

## MENSAJERÍA INSTANTÁNEA (MI) COMO SUSTENTO DE GRUPOS DE PERTENENCIA BASADOS EN COMUNICACIÓN MEDIADA POR COMPUTADORA (CMC)

Álvaro Gascue  
Universidad de la República (Uruguay)  
agascue@liccom.edu.uy

### Resumen

La presente investigación realizada en el marco de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de la República (Montevideo – Uruguay) arribó, por lo menos, a cuatro conclusiones básicas: a) Que la integración de las redes sociales generadas y sustentadas en MI presenta una fuerte asociación con las redes generadas cara a cara. b) Que por ese motivo el uso de múltiples identidades o identidades falsas es mínimo, puesto que quien mintiera estaría arriesgando su credibilidad ante sus relaciones cara a cara. c) Que el grado de fortaleza de los lazos establecidos entre los usuarios está determinado, al igual que en las relaciones cara a cara, por la cercanía afectiva o laboral. Y en tal sentido, que existe un primer círculo de relaciones densas y por tanto de lazos fuertes; otro intermedio con el cual se intercambian diálogos en forma más esporádica; y un tercer círculo periférico en el que predominan los lazos débiles e incluso se produce el mayor número de exclusiones (borrado o bloqueo) de integrantes de las listas de contactos. d) Que la vida social en Internet es más rica entre quienes poseen sus propias computadoras y tienen acceso 24 horas sobre 24 horas que entre quienes deben depender de los servicios prestados por un ciber o un centro comunitario. Y que si bien estas dos últimas posibilidades de acceso son democratizadoras, no lo son tanto si no garantizan al usuario privacidad y la posibilidad de acceder por el tiempo que necesita.

**Palabras clave:** Comunicación Mediada por Computadora (CMC), Mensajería Instantánea (MI), Internet, Redes Sociales.

### Ciencias sociales, Internet y comunidades

Lo más probable es que los estudiantes del instituto de hoy en día piensen más en las computadoras como superficies de una simulación fluida para escribir y jugar, que como máquinas rígidas para programar. O que piensen en las computadoras como las puertas de acceso a la comunicación. Cuando Steven de catorce años describe la importancia de su computadora dice:

*Tiene todos los programas que hacen funcionar a mi módem.*

Turkle, 1997:77

En 1984, en su novela de anticipación *Neuromante*, William Gibson acuñó el término “ciberspacio” para referirse al entorno generado por Internet. En su novela, los personajes se conectaban a la Red mediante chips que acrecentaban sus habilidades y podían navegar en forma individual o grupal portando, de ser necesario, la memoria digitalizada de otra persona (incluso de alguien que había muerto) o ver lo que otros estaban mirando, pero en contrapartida se arriesgaban a sufrir daños físicos y mentales irreparables.

Gibson es un autor de culto de los programadores del Silicon Valley, devoción no inmerecida en tanto su visión futurista de la Red se ha convertido en un paradigma y, en algunos aspectos, en un adelanto de lo que habría de ocurrir en las siguientes décadas (y, quizá, de lo que aún está por ocurrir).

También desde muy temprano Internet atrajo la atención de algunos científicos sociales llamados a convertirse en pioneros de lo que luego sería un nuevo campo de la investigación social; Manuel Castells y Barry Wellman son dos de estos referentes fundacionales.

Desde comienzos del nuevo siglo, Internet se ha convertido en un lugar de conversación. Además del sentido de apropiación y pertenencia de los usuarios frente a Internet, la Red se consolida como espacio para formar relaciones, comunidades y otros sistemas sociales donde rigen normas similares a las de cara a cara.

Como consecuencia de este hecho la sociología de la comunicación ha pasado por tres etapas, en cuanto a su objeto de estudio, que al presente no se excluyen entre sí, sino que conviven y se complementan:

- a) Estudio de los medios de comunicación (fuertemente vinculado a su influencia sobre la opinión pública).
- b) Estudio de la comunicación interpersonal.
- c) Estudio de la comunicación a escala global basado en dos ejes: los medios de comunicación globales (p. ej. las señales de televisión globales) e Internet.

Nuestra investigación se inscribe básicamente en dos de estos campos: las relaciones interpersonales e Internet.

Tradicionalmente, por su sujeción a la realidad social y basada en que sus integrantes se relacionan cara a cara, las ciencias sociales le han dado un papel privilegiado a los grupos primarios en particular y a los grupos de pertenencia en general. Pero ¿qué ocurre cuando los integrantes de estos grupos interactúan a través de comunicación mediada por computadora (CMC) y no necesariamente cara a cara?

Esta pregunta, formulada por sociólogos, psicólogos sociales, antropólogos y comunicólogos, aún antes que Internet se consolidara, se ha vuelto perentoria desde que los progresos tecnológicos hicieron posible que tales interacciones se realicen en tiempo real e incluso recurriendo al uso de *webcams* y audio.

Por ello nos propusimos avanzar sobre la cuestión buscando dimensionar el impacto conceptual de la CMC sobre las definiciones clásicas de grupo primario y de pertenencia; y de la mano de este hecho, indagar cuán globales son estos grupos cuando dejan de estar condicionados por la cercanía territorial.

Como continuidad del eje temático comunicación / globalización, se indagó qué es aquello que define sustancialmente la denominada “brecha digital”, atendiendo a la conjetura de que esta no se mide solo por el porcentaje de hogares o lugares de trabajo conectados a Internet.

En cuanto a la fuente de los datos nos basamos en:

- Datos obtenidos en investigaciones realizadas en otros países y sus implicancias teóricas (1).
- Datos obtenidos en una investigación cuantitativa que realizamos utilizando como universo a estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de la República (Montevideo – Uruguay), para luego cotejarlos con los datos anteriores a fin de confirmar o rebatir sus supuestos teóricos.

### **¿Por qué los mensajeros instantáneos? (MI)**

Como es sabido una clasificación básica separa las comunicaciones mediadas por computadora en dos clases: sincrónicas y asincrónicas. En las sincrónicas se establece una interacción en tiempo real, como es el caso de los salones de *chat*, las salas de juego (o MUDs) (2) *on-line* y la MI. En las asincrónicas, autor y lectores escriben y leen en momentos diferentes, como en el correo electrónico, el tablón de noticias, la página web, el blog o el *fotolog*. En el momento de definir qué tipo de CMC en particular presentaba mayor interés para nuestros objetivos, nos inclinamos por la mensajería instantánea (MI) por ser la que tiene las características más cercanas a la relación cara a cara propia de los grupos primarios (sincronía y selección de los contactos con los cuales se dialoga), relegando pues a un segundo lugar el papel de los salones de *chat*, el intercambio de *e-mails* y los tableros de noticias.

En los grupos sustentados en MI, que tienen muchas de las características de un grupo primario o de referencia, la piedra angular de todo el sistema lo constituye cada individuo con su lista de contactos personales.

Pero, a su vez, si bien la base angular es el individuo, varias personas de las que están entre sus contactos se conocen entre sí, conformando una red e incluso interaccionando *on-line* en forma colectiva. Realmente si algo ejemplifica el concepto de *sociedad red* son estos grupos sustentados tecnológicamente por el uso de MI y en una cohesión social que puede estar originada en las relaciones cara a cara o en las mismas relaciones mediadas por computadora. Probablemente el principal competidor, o socio según se lo mire, de los mensajeros instantáneos, en cuanto a la capacidad de sustentar comunidades mediante CMC –aunque no por eso tiene prestaciones equivalentes– es la telefonía móvil, aunque no debemos perder de vista que ambos medios de comunicación están tendiendo a converger en un soporte común.

Otro elemento fuerte en el sustento de comunidades de este tipo y que de algún modo son herederos de las BBS (3) o de los tableros de noticias, lo constituyen los *sites* sociales tales como MySpace, Facebook, Orkut o los *fotologs*.

### **Metodología**

Se aplicaron métodos cuantitativos y cualitativos.

La etapa cuantitativa consistió en la realización de una encuesta basada en un cuestionario autoadministrado al que respondieron 417 estudiantes pertenecientes a los cuatro años de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de la República (de los cuales el 91.6% resultaron usuarios de mensajería instantánea, 382 casos).

La encuesta, llevada a cabo en el mes de octubre de 2007 en salones y horarios de clase, tuvo como objetivo obtener una descripción de los usuarios de mensajería instantánea, un avance somero sobre algunas características de sus listas de contactos y además reclutar estudiantes para la fase cualitativa.

La etapa cualitativa consistió en la realización de 9 grupos de discusión conformados del siguiente modo:

2 grupos femenino 18-19 años

2 grupos masculino 18-19 años

2 grupos femenino 20-25 años

2 grupos masculino 20-25 años

1 grupo Mixto + 29 años

Todos los integrantes de los grupos eran usuarios de MI, y la elección de los tramos etarios estuvo basada en la posibilidad de encontrarnos ante experiencias diversas con relación al uso de las computadoras, de Internet y de los mensajeros instantáneos. Se contempló, al respecto, que por la rapidez del avance tecnológico personas de edades similares pudieran haber vivido experiencias generacionales distintas.

Las postulaciones para participar en los grupos fueron voluntarias. Para conformarlos se procedió a una selección de estudiantes partiendo de edad y sexo, y procurando que cada grupo expresara situaciones dispares, por ejemplo: número de contactos en su lista de MI, procedencia del interior o capital, condición de becarios, hijos de profesionales, etcétera.

Los grupos de discusión, cuya coordinación estuvo a mi cargo, se realizaron en la sala de investigadores de la Licenciatura a fines de noviembre y principios de diciembre de 2007.

### **Tópico y ejes temáticos**

A continuación se presenta un listado de los tópicos y ejes temáticos indagados, particularmente en la fase cualitativa:

- Posesión de computadora (propia o de la familia) y acceso a Internet.
- Lugar de residencia y acceso a Internet.
- Número de contactos por tramo etario (lista de contactos).
- Edad de comienzo del uso de computadora, Internet y MI.
- Frecuencia de uso y tiempo *on-line*.
- Distribución del tiempo cotidiano fundamentalmente en relación con el uso de otros medios de comunicación.
- Número de contactos en la lista de IM.
- El reclutamiento de los miembros de la lista de contacto.
- Conocimiento cara a cara de los contactos.
- Número de contactos habitualmente *on-line*.
- MI y amigos íntimos.
- Extranjeros en la lista de contactos.
- Homogeneidad de las comunidades sustentadas en MI.
- Contenido de las conversaciones.
- Registro de las conversaciones en el disco duro.
- Conversaciones extremas.
- Limitaciones (¿o virtudes?) expresivas de la MI.

- Uso de periféricos.
- Salas de *chat* no generadas por MI.
- Salas de *chat* generadas por MI.
- Uso de programas de MI.
- Intercambio de archivos.
- Posesión por parte de los usuarios de MI de *Webs, Blogs y Fotoblogs*.
- Multitareas (*Multitask*).
- Escritura de la lengua.
- Expectativas en relación con lo dialogado en tiempo real a través de MI.
- Uso de cabezales e ilustraciones de los programas de MI.
- Eliminación y bloqueo de miembros de la lista de contactos.
- Identidad real y perfil en MI.
- MI y género.
- MI y los niños y adolescentes.
- MI y programas *Bots* (4).
- La percepción social de los usuarios acerca del uso de MI.
- Frontera entre las comunicaciones cara a cara y las mediadas por computadora.
- Percepción de la evolución de Internet.

Como algunos tópicos sirvieron solamente de insumos para llegar a las conclusiones finales y no figuran en ellas, por tanto hacemos algunos comentarios ampliatorios.

- El lugar de residencia, hogar paterno, propio, pensión, residencia estudiantil no fue tan significativo en tanto a la cantidad de contactos como la edad. A menor edad mayor número de contactos.
- La capacidad de los programas de MI de intercambiar archivos y la conversación en tiempo real ha variado radicalmente el modo de trabajo de los grupos de estudiantes cuando deben presentar un trabajo colectivo durante los cursos.
- Efectivamente los estudiantes tienden a habituarse a realizar múltiples tareas a la vez, pero habría que evaluar la real eficacia de esta modalidad.
- El programa de MI más utilizado, casi por unanimidad, es Windows Live de Microsoft, pero no solo por sus posibles características técnicas, sino porque simplemente es el más utilizado (si el usuario utiliza otro MI corre el riesgo de quedar fuera del grupo).
- Los programas *Bots* específicos para MI prácticamente no son utilizados y la mayoría de los usuarios desconocen su existencia.
- Si algún medio ha perdido tiempo de uso entre los jóvenes, frente a Internet, es la televisión. De todos modos los segmentos etarios investigados no se caracterizan por un gran consumo de televisión o diarios.

## **Hallazgos y conclusiones**

Una vez analizados los datos de ambas etapas se arribó a las siguientes conclusiones generales:

- Se refrendó la idea de Wellman y Castells acerca de que los individuos generan redes de CMC en las que son la cabeza de una red social, que a su vez se relaciona de persona a persona con otras redes del mismo carácter.
- Se constató que desde la irrupción de las comunicaciones mediadas por computadora cambió la conformación tradicional de los grupos primarios y de los grupos de pertenencia. Si bien los grupos cara a cara y los sustentados en CMC tienen muchos integrantes en común, ellos pueden abarcar, permitiendo establecer una interacción cotidiana, a familiares y personas que están físicamente alejadas. Esta sola constatación obliga a reformular la definición clásica que de grupo primario y de pertenencia han formulado las ciencias sociales, ya que, a todos los efectos, debemos asumir que ya no es un requisito necesario que estos grupos estén sustentados en la comunicación cara a cara.
- Si bien la mayoría de los contactos sustentados en CMC se generan primero cara a cara, existen casos inversos; e incluso de perdurar una relación, aunque la distancia física sea grande, tenderán los individuos a intentar conocerse en persona. Ambos planos, cara a cara y CMC, establecen entre sí una relación de sinergia.
- Los grupos sociales sustentados en CMC resultaron ser significativamente homogéneos en particular en lo que hace a la edad de sus integrantes, lo cual confirma su asociación con los grupos cara a cara, pero rebate la idea de que Internet es un generador de comunicación entre personas de orígenes sociales, etnias y niveles etarios diversos. Quizá esta sea una posibilidad en potencia pero no suele ser una realidad.
- Casi la mitad de los encuestados manifestaron tener en su lista de contactos a extranjeros, pero luego la fase cualitativa de la investigación permitió establecer que la mayoría de esos contactos eran resultado de un conocimiento anterior cara a cara, lo cual demuestra que los usuarios promedio están lejos de generar grupos globales a partir del uso de MI.
- Se confirmaron supuestos generales acerca de la existencia de una brecha digital: los estudiantes con padres universitarios presentaron una mayor concentración de contactos sustentados en CMC que los estudiantes que recurren a becas para sostener sus estudios.
- Quienes se conectan desde su hogar presentaron un número mayor de contactos en las listas de sus mensajeros instantáneos con relación a quienes se conectan desde el trabajo o el ciber.

Aquellos que se conectan desde los ciber no solo presentaron listas de contactos más acotadas que los que lo hacen desde el hogar, sino que manifestaron sufrir otras limitaciones no menos importantes, como la falta de privacidad.

- Partiendo de la base de que en realidad estamos hablando de interacciones sociales, podemos concluir que si bien los ciber democratizan el acceso a las redes sociales establecidas mediante CMC, no lo hacen suficientemente.
- Se corroboró la tendencia universal de que es entre los estudiantes más jóvenes que se genera el mayor número de contactos.
- No obstante, los resultados relacionados con el total de contactos deben ser tomados con precaución, ya que al pasar a la etapa cualitativa las cifras absolutas comienzan a volverse relativas en sus efectos. Si bien la cantidad total de contactos es un indicador de interacción social, tal como lo constatamos, los individuos establecen círculos concéntricos de proximidad, al igual que en las relaciones cara a cara. Por lo tanto, la distancia entre quienes presentan más y quienes presentan menos contactos disminuye cuando se refiere a las interacciones de carácter cotidiano reales.
- La tendencia general es que sobre el número total de contactos en las listas, la cantidad de contactos reales, es decir con los que se interacciona cotidianamente, comienza a disminuir en forma drástica. Pero esta constatación pone en duda la validez general de la idea de que el ámbito de Internet facilita establecer lazos débiles de relación; cuando la proximidad comunicacional es mayor también es mayor la fuerza de la relación.
- Las comunicaciones mediadas por computadora y en particular los mensajeros instantáneos han roto la tradicional división de tiempos para trabajar y tiempos de recreo en el ámbito laboral.
- Las mujeres normalmente son agregadas a las listas de los mensajeros instantáneos y los varones tienden a agregar ellos. Este es claramente un traslado de una actitud social al ámbito de la CMC y otra prueba de la interrelación que existe entre ambos espacios. Otro resultado de esta actitud es que las listas de hombres suelen tener más contactos que las de mujeres.
- Los datos obtenidos ponen en tela de juicio la idea manifestada por algunos autores de que Internet es un ámbito que se presta a que los individuos puedan tomar varias identidades. En el caso de MI el cambio de identidad es un hecho aislado al que se le atribuyen fines lúdicos. La razón para mantener en los perfiles de los mensajeros instantáneos datos similares a los reales es precisamente el conocimiento personal entre el individuo y sus contactos.
- En principio la MI es percibida por los usuarios como un medio de comunicación más; pero existe la conciencia de que en realidad, aunque sea solamente por su capacidad de posibilitar la interacción en tiempo real, es un medio que genera relaciones que van más allá del entretenimiento, en tanto permite sustentar comunidades en las que se expresan afectos y necesidades utilitarias.
- Una conclusión fuerte es que a los efectos socio-comunicacionales no existe un plano real y otro virtual. Los dos planos son reales ya que sus interacciones tienen efectos sobre la vida cotidiana de los individuos.

- La aparición de grupos sustentados en CMC pone en duda otro axioma –este más específico– de la sociología de la comunicación. Desechada la teoría de la “aguja hipodérmica” o la “bala mágica”, primó el concepto de que una parte sustancial de la creación de la opinión pública está en manos de los líderes de opinión locales; pero la eficiencia de esta mediación se vuelve inestable desde que el individuo puede relacionarse cotidianamente con grupos equivalentes a los cara a cara pero deslocalizados con relación al líder de opinión tradicional. Algo similar ocurre con el control que los padres intentan ejercer sobre las interacciones de sus hijos.
- La MI y la telefonía móvil tienen en común la capacidad de sustentar comunicaciones mediadas por computadora. Además establecen una relación complementaria. Entre los usuarios es casi general la idea de que los mensajeros instantáneos tienen un límite en cuanto a su capacidad expresiva y que a los efectos de evitar malentendidos es conveniente continuar la conversación por vía telefónica (móvil).
- El teléfono móvil es considerado más íntimo o personal que la MI, pero esta tiene la cualidad de que en última instancia permite filtrar fácilmente la lista de contactos y los mensajes recibidos. Por ello los usuarios de ambos medios prefieren dar su dirección de MI antes que su número telefónico.

### **Una reflexión final**

El 10 de mayo de 2007 el Estado uruguayo lanzó el Plan Ceibal (Conectividad Educativa de Información Básica para el Aprendizaje) (5), que básicamente consiste en la entrega a los escolares de todos los centros de enseñanza primaria de un computador adecuado para el uso infantil y conectado a Internet.

Como zona piloto se tomó una localidad del interior, Cardal (1300 habitantes), ubicada en el departamento de Florida, abarcando a casi dos centenares de niños. En 2008 se extendió al resto de los departamentos. Para los primeros meses de 2009 el Plan habrá cubierto todo el territorio nacional y cada escolar del sistema público tendrá su *laptop* el cual no tiene que devolver al egresar del ciclo.

Su principal finalidad es cambiar el sistema tradicional de enseñanza y promover la alfabetización digital, pero, como hemos visto en el presente trabajo, dada la fuerte asociación entre la tecnología y las comunicaciones mediadas por computadora debería pensarse que el Plan, también, es un Plan de socialización digital con todas las implicancias que este concepto supone.

### **Notas**

Este trabajo fue publicado originalmente en *Question* N° 22, en junio de 2009.

(1) Resultaron particularmente útiles las investigaciones de Ángel Gordo López y Blanca Chong López (ver bibliografía).

(2) MUDs, Multi User Dungeon.

(3) BBS, Bulletin Board System.

(4) Los programas *Bots* (de robots) tienen normalmente fines pedagógicos y responden preguntas en forma automatizada.

(5) Se trata de una iniciativa asociada a la Fundación OLPC (One Laptop Per Child).

## **Bibliografía**

BALAGUER PRESTES, Roberto (2005), "El chat y el Messenger: instrumentos de entrenamiento en comunicación para tiempos de incertidumbre y baja atención", ponencia en las VIII Jornadas de AIDEP, The British Schools, Montevideo, disponible en:

<http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=209>, enero 2007.

BOASE, Jeffrey; Wellman, Barry (2004), *Personal relationships: on and off Internet*, Cambridge Press.

BONEBRAKE, Katie (2002), *College Students' Internet Use, Relationship Formation, and Personality Correlates* en *CyberPsychology & Behavior*, 5(6), 551-558. Retrieved May 5, 2003, from PyschINFO\_1887 to present database.

BONEVA, Bonka; Kraut, Robert (2002), *E-mail, Gender, and Personal Relationships* en: Wellman, B., Haythornthwaite, C., *The Internet in Everyday Life*, cit.

CASSANY, Daniel (2006), *Tras las líneas, sobre la lectura contemporánea*, Montevideo, Anagrama.

CASTELLS, Manuel (2000), *La era de la Información*, vol. 1, *La sociedad red*, Madrid, Alianza.

CASTELLS, Manuel (1998), *La era de la Información*, vol. 3, *El fin del milenio*, Madrid, Alianza.

CASTELLS, Manuel (2006), *Comunicación móvil y sociedad. Una perspectiva global*, Barcelona, Editorial Ariel.

CASTELLS, Manuel (2001), "Internet y la sociedad red" en <http://tecnologiaedu.us.es/nweb/htm/pdf/106.pdf>, diciembre 2007.

CASTELLS, Manuel (2002), "La sociedad red ya existe, no es el futuro" (entrevista al autor), *Revista Nuevos Rumbos* (julio), Santiago de Chile, en <http://www.publimatic.com.>, diciembre 2007.

CHONG LÓPEZ, Blanca (2003), "Internet desde la visión de los jóvenes", Universidad Autónoma de Coahuila, en:

[http://www.lag.uia.mx/buenaval/buenaval1/Internet\\_desde\\_la\\_visi\\_n\\_de\\_los\\_j\\_venes.pdf](http://www.lag.uia.mx/buenaval/buenaval1/Internet_desde_la_visi_n_de_los_j_venes.pdf), enero 2008.

COBO ROMANÍ, Cristóbal (2007), "Mapa de aplicaciones. Una taxonomía comentada en *Planeta Web 2.0*", en: Cobo Romaní, Cristóbal; Pardo Kuklinski, Hugo, *Planeta Web 2.0. Inteligencias colectivas o medios fast food*, Uvic, FLACSO, México DF.

FINQUELIEVICH, Susana (2000), *¡Ciudadanos a la red!*, Ciccus, La Crujía, Buenos Aires.

FINQUELIEVICH, Susana; Prince, Alejandro (2007), *El (involuntario) rol social de los cibercafés*, Dunken, Buenos Aires.

GORDO LÓPEZ, Ángel, (2006), *Jóvenes y cultura messenger. Tecnología de la información y la comunicación en la sociedad interactiva*, Madrid, FAD, INJUVE.

HAMPTON, Keith; Wellman, Barry (2002), *The Not So Global Village of Netville*, en: Wellman, B.; Haythornthwaite, C., *The Internet in Everyday Life*, cit.

HOWARD, Philip; Rainie, Lee; James, Steve (2002), *Days and Nights on the Internet*, en: Wellman, B.; Haythornthwaite, C., *The Internet in Everyday Life*, cit.

JONES, Steve; Madden, Mary (2002), *The Internet Goes to College. How Students Are Living in the Future With Today's Technology*, Washington, Pew Internet & American Life Project.

LEE, Christine (2003), *How Does Instant Messaging Affect Interaction Between the Genders?* Mercury Project for Instant Messaging Studies, Stanford University.

MÁRQUEZ, Juan (2003), "The effect of Instant Messaging on the Social Lives of Students Within College Dorm", Mercury Project for Instant Messaging Studies, Stanford University.

MATTELART, Armand (2002), *Historia de la sociedad de la información*, Paidós, Buenos Aires.

NACHBAUR, Abraham (2003), *College Students and Instant Messaging: An Analysis of Chatting, Flirting & Using Away Messages*, Mercury Project for Instant Messaging Studies, Stanford University.

RAINIE, Lee y Fox, Sussana (2001), *On Line Communities: Networks that nurture long distance relationships and local ties*, Pew Internet & American Life Project, Washington.

RHEINGOLD, Howard (1996), *La comunidad virtual, una sociedad sin fronteras*, Barcelona, Gedisa.

RHEINGOLD, Howard (2004a), *Multitudes inteligentes, la próxima revolución social*, Barcelona, Gedisa.

RHEINGOLD, Howard (2004b), "El elemento más importante no es la tecnología, sino las relaciones humanas", entrevista en la revista Artnodes de la Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona, [www.uoc.artnodes/espai/eng/video/rheingold.html](http://www.uoc.artnodes/espai/eng/video/rheingold.html), diciembre 2007.

SASSEN, Saskia (2002), "La ciudad global: la desnacionalización del tiempo y del espacio" en: Brugné, Q.; Gomá, R.; Subirats, J., *Redes, territorio y gobierno*, Diputación Barcelona, Xarxa de Municipios, Barcelona.

SHIU, Eulynn; Lenhart, Amanda (2004), *How Americans Use Internet Messaging*, Pew Internet & American Life Project, Washington.

TURKLE, Sherry (1997), *La vida en la pantalla, la construcción de la identidad en la era de Internet*, Barcelona, Paidós.

URRESTI, Marcelo (2008), *Ciberculturas juveniles*, La Crujía, Buenos Aires.

WELLMAN, Barry; Haythornthwaite, Caroline (2002), *The Internet in Everyday Life*, Oxford, Blackwell Publishing.

WELLMAN, Barry (2000), *El análisis estructural: del método y la metáfora a la teoría y la sustancia*, Política y Sociedad, [redes.eurosur.org](http://redes.eurosur.org)

WELLMAN, Barry (2001), *Physical Place and Cyber Place: The Rise of Personalized Networking en International Journal of Urban and Regional Research*, Toronto.

WELLMAN, Barry (2004), *The Three Ages of Internet Studies: Ten, Five and Zero Years Ago en New & Media Society*, Sage Publications, Thousand Oaks.

WENHONG, Chen; Boase, Jeffrey; Wellman, Barry (2002), *The Global Villagers: Comparing Internet Users and Uses around the world* en: Wellman, B.; Haythornthwaite, C.; *The Internet in Everyday Life*, ed. cit.

### **ÁLVARO GASCUE**

Licenciado y Magíster en Sociología. Es el docente responsable del dictado de la asignatura Sociología de la Comunicación en la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de la República (Montevideo, Uruguay). De 2004 a 2008 se desempeñó como su Director.