

LA NATURALEZA DE LAS REDES SOCIALES VIRTUALES Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO ECONÓMICO Y POLÍTICO

Bruno Gandlgruber y Paola Ricaurte Quijano¹

Resumen

Este texto se propone realizar una revisión de la naturaleza de las redes sociales virtuales a través de la identificación de sus usos, sus principios de organización, sus implicaciones para la construcción de capital social y el impacto generado en el desarrollo económico y político de la sociedad. Este artículo propone como punto de partida una caracterización de las redes sociales virtuales con base en un análisis de casos de generación de comunidad en los que quedan al descubierto algunas de sus propiedades específicas. Esta caracterización toma en cuenta rasgos de las redes sociales virtuales para analizar y comparar particularmente dos ámbitos: el impacto económico y político de las comunidades articuladas a través de la red.

Palabras clave

Redes sociales virtuales, medios sociales, capital social, teoría de redes, comunidades virtuales

1 Introducción

Es indiscutible que la irrupción de los medios sociales y el aprovechamiento de las posibilidades interactivas de la red están colocándonos frente a un escenario inédito. Relacionarse, intercambiar y evaluar información y organizarse en grupos de interés de diversa índole son actividades que para un porcentaje creciente de la población se ha convertido en un eje nodal de sus interacciones culturales, políticas, sociales y económicas. Sostenemos aquí que estas actividades pueden tener un alto potencial para facilitar el acceso a información útil, generar confianza, capital social (Bourdieu, 1980), comunidades virtuales (Rheingold, 2003) y la generación de esferas públicas alternas (Castells, 2008, 2009). Este artículo propone como punto de partida una caracterización de las redes sociales virtuales con base en un análisis de casos de generación de comunidad en los que quedan al descubierto algunas de sus propiedades específicas. Esta caracterización toma en cuenta rasgos de las redes sociales virtuales en México para analizar y comparar particularmente dos ámbitos: el impacto económico y el impacto político de las comunidades articuladas a través de la red.

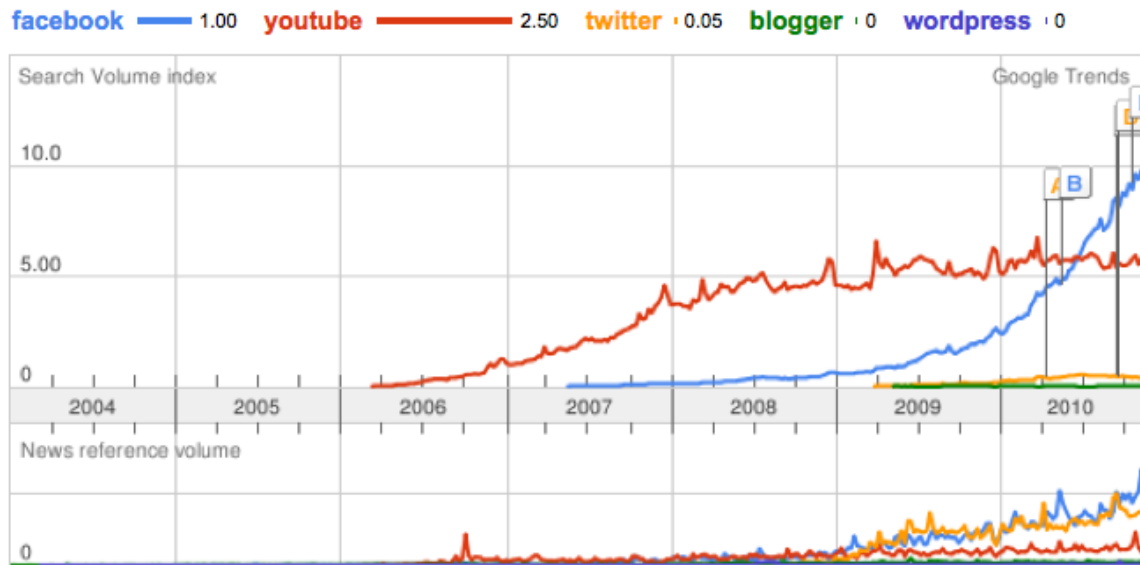
2 Acceso a Internet y perfil de los usuarios de redes sociales en México

A pesar del crecimiento vertiginoso de la infraestructura de Internet, dos terceras partes del planeta están desconectadas. Esta enorme brecha digital señalada en diversos índices y reportes internacionales que evalúan el grado de desarrollo de las tecnologías de información y comunicación² a nivel mundial, dan cuenta de la estrecha relación que existe entre la tecnología y los niveles de competitividad de un país. Los niveles de penetración de Internet en México son los más bajos dentro de los países de la OCDE y comparativamente peores que otros países de la región, como Brasil, Chile, Argentina, Costa Rica (IWS, 2010). En México, menos de un tercio de la población posee acceso a Internet. El uso intensivo de teléfonos celulares con banda ancha móvil (*smartphones*) hasta ahora no ha podido revertir esta tendencia, aunque se observa una matización en algunas regiones. En nuestro país, en términos generales, la calidad y el costo de los medios de acceso, fundamentalmente la banda ancha, sigue siendo para una minoría: solo el 9% de la población tiene una conexión de banda ancha debido al elevado costo de más de 26 dólares mensuales en promedio. La velocidad de conexión promedio es de 2,29 MG, mientras que en Japón es de 60 MB por segundo.³[1] Esta coyuntura tecnológica deficiente y costosa, nos coloca en una situación de desventaja con respecto a otras economías, incluso menos fuertes, en términos del impacto tecnológico y social que podríamos tener.

Dadas estas restricciones en el acceso a Internet en México, se genera un perfil de los usuarios con una sobrerrepresentación marcada de las poblaciones urbanas con ingresos altos, además en grupos de edad menores y con niveles de educación más elevados⁴. Aun si no son segmentos representativos de la población general, su impacto en términos de la generación y difusión de conocimiento, en el liderazgo de opinión y en la toma de decisiones en el ámbito productivo es sobreproporcional. Al mismo tiempo, la exclusión de amplios sectores de la población mexicana tiene consecuencias fuertemente negativas, que habría que estudiar de manera específica. El objetivo principal de este trabajo es explorar algunos rasgos específicos de las redes existentes, independientemente de los sesgos obvios que prevalecen.

Desgraciadamente, en la discusión teórica y en el imaginario social, encontramos el universo de los llamados *social media* reducidos a la categoría más limitada de redes sociales. Y más aún: al hablar de redes sociales nos circunscribimos al ámbito más constreñido de las redes sociales más populares y de carácter comercial como Facebook y Twitter. Este tratamiento reduce las posibilidades del análisis y nos condena a una miopía teórico-metodológica. Los *social media* involucran todo el ecosistema de medios que posibilitan la naturaleza dialógica de la red, la interacción social y la generación de comunidad. En este sentido, las redes sociales virtuales constituyen uno de los ámbitos en que se manifiestan las potencialidades de la interacción y articulación de sujetos en red a través de una diversidad de actividades y propósitos: desde los contactos sociales espontáneos y esporádicos, hasta las comunidades académicas y científicas estables, pasando por las multitudes organizadas e inteligentes (Rheingold, 2002) que reinventan las formas de organización y movilización social, las estrategias de difusión de información, la construcción de vínculos emocionales y la generación de inteligencia colectiva.

México reproduce en gran medida la tendencia mundial en cuanto a consumo de redes sociales y comunidades en línea. Para nuestro país, los sitios de redes sociales y comunidades en línea más populares son Facebook, YouTube, Blogger, Wikipedia, Twitter y Wordpress (Alexa, noviembre de 2010), ubicados entre los veinte sitios más visitados. México es el octavo país en el mundo por número de usuarios en Facebook. Para agosto de 2010 se estimaban 16 millones de usuarios (CNN Expansión, 2010). La segunda red social de mayor crecimiento es Twitter, que a nivel mundial llega a los 200 millones de usuarios, de los que México tenía en julio de 2010 casi dos millones, según el estudio de Mente Digital, y que para diciembre de 2010, según estimaciones de la misma empresa, se ubicaría alrededor de los tres y medio millones.

Figura 1. Redes sociales y comunidades en línea en México (2004-2010).⁵

Fuente: Google Trends (noviembre, 2010)

La preeminencia en el uso de medios sociales por parte de los usuarios mexicanos es ilustrativa acerca de algunas especificidades de nuestra cultura contemporánea: multimediática, interactiva, social y expresiva. México supera a todos los demás países hispanohablantes no solamente en el número de usuarios en redes sociales, sino también en el efecto que produce su uso en el ámbito social.

3 Análisis de redes sociales

Las diversas formas de interacción en las redes sociales virtuales se pueden describir y analizar como tipos específicos de redes. Las redes sociales virtuales constituyen una forma emergente de redes sociales con características específicas que influyen en su operación, su organización y sus resultados. A partir de la teoría general de redes sociales (sección 3.1) y su aplicación al estudio y medición de redes en Internet (*cibermetría*) se ha abierto un

interesante ámbito de exploración de las relaciones sociales. Las diversas características institucionales de las redes nos permitirán revisar algunos de los aspectos de las redes sociales virtuales que impactan en la generación de capital social (sección 3.3).

3.1 Teoría de redes sociales

Las teorías de redes sociales o de análisis de redes sociales se han establecido como un método de estudio importante en las ciencias sociales en los últimos años, debido a su potencial de visualizar y analizar interacciones que revelan diversas propiedades de las interacciones entre grupos de actores.

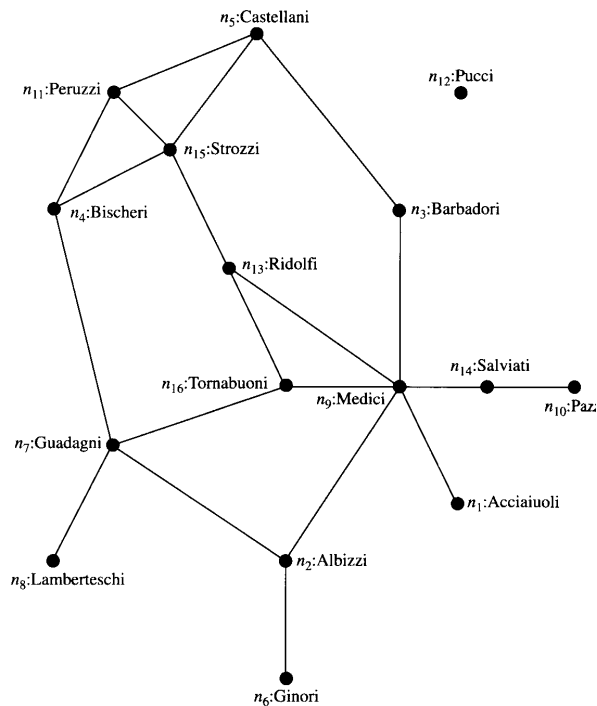
Como algunos de los principales antecedentes de las teorías de redes sociales contemporáneos se pueden mencionar la *tesis de los seis grados de separación* (Milgram, 1969) y la importancia de los vínculos débiles para la estabilidad de las relaciones sociales (Granovetter, 1973). Recientemente, se ha establecido una metodología detallada de cómo estudiar las redes sociales a partir de los trabajos de Wasserman (et al. 1995) y de Borgatti (2009) quien ofrece una tipología innovadora de diversas redes sociales.

Wasserman et al. (1995, pág. 20) definen una red social como “un conjunto finito o conjuntos finitos de actores y la relación o relaciones definidas sobre ellos.” Los principales elementos de una red social son entonces los nodos asumidos como individuos u organizaciones y las relaciones entre los nodos de diversa índole (interacciones, flujos de valor, poder, consultas etc.). Las relaciones son equivalentes a vínculos específicos entre los miembros del grupo. Estas relaciones incluyen información clave sobre las relaciones mismas, llamada *información relacional*, característica definitoria de la red social en sí.

El análisis y la visualización de las redes sociales permiten distinguir una serie de características básicas de una red particular, como por ejemplo, los tipos de centralidad: la *centralidad de grado* (‘degree centrality’, que hace referencia al número de relaciones de cada nodo); la *centralidad de cercanía* (‘closeness centrality’, que involucra las conexiones

con nodos de alta centralidad de grado) y la *centralidad de intermediación* ('betweenness centrality', la distancia general del conjunto total de nodos). Wasserman et al. (1995, Pág. 104) ilustran las diferentes formas de centralidad con un ejemplo que muestra las relaciones entre las familias florentinas de la Edad Media (véase figura 2).

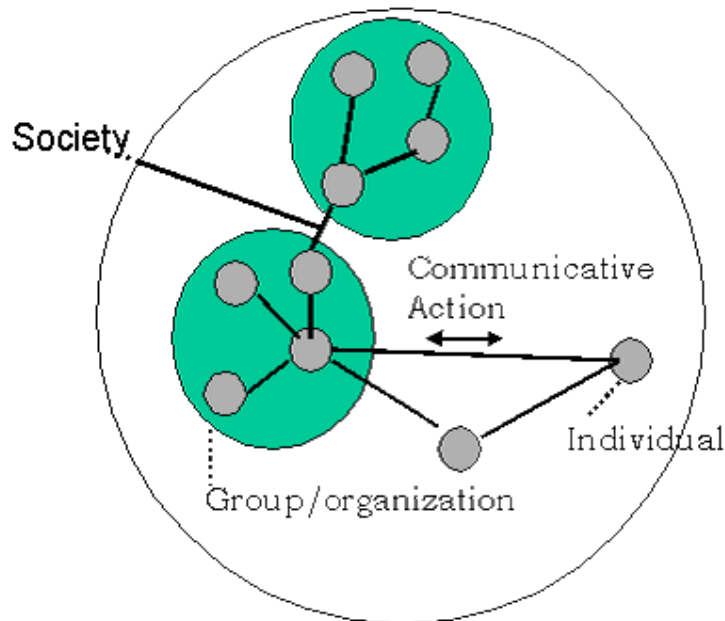
Figura 2. Red social de las familias florentinas en la Edad Media



Fuente: Wasserman et al., 1995, Pág. 104.

Otra aportación interesante acerca del estudio de redes es la que realiza van Dijk (2003), al plantear un modelo conceptual de la sociedad red a partir de las interacciones entre individuos, grupos, organizaciones y sociedades. Van Dijk articula la visión de Habermas acerca de la acción comunicativa (una acción mediada por símbolos) como acción social positiva, con la propuesta de una sociedad red, ya concebida previamente por Castells.

Figura 3. Sociedad red



Fuente: van Dijk, 2003

La sociedad red, la articulación de estos nodos y sus relaciones a través de códigos significativos, es capaz de autoorganizarse y optimizar tanto sus recursos como sus resultados.

3.2 Cibermetría

Existen diversas aplicaciones de la teoría de redes al análisis de Internet que se agrupan bajo la etiqueta de *cibermetría* (Torres, 2010). Sus métodos amplían y afinan la teoría de las redes sociales, en algunos casos con el uso de software especializado para seguir las actividades de nodos o actores específicos.

Las redes sociales virtuales se pueden definir como un conjunto de actores que se relacionan e interactúan de manera virtual. Los actores conectados son los nodos de las redes sociales virtuales. Algunas de las relaciones fundamentales son los flujos de información, el intercambio de opiniones y la generación de conocimiento. Para estudiar la formación y características de durabilidad son importantes las secuencias en las relaciones: contactos iniciales, seguimiento, reencuentro etc.

Otras características útiles para analizar y comparar diferentes redes sociales y tipos de redes sociales virtuales son el grado de conectividad, de asimetría y de transitividad. La *conectividad* hace referencia al número general de relaciones que existe por nodo o actor, la *asimetría* a las igualdades o desigualdades en los recursos y el prestigio entre los diferentes actores (véase arriba: 2. Acceso). La *transitividad* mide la probabilidad de la existencia de relaciones entre actores que tienen nodos en común (amigos de amigos como amigos en el lenguaje de Facebook). También la *resiliencia* de las redes sociales virtuales ha sido señalada como una propiedad importante, dado que expresa características de estabilidad que son propias de las redes virtuales.

En los últimos años, ha surgido software altamente especializado para obtener información sobre rutas o patrones de comportamiento de los actores en Internet. Una parte de este tipo de software revisa patrones de búsquedas de los internautas para detectar problemáticas específicas como, por ejemplo, el surgimiento de epidemias. Se ha logrado encontrar brotes de gripe con base en la búsqueda de información en los motores como *Google* en regiones con un alto nivel de densidad poblacional. Este método ha permitido detectar los brotes de gripe una o dos semanas antes de que dejen rastro en los registros de las autoridades locales o estatales de salud. Algunas aplicaciones de este tipo se han socializado en los celulares para compartir información en tiempo real sobre fenómenos diversos, como por ejemplo el *CitySense* que permite el acceso directo a información sobre el grado de saturación de bares y antros para ubicar aquellos que todavía cuentan con mesas disponibles.

La información generada en las redes sociales virtuales se puede usar con fines de seguridad pública (Economist, 2010). La policía de Richmond en EEUU por ejemplo usa este tipo de software para detectar reuniones y fiestas masivas y así tomar medidas específicas de prevención de delitos. Programas parecidos han sido utilizados en Líbano para predecir las localizaciones con alto riesgo de ataques terroristas (SOMA). Algunos especialistas, como Brian Uzzi, han empezado a relacionar grandes cantidades de información en las redes para el análisis del surgimiento de movimiento políticos (SPADAC).

Este tipo de software permite identificar patrones de comportamiento específicos en Internet. En algunos casos, estos patrones reflejan integración de redes sociales virtuales y sus características particulares. Sin embargo, no nos dicen nada sobre la configuración de las redes sociales virtuales y su desenvolvimiento en el tiempo. Para comprender el funcionamiento de las redes sociales virtuales es necesario orientar y aplicar la cibermetría hacia las características específicas de las redes en términos de sus formas de organización y la generación de reglas específicas que explican su comportamiento.

3.3 Características *institucionales* de las redes sociales virtuales

Las redes sociales en línea implican la virtualización de formas de interacción existentes en otros medios. Internet permite ampliar estas relaciones y generar características adicionales. La articulación de redes sociales virtuales abre la posibilidad de construir nuevas relaciones, pero también de recuperar relaciones perdidas o seguir relaciones en el tiempo y en el espacio. En muchos casos, esto no implica la pérdida de contactos cara-a-cara (*face-to-face*). Al contrario, algunos estudios muestran que las relaciones virtuales más estables son las que permiten el contacto cara-a-cara, y de manera recíproca: las relaciones personales –privadas, laborales y otras– que se amplían a las redes sociales virtuales al parecer son más estables. Las redes sociales virtuales generan capital social, al optimizar los recursos que poseen los sujetos, hacer visible su red de contactos y de esta manera potencializar las interacciones y los encuentros, como lo demuestra un estudio de panel en

Alemania (Bauernschuster, 2010). Al mismo tiempo, la virtualización tiene obviamente sus límites en ciertas actividades que requieren de contextos particulares de relaciones cara-a-cara (Gandlgruber et al. 2010).

Podemos distinguir una serie de reglas sociales que se reflejan, se reproducen y se subvierten en la configuración de las redes sociales virtuales:

1. *Reglas de acceso y pertenencia* (membresías, derecho de acceso y de restricciones de acceso etc.): estas reglas son variables en función de las posibilidades de configuración de la red. Tenemos un diapason que va desde las redes más cerradas (por invitación exclusiva de miembros), las más o menos privadas (Facebook) hasta las más abiertas (Twitter)
2. *Reglas para la difusión y evaluación de la información disponible*: ¿cómo se transmite información? ¿Cómo se valida la información disponible? (marcadores sociales, agregadores, portales de evaluación y recomendaciones, ranqueos, reputación, etc.)
3. *Reglas para la construcción de confianza y liderazgo*: ¿Quiénes son las fuentes confiables? ¿Cómo se construye confianza en la red? ¿Quiénes se convierten en líderes de opinión y bajo qué criterios?
4. *Principios de organización y gobierno de las redes*: formas y grados de estructuración, participación en la creación y el cambio de los formatos
5. *Principios de propiedad y autoría*: diferentes formas de participación y de reconocimiento por la creación de contenidos, formas de re-creación, co-creación (remix, wikis, creative commons)

6. *Principios de creación y estructuración de contenidos*: normas lingüísticas, códigos específicos de cada red (hashtags), símbolos, emociones, extensión, multimedialidad, heterogeneidad.

4 Implicaciones económicas de las redes sociales virtuales

La integración y desarrollo de redes sociales virtuales tiene una creciente importancia para la interacción y coordinación de la sociedad económica y sus dinámicas de cambio. Las redes sociales virtuales distribuyen información, facilitan la toma de decisiones, generan capacidades, confianza y capital social. Las redes sociales virtuales ayudan a los desempleados a encontrar opciones de trabajo o a los emprendedores a conseguir capital. Muchos aspectos de la producción, entendida como sistema social de producción, se ven afectados por las redes sociales virtuales como una intersección más entre las formas clásicas de organización social como el mercado, el estado, las empresas o las comunidades.

En primer lugar, las redes sociales pueden mejorar el funcionamiento de los mercados al facilitar la difusión de información. Un ejemplo para este fenómeno es la red que han establecido pescadores en Kerala (India) para compartir información sobre la oferta y el precio de las diferentes variedades de pescado disponibles en todos los puertos y mercados de esta región (Jensen, 2007). Los pescadores reciben esta información en altamar y pueden dirigirse hacia aquellos puertos donde la oferta del tipo de pescado que traen es baja o el precio es alto. Esta red ha permitido una reducción significativa del desperdicio y de la dispersión de los precios. Este caso muestra el potencial que las tecnologías de información y comunicación pueden tener para fomentar el desarrollo económico, si se logra crear una red con reglas y características específicas con relaciones y reglas particulares. Para eso es indispensable generar una red estable con centralidades bien definidas que garantizan un flujo equilibrado y rápido de la información.

Otros ejemplos que muestran la creciente importancia de las redes sociales virtuales para la economía son las que se relacionan con nuevas formas de gobierno corporativo, con la transparencia y con la responsabilidad social corporativa. Las redes sociales virtuales permiten un monitoreo de casos problemáticos o de alto riesgo de parte de clientes o de ONG, pero a la vez las plataformas le ofrecen oportunidades a los corporativos para difundir información e interactuar con los clientes y los activistas. ¿Cuáles son las características de este tipo de redes? Los nodos que difunden la información tienen que contar con altos niveles de reputación o credibilidad para ser aceptados tanto de parte de las empresas como de los activistas.

Las redes sociales virtuales pueden cubrir necesidades de comunicación e intercambio de información en el interior de las organizaciones, particularmente de las organizaciones internacionales o transnacionales. Las redes internas pueden fomentar la coordinación de grandes grupos de trabajo al permitir enlaces diferenciados con diferentes grados de conectividad. La virtualización de algunas relaciones laborales puede ser parte de una estrategia amplia de coordinación.

5 Implicaciones políticas de las redes sociales virtuales: las redes ciudadanas

Las redes sociales en línea funcionan como reflejo y termómetro de las situaciones que se desarrollan en el mundo físico: las necesidades de reconocimiento y pertenencia, de construcción y deconstrucción de identidad, de información, de creación y reforzamiento de lazos afectivos (Ricaurte, 2010), pero también cubren la necesidad de espacios de expresión y participación de los sujetos sociales.

En sociedades como la mexicana, donde estructuralmente se encuentran clausuradas las formas institucionales de participación ciudadana, las redes sociales han permitido que los ciudadanos, de manera creativa y propositiva, encuentren vías para “generar, difundir contenidos en tiempo real y articular estrategias de organización, denuncia, acciones y propuestas que incidan sobre el mundo social, político, jurídico, cultural” (Ricaurte, 2011).

La primera estrategia de organización ciudadana con un impacto notorio en el mundo político mexicano constituyó el movimiento anulista originado durante las elecciones de 2009. Sin duda, constituye el caso más exitoso en el manejo de redes sociales durante esta campaña electoral: “el movimiento anulista constituyó un ejemplo de la capacidad que tiene la ciudadanía para expresar su opinión –en este caso su descontento y desesperanza– durante un proceso electoral”. (Ricaurte, 2009, Pág. 31) El movimiento anulista en sus diversas manifestaciones (Esperanza Marchita, Anula tu voto, Voto nulo, etc.) tuvo a Facebook como principal plataforma de acción.

El segundo caso de éxito lo constituyó la propuesta *Cuidemos el voto*, una iniciativa ciudadana para denunciar los casos de irregularidad electoral durante los comicios de julio de 2009.

El movimiento articulado en Twitter bajo el hashtag #internetnecesario, en octubre de 2009 fue detonador una ola de reacciones en contra de la iniciativa que pretendía gravar este servicio como un artículo suntuario y constituye el paradigma de las posibilidades de los medios sociales como vehículos para la generación de propuestas y reacciones ciudadanas ante hechos del mundo social. A partir de ahí, hemos visto innumerables ejemplos de movimientos y temas de la agenda social, que son discutidos, visibilizados y registrados por ciudadanos inconformes con las agendas mediáticas y políticas que dejan de lado asuntos de relevancia para la ciudadanía (algunos que en Twitter se han conocido bajo los *hashtags* #derechoadecidir, #matrimonioDF, #vigiliaporjuarez, #aventonciudadano, #guarderiaABC, #JusticiaABC, #niunoniunamas, #supervia, entre muchos otros). El establecimiento de agendas ciudadanas y su difusión a través de medios sociales ha permitido que por primera vez, los medios y en algunos casos los políticos, hayan abierto espacios para la ciudadanía que antes se encontraban cerrados.

Sin duda la eficacia en la generación de comunidad, de capital social y de inteligencia colectiva se ha hecho manifiesta en estos casos. Algunas organizaciones ciudadanas alternativas, apartidistas, operan esencialmente a partir de las herramientas tecnológicas y

las posibilidades de la red social. Todavía existen limitaciones marcadas por la brecha digital y las otras brechas profundas de México (económica, educativa, política), que impiden que estos movimientos se extiendan a ámbitos no urbanos y entre los diversos sectores sociales. Sin embargo, este grupo minoritario con acceso a los dispositivos tecnológicos, Internet y con competencias digitales que les permiten aprovechar los recursos existentes, deben ser tomados en cuenta como un caso ejemplar de aprovechamiento y articulación de capital social, cultural y simbólico.

6 Conclusiones

En este texto hacemos un recuento de las características de las redes sociales en línea y su impacto en el ámbito económico y político. Si bien es cierto que aún es pronto para cuantificar los efectos en términos económicos y políticos y tener una proyección clara para los años próximos, no cabe duda de que las nuevas formas de difusión de información, organización y acción ya no pueden pensarse al margen de estas redes. Para ahondar en la comprensión de este fenómeno debemos respondernos algunas interrogantes en el presente y futuro inmediato: ¿De qué manera se constituyen estas redes en México?, ¿cuáles son sus reglas de interacción y articulación?, ¿de qué manera se presenta el mapa de relaciones entre los distintos nodos?, ¿quiénes son esos nodos, cuáles son sus grados de centralidad, cercanía e intermediación?, ¿cuáles sus grados de conectividad, de asimetría y de transitividad?, ¿cómo se potencia de manera concreta el capital social y se transforma en capital económico y político?

Hay más preguntas que respuestas, lo que significa un reto en términos académicos y sociales. Es necesario investigar de manera sistemática y con nuevas categorías teórico-metodológicas, transdisciplinarias, con estudios comparativos y transnacionales, este fenómeno de alta complejidad.

Referencias

Alexa, the Web Information Company (2010). Recuperado el 29 de noviembre de 2010. Disponible. <http://www.alexa.com>

Bañuelos, J., Ricaurte, P., Meneses, M. E., García, C. (2010). *Internet en las campañas intermedias mexicanas de 2009*. México: AMIC.

Bauernschuster, S., O. Falck y L. Wößmann (2010). ‘Schadet Internetnutzung dem Sozialkapital?’, *ifo-Schnelldienst*. Muenchen

Bauernschuster, S., O. Falck und L. Wößmann (2010), The Internet and Social Capital: Quasi-Experimental Evidence from an Unforeseeable Technological Mistake, mimeo, Ifo Institute for Economic Research at the University of Munich

Borgatti, S. (2009) *Network Analysis in the Social Sciences*.

Boyd, D. y Ellison, N. (2008). *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*.

Boyd, D. (2009) *Twitter: “pointless babble” or peripheral awareness + social grooming?* Recuperado el 31 de Julio de 2010. Disponible en: http://www.zephoria.org/thoughts/archives/2009/08/16/twitter_pointle.html

Bourdieu, P. (2002). *Sociología y Cultura*. México: Grijalbo- Conalculta.

Burcher, N. (2010). Facebook usage statistics by country -July 2010 compared to July 2009 and July 2008. Recuperado el 1 de agosto de 2010 de <http://www.nickburcher.com/2010/07/facebook-usage-statistics-by-country.html>

Castells, M. (2006). *La era de la información. Economía , sociedad y cultura. La sociedad red*. México: Siglo XXI.

Castells, M. (2008). The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*.

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.

Cátedra Sociedad de la Información y del Conocimiento. (2009). Elecciones e Internet en México. El uso político de la red en el marco de la campaña electoral de 2009. Observatorio de campañas políticas en la web 2.0, Tecnológico de Monterrey. Recuperado el 31 de julio de 2010. Disponible en: <http://www.catedravirtualis.com/observatorio2009/>

CNNExpansión. (2010). México, octavo lugar en Facebook. Recuperado el 29 de noviembre. Disponible en: <http://www.cnnexpansion.com/tecnologia/2010/08/18/mexico-octavo-lugar-en-facebook>

Economist (2010) 'Untangling the social web', recuperado el 29 de noviembre de 2010. Disponible en: http://www.economist.com/node/16910031?story_id=16910031

El Universal. (2007). Hi5 y los consumidores 2.0 Recuperado el 3 de marzo de 2009. Disponible en: <http://www.el-universal.com.mx/articulos/42303.html>

El Universal (2010). México lidera usuarios de Facebook en AL. Recuperado el 1 de agosto de 2010. Disponible en: <http://www.el-universal.com.mx/articulos/59648.html>

El Universal (2010). Usuarios de Twitter más ricos que los de Facebook. Recuperado el 29 de noviembre. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/722123.html>

García, D. (2010) Alejandro Piscitelli: Los hashtags de Twitter son el termómetro del mundo. Recuperado el 31 de julio. Disponible en: <http://www.yorokobu.es/2010/04/23/alejandro-piscitelli-los-hashtags-de-twitter-son-el-termometro-del-mundo/>

Granovetter, M.S. (1973). 'The Strength of Weak Ties', *The American Journal of Sociology*.

Internet World Stats (2010). Internet Usage Statistics for the Americas. Recuperado el 29 de noviembre de 2010. Disponible en: <http://www.internetworldstats.com/stats2.htm>

Java, A., Finin, T. Song, X. y Tseng, B. (2007). Why We Twitter: Understanding Microblogging Usage and Communities. Recuperado el 31 de Julio de 2010. Disponible en: <http://ebiquity.umbc.edu/paper/html/id/367/Why-We-Twitter-Understanding-Microblogging-Usage-and-Communities>

Jensen, R. (2007) 'The Digital Provide: Information (Technology), Market Performance, and Welfare in the South Indian Fisheries Sector', *Quarterly Journal of Economics*.

Levy, P. (2004). *L'Intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace*. Paris: La Découverte.

Mente Digital. (2010). Twitter en México. Recuperado el 29 de noviembre de 2010. Disponible en: <http://www.slideshare.net/gpbolde/twitter-en-mexico2010> y <http://www.slideshare.net/gpbolde/twitter-en-mxico-julio-2010>

Milgram, S., J. Travers (1969). 'An Experimental Study of the Small World Problem', *Sociometry*.

O'Reilly. Twitter and the Micro-Messaging Revolution: Communication, Connections, and Immediacy—140 Characters at a Time. Recuperado el 31 de julio de 2010. Disponible en: <http://radar.oreilly.com/research/twitter-report.html>

Piscitelli, A., Adaime, I. y Binder, I. (Comps.) (2010). *El proyecto Facebook y la posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*. Barcelona: Ariel.

Rheingold, H. (1993). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Reading, MA: Addison Wesley.

Rheingold, H. (2002). *Smart Mobs: the Next Social Revolution*. Cambridge, Massachusetts: Perseus.

Rheingold, H. (2008). Using Participatory Media and Public Voice to Encourage Civic Engagement. In Bennett, W. (Ed.). *Civic Life Online: Learning How Digital Media Can Engage Youth*. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning Cambridge, MA: The MIT Press.

Ricaurte, P. (2009). Campaña electoral 2009 en la web 2.0: los usos políticos de las redes sociales. Recuperado el 29 de noviembre. Disponible en: http://www.catedravirtualis.com/observatorio2009/?page_id=25

Ricaurte, P. (2010a). El imperio de lo efímero. Recuperado el 31 de Julio. Disponible en: http://blogs.eluniversal.com.mx/weblogs_detalle11053.html

Ricaurte, P. (2010b). Entre la esfera pública, el simulacro y el espectáculo. Recuperado el 31 de julio de 2010. Disponible en: http://blogs.eluniversal.com.mx/weblogs_detalle11363.html

Ricaurte, P. (2010c). Facebook o los nuevos rostros de la socialidad. *Revista Virtualis 2* (julio 2010-enero 2011)

SocialBeat(2010). Twitter: 125 million users and climbing. Recuperado el 29 de noviembre de 2010. Disponible en: <http://venturebeat.com/2010/06/10/twitter-growth-125-million-users/>

Techcrunch (2010). Costolo: Twitter Now Has 190 million Users Tweeting 65 Million Times a Day. Recuperado el 29 de noviembre de 2010. Disponible en: <http://techcrunch.com/2010/06/08/twitter-190-million-users/>

Tendencias Digitales (2010). 90% de los latinoamericanos se conecta en las redes sociales. Recuperado el 2 de agosto. Disponible en: <http://by137w.bay137.mail.live.com/default.aspx?wa=wsignin1.0>

Thompson, J. B. (1998a). *Ideología y cultura moderna: teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México: UAM-Xochimilco.

Thompson, J. B. (1998b). *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Thompson, J.B. (2000). *Political scandal: Power and visibility in the media age*. Cambridge, UK: Polity.

Vázquez, L. (2010). *Internet en las elecciones estatales de 2010*. Documento de trabajo. México: Tecnológico de Monterrey.

Wassermann, S., Faust, K. (1995). *Social Network Analysis*. New York: Cambridge University Press

Webster, F. (2001). *Culture and Politics in the Information Age*. London, New York: Routledge.

World Internet Project. (2010). Recuperado el 27 de julio de 2010. Disponible en: <http://www.worldinternetproject.net>

World Internet Project México (2010). *Estudio 2010 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas*. Tecnológico de Monterrey.

¹ Bruno Gandlgruber. Se desempeña como investigador en el Departamento de Estudios Institucionales en la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa. Sus correos electrónicos son: bgandlgruber@gmail.com y bgandl@correo.cua.uam.mx

Paola Ricaurte Quijano se desempeña como investigadora en el Departamento de Estudios Culturales en el Tecnológico de Monterrey, Campus Ciudad de México. Su correo electrónico es: pricaurt@itesm.mx

² Tales como el Digital Opportunity Index, el Technology Index y los reportes como The Global Information Technology Report 2009-2010.

³ Porcentaje de la población con acceso a banda ancha en algunos países seleccionados: (OCDE Broadband Statistics 2009, www.oecd.org): Holanda 38.1, Corea 32.8, Estados Unidos 26.7, Turquía 8.7, México 8.4, promedio de la OCDE 22.8%.

El costo del servicio de banda ancha en un conjunto de países seleccionados de la OCDE (precio mensual promedio de la banda ancha por megabit por segundo, dólares, OCDE Broadband Statistics 2009, www.oecd.org): México 26.03, Polonia 17.95, Turquía 14.64, Estados Unidos 8.06, Grecia 3.35, Corea 1.30.

La velocidad de transmisión, nuevamente países seleccionados (download speed, www.speedtest.net): Corea 33.95 Mb/s, Latvia 24.22 Mb/s, Suecia 20.09 Mb/s, Taiwan 8.07 Mb/s, México 2.29 Mb/s Laos 1.58 Mb/s

⁴ Por ejemplo, para el caso de Twitter, el 62% de los usuarios se encuentran localizados en la Ciudad de México. (Mente Digital, 2010)

⁵La gráfica está basada en el tráfico promedio de Facebook para todos los años.