entre el tiempo de uso de las redes sociales en internet y la salud mental en adolescentes colombianos. *Acta Colombiana de Psicología*, 17(1) 131-140. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=79831197013>

Rodríguez, T. R. (junio, 2013). Relatos del presente, olvidos del futuro. De las tramas en la red y otras subtramas en los media. *Revista de Estudios de Juventud*, 101, 67-75.

Romo, G. J. R., Tarango, J., Murguía, J. P., Ascencio, B. G. (2012). Cibercultura estudiantil en comunidades académicas de universidades públicas mexicanas. *Anales de Documentación*, 15(1) 1-27. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=63524084008>

Rouis, S., Limayem, M., Salehi-Sangari, E. (diciembre, 2011). Impacto del uso de Facebook en el rendimiento de los estudiantes: El papel de la Autorregulación y la Confianza. *Electronic Journal of Research in*

*Educational Psychology*, 9(25) 961-994. Recuperado de  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=293122852001>

Rubio, G.A. (marzo, 2010). Generación digital: patrones de consumo de internet, cultura juvenil y cambio social. . *Revista de estudios de juventud.*,(88), 201-221.

Ruiz, I.C. (julio, 2012). La comunicación empresarial en redes sociales. El caso de las cinco mayores empresas españolas. *Razón y Palabra*, 17(79)  
Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199524411054>

Sádaba, I. (julio, 2012). Acción colectiva y movimientos sociales en las redes digitales. Aspectos históricos y metodológicos. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 188, 781-794. doi: 10.3989/arbor.2012.756n0411

Sánchez, E.J., Oviedo, E.L. (diciembre, 2005). Amor.com: vínculos de pareja por internet. *Revista Intercontinental de Psicología y Educación*, 7(2) 43-56.  
Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80270204>

Sandoval, A.R., Romero, R.A., Heredia, R.E. (octubre, 2013). Comunicación e intercambio con redes sociales en la educación universitaria: caso estudiantes de Administración e Informática. *Apertura*, 5(2) 82-95.  
Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68830444008>

Soengas, X. (octubre, 2013). El papel de Internet y de las redes sociales en las revueltas árabes: una alternativa a la censura de la prensa oficial.

*Comunicar*, XXI(41) 147-155. Recuperado de  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15828675016>

Stornaiuolo, A., DiZio, J., Hellmich, E. (octubre, 2013). Desarrollando la comunidad: jóvenes, redes sociales y escuelas. *Comunicar*, XX(40) doi:10.3916/C40-2013-02-08

Suriá, M. R. (diciembre, 2012). Redes sociales online y su utilización para mejorar las habilidades sociales en jóvenes con discapacidad. *Escritos de Psicología - Psychological Writings*, 5(3) 16-23. Recuperado de  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=271025234006>

Tabernerero, C., Aranda, D., Sánchez-Nvarro, J. (marzo, 2010). Juventud y tecnologías digitales: espacios de ocio, participación y aprendizaje. *Revista de Estudios de Juventud*, 88, 77-96.

Tamayo, P. W. A., García, M. F., Quijano, L. N. K., Corrales, P. A., Moo, E. J. A. (diciembre, 2012). Redes sociales en internet, patrones de sueño y depresión. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 17(2) 427-436. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29224159005>

Tortajada, I., Arauna, N., Martínez I.J. (septiembre, 2013). Estereotipos publicitarios y representaciones de género en las redes sociales. *Comunicar*, 41(21), 177-186. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C41-2013-17>

Trujano, R. P., Dorantes, S. J., Tovilla Quesada, V. (febrero, 2009). Violencia en internet: nuevas víctimas, nuevos retos. *Liberabit. Revista de Psicología*, 15(1) 7-19. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68611923002>

Túñez, M., Sixto, J. (2011). Redes sociales, política y Compromiso 2.0: La comunicación de los diputados españoles en Facebook. *Revista Latina de Comunicación Social*, (66) 1-25. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81921340015>

Tuñón, I. (mayo, 2010). Determinantes de las oportunidades de crianza y socialización en la adolescencia. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 8(2), 903-920. Recuperado de <http://www.umanizales.edu.co/revistacinde/index.html>

Valadés, G.B. (octubre, 2011). Conceptualizar el papel de las redes sociales en internet en movimientos sociales y acciones colectivas. propuesta aplicada a lo digital.. *Razón y Palabra*, 16(77) Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520010091>

Valenzuela, A.R. (abril, 2013). Las Redes Sociales y su aplicación en la educación. *Rvista Digital Universitaria*, 14 (4), 1-14. Recuperado de <http://www.revista.unam.mx/vol.14/num4/art36/art36.pdf>



Vera, V. J. ( marzo, 2005). Medios de comunicación y socialización juvenil. *Revista de estudios de juventud.*, (68), 19-32.

Viloria, H., Villalobos G, F. & Espinosa P., A. (2013). Redes sociales, competencias tecnológicas y producción intelectual de los posgrados en comunicación venezolanos. *Razón y Palabra*, 18(83) Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199527531052>

Villalobos, O. (junio, 2012). Comunicación y ciudadanía en la era de las redes sociales. *Quórum Académico*, 9(1) Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199022708001>

Villena, H. J. L., Molina, F. E. (agosto, 2011). ¿Por qué amo las redes sociales? Vida social de jóvenes en red. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 25(2) 159-173. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27422047009>

Villota, H.O. (julio, 2008). Conformación de redes digito-sociales. Usos de la web 2.0. *Razón y Plabra*, 13 (63), 1-13. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/n63/varia/ovillota.html>

Vizer, E. A. (2003). *La trama invisible de la vida social. Comunicación, sentido y realidad*. Buenos Aires: La Crujia.

Winocur, R. (junio, 2001). Redes virtuales y comunidades de internautas: Nuevos núcleos de sociabilidad y reorganización de la esfera pública. *Perfiles*

*Latinoamericanos*, 18, 75-92. Recuperado de

<http://www.redalyc.org/pdf/115/11501804.pdf>

Younis, J. A. (1993). *El aula fuera del aula: la educación invisible de la cultura audiovisual*. Las Palmas de Gran Canaria: Librería nogal ediciones.

Zapata, R. M. (2005). Brecha digital y educación a distancia a través de redes.

Funcionalidades y estrategias pedagógicas para el e-learning. *Anales de Documentación*, (8) 247-273. Recuperado de

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=63500815>