

Relaciones personales en la sociedad de las redes sociales virtuales²

Personal relations in virtual social networks society

Silvia González Fernández, Facultad de Psicología.

silvia.gonzalez@uca.es

Antonio Zayas, Facultad de Ciencias del Trabajo.

antonio.zayas@uca.es

Rocío Guil, Facultad de Psicología.

rocio.guil@uca.es

Resumen

Las redes sociales virtuales se han convertido en los últimos años en el fenómeno tecnológico-humano que ha marcado un antes y un después en la sociedad. Las relaciones comerciales y laborales, la transmisión de la información, la adquisición de conocimiento, pero también las interacciones grupales y personales han experimentado una regeneración que obliga a plantearse si los viejos paradigmas pueden seguir siendo útiles para comprender las reglas sociales.

En el presente artículo expondremos el surgimiento de las redes sociales virtuales, cómo estas se diferencian de las redes tradicionales o clásicas y cuáles son los aspectos que en este nuevo modelo de interacción, permiten mejorar nuestras relaciones con los demás y nuestra propia satisfacción.

Palabras clave

Comunicación, redes sociales, redes sociales virtuales, relaciones personales, apoyo social.

Abstract

² Recibido: 05/11/2015 Evaluado: 12/11/2015 Aceptado: 20/11/2015

Virtual social networks have become in recent years the technological-human phenomenon that has marked a before and after in society. Commercial and labour relations, the transmission of information, the knowledge acquisition, but also the group and personal interactions have experienced a regeneration which raises the question whether the old paradigms can still be useful in understanding social rules.

In this article we will discuss the rise of virtual social networks, how they differ from traditional or classical networks and which aspects in this new model of interaction can improve our relationships with others and our own satisfaction.

Keywords

Communication, social networks, virtual social networks, personal relations, social support.

Introducción

El contexto en el que se desarrollan actualmente las relaciones sociales es distinto a como era hace unos pocos años. Ello es fundamentalmente debido al cambio que ha tenido el medio o, más específicamente, las herramientas que utilizamos para establecer, mantener e incluso finalizar dichas relaciones. En un principio de nuestro desarrollo como especie, la comunicación gestual y la no verbal en general, establecían las normas de comportamiento del grupo, la jerarquía de cada miembro y facilitaban los datos necesarios para la propia supervivencia y el desarrollo individual. La adquisición de la palabra y posteriormente el uso de la escritura, condujeron a que esa información instantánea y asumida exclusivamente por aquellos que la vivenciaban pudiera ser compartida y extendida, tanto geográficamente como a través del tiempo. Ampliando su conocimiento y siendo receptor de los avances y las opiniones de otros, el hombre se hace asimismo consciente de lo complejo del mundo social en el que vive. Este efecto creció de forma exponencial en el siglo XVI, cuando la imprenta permitió que la expansión de estos contenidos se realizara más rápida y más mayoritariamente.

Del mismo modo, la revolución y modernización en los sistemas de transporte durante los siglos XVIII y XIX (a los que curiosamente también denominamos “sistemas de

comunicación”) que dio lugar a la construcción de las redes de ferrocarriles y según avanzaba la tecnología, a las vías aéreas, hizo que el ser humano tuviera una visión más global del mundo que le rodeaba, amplió las dimensiones mentales de lo que consideraba “entorno” e hizo tomar conciencia del resto de personas con las que compartía la Historia.

Es difícil diferenciar entre relaciones sociales y comunicación humana. Para establecer cualquier relación con otra persona es imprescindible establecer algún tipo de comunicación. Podemos asumir que a medida que se modifican los modos en que se establece dicha comunicación, las relaciones sociales también cambian. Y si así lo hicieron en otras etapas de la Historia, entendemos que en la actual esto ocurre más aún si cabe. Por tanto, pasamos de las relaciones en grupos pequeños y tribales a relacionarnos con un gran número de personas, gracias a las nuevas tecnologías de la comunicación. Y no se trata solamente de la cantidad de contactos existentes, ya que estos círculos sociales ya no son necesariamente concéntricos; lo que ha roto el paradigma de las relaciones es que es posible mantenerlas (en teoría) con cualquier persona del mundo. La distancia, las diferencias culturales o socioeconómicas, la necesaria coincidencia cronológica... no son ya barreras para el contacto social.

Redes sociales y redes sociales virtuales

Creemos por tanto que el modo en el que cambian los medios de comunicación modifica asimismo el concepto del ser social, de las interacciones interpersonales y de la propia red de relaciones.

Es por ello por lo que el salto que se ha dado tecnológicamente a nivel comunicacional con la transmisión de la información vía informática y satelital, debe influir de algún modo en las relaciones personales del individuo. El nuevo concepto de mundo globalizado, conectado a través de las nuevas tecnologías, nos hace pensar cada vez más en la red social como el contexto social en el que se desarrollan e interaccionan los individuos y los propios grupos.

Y nuevamente recalcamos la coincidencia (¿inintencionada?) que encontramos desde el punto de vista de la nomenclatura: una de las herramientas de comunicación con mayor

impacto en la historia del ser humano, las redes sociales virtuales, son conocidas comúnmente como “redes sociales”, que es también el término aplicado al conjunto de personas que interaccionan e influyen en una persona, sin necesidad de la base tecnológica. El ámbito de la comunicación se confunde y funde con el de lo social incluso terminológicamente.

Tanto en los estudios de expertos, como en el lenguaje cotidiano, se ha utilizado la expresión "red social" para definir conjuntos complejos de relaciones entre miembros de los sistemas sociales. El término ha sido objeto de estudio de disciplinas variadas, tales como la Psicología Social, la Antropología, la Sociología, la Economía, la Geografía, las Ciencias Políticas, las Ciencias de la Información y la Comunicación, los estudios de las Organizaciones, la Publicidad y el Marketing, la Neurología y la Biología.

Con todo el panorama multidisciplinar que se ha ocupado de este concepto, el término “red social” ha traspasado el ámbito psicosocial y ha pasado a formar parte del lenguaje común. Actualmente, la mayoría de las personas, por “red social” entiende una red social virtual, basada en las nuevas tecnologías de la comunicación y asociada con Internet. Estas redes sociales virtuales pueden o no tener normas de funcionamiento distintas, características propias y tal vez incluso diferencias en las características de los participantes del proceso comunicativo. Por tanto, habrá que plantearse si han heredado solamente la denominación o bien, si existen procesos más profundos que permitan englobarlas dentro del concepto académico de red social desde el punto de vista psicológico y sociológico.

Como hemos descrito al principio del presente texto, los seres humanos como seres sociales siempre han establecido redes: han conformado grupos más o menos estructurados en torno a algo en común. Lo que ha permitido este cambio es la incorporación de la tecnología a este comportamiento tan típicamente humano. El desarrollo técnico de dicha tecnología transformó dichas redes de ser un centro de emisión de información (donde el usuario solo podía ser receptor), a desarrollar una acción interactiva, es decir el receptor podía también publicar sus comentarios. El siguiente paso consistió en que dejó de ser exclusivamente bidireccional sino multidireccional y varios usuarios (decenas, cientos o miles) podían comunicarse entre

sí. De este modo, Internet dejó de ser el canal de comunicación para ser además la fuente de información. La fuente de la información ya no era única, sino múltiple y a través de este intercambio de información se crearon lazos que crearon redes.

Sin negar que las redes sociales virtuales constituyen un fenómeno del ámbito social, no debemos olvidar que la principal diferencia entre estas y las redes presenciales, es que las redes virtuales permiten la interacción mediante un medio tecnológico (un soporte y un programa) y estos medios tecnológicos hacen partícipe de la interacción a una tercera parte oculta en la interacción, pero presente: la propia red y la organización que la gestiona. Es decir, cuando interactuamos con una persona en la red social virtual, además están presentes los intereses de las compañías que operan los medios a través de los cuales opera dicha interacción, que a veces son desconocidos, complejos y no siempre conscientes para quienes están relacionándose a través de la misma. Sepámoslo o no, queramos aceptarlo o no, los intercambios entre dos o más personas y los elementos que se compartan en estos intercambios son propiedad de las compañías que ponen a disposición los medios e instrumentos.

Estas diferencias, no siempre conscientes en las interacciones, además de otras como la asincronía, la posibilidad de mentir, el anonimato, la posibilidad de ver sin ser visto, etc... aumentan nuestro interés para determinar y definir los mecanismos sociales que tienen lugar en estas redes sociales virtuales y poder intervenir en problemas que como sociedad actualmente ya hay que enfrentar: acoso por Internet, estrés, bullying, transmisión de información no deseada, etc.

Cambio de paradigma en el concepto de red

El concepto de red social es mencionado por primera vez por Barnes, de la Escuela de Manchester (1954), en un estudio acerca de las clases sociales y relaciones de parentesco entre los habitantes de un pueblo de Noruega. Su definición es tan básica y gráfica, que sigue siendo válida hoy en día. Barnes describe una imagen formada por un conjunto de puntos, conectados algunos de ellos por líneas:

Creo conveniente llamar red a un campo social de este tipo. La imagen que tengo en la cabeza está formada por un conjunto de puntos, algunos de los cuales están conectados por líneas. Los

puntos de la imagen son personas y, en ocasiones, grupos, y las líneas indican qué personas interactúan mutuamente. (Barnes, 1954, pp. 39-58)

En el núcleo de esta definición en la que, literalmente, Barnes describe el concepto a través de una imagen, se encuentra la idea de realizar un mapa para mostrar patrones de lazos. La nueva expresión “red social” abarca los conceptos tradicionalmente utilizados por los científicos sociales como grupos (por ejemplo, tribus, familias) y categorías sociales (por ejemplo, género, etnia).

Respecto al análisis de la estructura propiamente, las características que tiene una red social se han ido definiendo en función del interés particular de cada estudio, estando este aspecto en la mayoría de los casos supeditado a la función obtenida mediante la misma. Según el objetivo de cada estudio, cada autor se ha ido centrando en un aspecto descriptivo significativo para cada caso: así, hay estudios que incluyen en sus datos el tamaño de la red; otros la proporción de hombres y mujeres; otros, el grado de parentesco o cercanía, etc. En cuanto a la integración y participación social, se considera que cuanto mayor sea el número de relaciones sociales mayor será el grado de integración y participación social y por tanto habrá más apoyos sociales disponibles (Bueno Abad, 2009). Por lo tanto, la enumeración de los lazos sociales de un individuo se consideraría medida cuantitativa de su integración.

En pocos años, y mientras las Ciencias de Humanidades continuaban estudiando estas redes, en los años 90 se desarrolla la red informática mundial (world wide web: www). Aunque en sus orígenes se concibió como una gran base de datos militares, políticos y estratégicos, actualmente es un medio para realizar múltiples actividades y que facilita que interactúe gran parte de la sociedad (evidentemente, siempre que se esté conectado). Básicamente, es un medio de comunicación, de interacción y de organización social, que tecnológicamente consiste en una red de ordenadores que se comunican entre ellos. Pero trasciende a su propia tecnología. Internet es el medio de comunicación y de relación esencial sobre el que se basa una nueva forma de sociedad, la llamada “sociedad red” (Castells, 1997).

La tecnología aplicada al conocimiento y dirigiendo este al control y cambio de la realidad, ha sido creada por el hombre, pero este no es solamente el originador y

portador de esta tecnología, sino también el agente receptor de la actividad de la misma, recibiendo las influencias benéficas o dañinas que se derivan de ésta (Llantá, Meneses & Llanes, 2013)

Según Ellison (2007) en su artículo *Social Network sites: Definition, history and scholarship*, para que un programa informático con plataforma virtual, es decir, basado en Internet, pueda ser considerado una red social virtual debe reunir ciertas características:

- El usuario debe elaborar un perfil, con sus características personales, dentro de un sistema delimitado, con unos parámetros creados por el propio programa.
- Dicho perfil debe ser, al menos parcialmente público para otros usuarios.
- Para cada usuario debe existir una lista de otros usuarios con los que se está en contacto mediante el programa.
- Se debe poder articular una lista de otros usuarios con los que se ha establecido una conexión.
- Debe ser posible ver y recorrer dentro del sistema, los perfiles de otros usuarios, y las conexiones hechas por estos. La calidad y la nomenclatura de estas conexiones pueden variar de un sitio a otro (“amigos”, “contactos”, “conocidos”, “seguidores”, etc.).

De esta manera se crea un mapa de quién está conectado con quién, y cuáles son las características de cada uno de los miembros. Sobre esta base, los usuarios comparten información sobre eventos, sobre sí mismos o sobre otros.

Las redes sociales virtuales surgieron antes como un desarrollo tecnológico que como una demanda real de la sociedad. La evolución de la tecnología hacia una conexión virtual permanente, con toda clase de dispositivos personales que acompañan a la persona donde quiera que se encuentre (teléfonos móviles, tabletas, ordenadores personales, coches, relojes de pulsera... y lo que aún no conocemos), hace que la vivencia de ese mundo virtual no sea una experiencia puntual en un momento concreto, sino un contexto paralelo o simultáneo en nuestra vida.

Utilización de las redes sociales

El aumento del uso de redes sociales virtuales, la importancia que han ido cobrando en los medios de comunicación, en los sistemas políticos y de organización social, y la disponibilidad actual para cualquier persona de acceder a Internet, nos hacen plantearnos si estas redes sociales actúan funcionalmente de forma similar o distinta a las redes sociales tradicionales (con interacción presencial, cara a cara).

Las redes sociales son el medio por el que se recibe y se entrega apoyo y ayuda (Fernández Peña, R. 2005). El apoyo social es suministrado a las personas a través de sus redes sociales, por lo que no resulta posible hablar de apoyo social sin hacer referencia al recurso a través del cual se obtiene, las redes sociales. Así como tampoco es posible hablar de las redes sociales sin mencionar las consecuencias que para las personas tienen en el apoyo social recibido. No es posible analizar uno de ellos sin tener en cuenta el otro. Son dos conceptos que han surgido de forma inseparable: el apoyo social es el fenómeno o la función de ayudar y ser ayudado en determinadas situaciones por otras personas o a otras personas; y la red social es el contexto donde ese apoyo social tiene lugar y al mismo tiempo la fuente de donde se obtiene dicho apoyo.

Este apoyo es una variable que influye en el bienestar y en la calidad de vida. Los individuos con relaciones de apoyo suelen tener mejores condiciones de salud física y mental, dados los recursos que obtienen de dichas relaciones (Castro, Campero y Hernández, 1997). El apoyo social actúa tanto disminuyendo el malestar cuando este se presenta como siendo escudo protector ante la aparición del mismo. A medida que han ido avanzando los estudios sobre apoyo social, estos se centran más en el estudio de redes sociales que en grupos sociales. Y en la misma línea, las relaciones sociales deben estudiarse como redes sociales ramificadas y no limitándose a los grupos (Wellman, 1979). Por tanto, si estas redes virtuales actuaran de la misma manera, tendríamos a disposición una herramienta de gran utilidad, tanto para la intervención de la salud mental como para la prevención de problemas psicológicos relacionados con la actividad social.

Tomando la idea expuesta por Gottlieb (1981) y Dean (1986), las redes sociales o los vínculos sociales constituirían el área estructural del apoyo social, siendo este un constructo multidimensional formado por dos ámbitos básicos: el área estructural ya mencionada y el área funcional o expresiva (tipo de apoyo recibido u ofrecido).

Algunos estudios de los años 90, que pretendían vincular el uso de Internet con la actividad social offline y el bienestar psicológico, proporcionaron una evidencia contradictoria, apuntando unos hacia el aislamiento social y el diestrés (Kraut, Patterson, Lundmark, Kiesler, Mukophadhyay y Scherlis, 1998; Kraut, Kiesler, Boneva, Cummings y Hegelson, 2002) y otros hacia una mayor actividad social (Robinson y Kestnbaum, 1999), mayores niveles de confianza hacia los demás y redes sociales más extensas (Cole, 2000; Hampton y Wellman, 2000; Uslander, 2001). En el estudio llevado a cabo por Kraut y Kiesler en 1998, llamado proyecto HomeNet, orientado a analizar el uso de Internet, se hizo un seguimiento durante dos años a los participantes a través de las cookies y los log files almacenados en los servidores de red. Se concluyó que Internet presentaba una situación paradójica; por un lado fomentaba las relaciones sociales *on line*, pero por otro lado servía para de-socializar a los usuarios de sus ambientes habituales. Este estudio tuvo muchos detractores y críticas, que impulsaron su revisión por parte de sus mismos autores, quienes encontraron resultados distintos: esta situación paradójica se daba en algunas personas, pero en otras, Internet servía para potenciar ciertas relaciones sociales que los participantes ya poseían en su contexto habitual.

En el año 2008, Campos Freire analizó los contenidos que circulaban en las interacciones a través de las redes virtuales. De las redes analizadas, el 20% eran exclusivamente informativas y el 80% de entretenimiento (relación-amistad-participación). En el 60% de las redes de entretenimiento también está presente la información, con contenidos de texto y audiovisuales e, incluso, blogs, podcast y televisión. La mitad de las redes estudiadas promovían la participación a través de grupos de discusión y, en algunos casos, también con foros. La información de servicio prevalecía frente a la institucional, que es la que domina en los medios tradicionales.

Diferencias grupales: la ubicación, el género y la edad

Para tener una idea de la magnitud del fenómeno de las redes sociales virtuales en el ámbito social, consideraremos los datos del estudio del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) publicado en 2014 con los resultados del 2013 para la población española, en convenio con el Instituto Nacional de Estadística (INE). En dicho estudio se señala que, a nivel mundial, el volumen de usuarios de Internet se cifra en 2.686 millones, lo que supone un incremento del 8% con respecto al año anterior y un 66% de la población total. Esta tendencia creciente ha sido constante cada año: cada vez son más las personas que pueden ser incluidas dentro de este contexto virtual.

En el mismo estudio se informa de que en el tercer trimestre de 2013, el 69,6% de los hogares en España disponía de acceso a Internet (2,7 % de incremento respecto al mismo trimestre del año anterior). El lugar de acceso a Internet más importante sigue siendo la casa (el 87,1% accede desde allí). El número de personas mayores de 10 años que han hecho uso de Internet ha sido de 28.9 millones, lo que supone un aumento del 3.7% respecto al año anterior. El 87% de usuarios de Internet lo hace diariamente, lo que supone más del 18.6% de la población española entre 16 y 74 años.

Entre las tareas con mayores porcentajes de usuarios destaca el uso de un buscador para encontrar información (97,1%). Las siguientes tareas más realizadas corresponden a usos de comunicación. Así, el correo electrónico, en concreto, el envío del mismo con ficheros asociados (79,5%) (tales como documentos o fotos por ejemplo) viene seguido, en número de usuarios, por el envío de mensajes a chats o mensajería (conversaciones), a grupos de noticias o a foros de discusión en línea (54,2%). Por encima del uso de Internet para hacer llamadas telefónicas (32,5%), se encuentran acciones como compartir textos, juegos, imágenes, películas o música en sitios de Internet (38,2%) para que sean accesibles para otras personas. En proporción casi idéntica a las llamadas telefónicas se sitúa el haber usado alguna vez aplicaciones para compartir ficheros entre particulares para intercambio de música, películas, etc. (32,7%). Como vemos en la descripción, la mayoría de estas actividades están relacionadas con el intercambio de

información entre individuos, sin que olvidemos que esta actividad es, en sí, una actividad social.

En el mismo sentido que el estudio antes mencionado de Kraut y Kiesler en 1998, nos llama la atención los datos que se oponen a la idea generalizada y divulgada por los propios medios de comunicación de la mejora en la comunicación personal gracias a las nuevas tecnologías. En el estudio del ONTSI en 2014, en España, a la pregunta sobre si las nuevas tecnologías hacen que las personas se comuniquen menos, el 51.1% contesta afirmativamente (el 19.2% dice específicamente que “no”).

En este mismo estudio del ONTSI se mostraba como el motivo para conectarse se diferencia por género. Los hombres lo hacen preferentemente para el consumo y el ocio y las mujeres para el empleo, la salud o la formación.

Respecto al género, tomando como fuente de datos del Instituto Nacional de Estadística y los análisis de observatorio e-igualdad de la Universidad Complutense de Madrid del 2009, la diferencia entre hombres y mujeres en cuanto a Internet es que las mujeres acceden menos. Respecto al uso por géneros, las mujeres tienden a utilizar Internet para reforzar las relaciones personales existentes con familiares y amigos (Boneva y Kraut, 2002; Wellman y Klement, 2003; Shade, 2004, Kennedy, 2007). En este sentido, la comunicación en Internet de las personas que están en casa, fundamentalmente mujeres, permite superar el aislamiento (Miyata 2002). Atendiendo a los resultados en el 2013 del Pew Internet and American Life Project, en líneas generales, los hombres utilizan con mayor frecuencia Internet que las mujeres y difieren en el uso que hacen tanto del e-mail (las mujeres lo utilizan más que los hombres para estar en contacto con su familia y sus amigos), como del uso de Internet para recabar información de su interés: los hombres lo utilizan para obtener información sobre productos, finanzas, ocio y tiempo libre, bolsa; por el contrario las mujeres, hacen uso de este medio para obtener información sobre temas relacionados con la salud, búsquedas de trabajo o de apoyo religioso y espiritual, juegos en red, etc.

A nivel social queremos hacer mención de una nueva característica asociada a la población en relación al estudio que nos ocupa. Se trata de las personas denominadas “nativos digitales”. Los nativos digitales han nacido y se han criado en una tecnología que forma parte, de manera natural, de su contexto de desarrollo y para la que no han necesitado adquirir, en un momento concreto, habilidades especiales, sino que estas han ido formando parte de manera transversal a su propia evolución. Se distinguen por ser más capaces de ocuparse de múltiples tareas a la vez y de procesar en paralelo con facilidad (Small y Vorgan, 2008).

Siguiendo a estos autores, mientras los nativos digitales permanecen conectados al ciberespacio, los “inmigrantes digitales” pasan bastante menos tiempo expuestos; la revolución digital se produjo ya pasados los años de su formación. Les resulta fácil aprender y adaptarse, pero son habilidades que adquirieron de mayores, después de que su cerebro ya estuviera formado. Unos y otros se han ejercitado en formas diferentes de aprendizaje y, siguiendo el tema que nos ocupa, de socialización.

Siguiendo los datos mostrados por el ONTSI, el 5,2% de la población mundial (o el 30% de los jóvenes) se consideran nativos digitales. España se sitúa en el puesto 59 con el 8,3% de nativos digitales entre la población total del país, equivalente a 3,9 millones de jóvenes (entre 15 y 24 años).

Conclusiones

En primer lugar queremos volver a destacar la importancia que ha tenido la evolución y los avances en la comunicación y en la interconexión de los seres humanos en la propia naturaleza de las relaciones sociales que estas pueden llegar a establecer. Tanto es así que existen determinados conceptos que se funden en el lenguaje coloquial: sistemas de comunicación, para referirnos a prácticas de intercambio de información, el soporte donde tiene lugar e incluso los medios de transportes; o red social, refiriéndose la mayoría de las veces de forma indistinta tanto la red social personal como las redes sociales virtuales. E incluso en este último caso, se vuelven a fundir los significados del grupo virtual interconectado y la plataforma informática que los sustenta.

Una característica de los beneficios de las redes sociales se basa en el tamaño y la densidad de la misma, y es incuestionable que una red virtual puede ser mucho mayor y más sencilla de mantener. Sin embargo, y siguiendo a los autores citados, no se puede confirmar que la cantidad de nexos o contactos supongan una mejor calidad en el tipo de relación.

Respecto al funcionamiento de ambos tipos de redes, parece que coinciden en cuanto a obtención de información y de ayuda. Sin embargo, hay que tener en cuenta la posible paradoja de que la pertenencia a una red social virtual pueda influir de manera negativa en la inmersión en una red social “clásica” en algunos casos.

Sin embargo, se trata de un punto de no retorno; una vez surgidas, es imposible concebir nuestro mundo social sin estas redes virtuales, por lo que el interés científico y social debe centrarse en potenciar los efectos beneficiosos de las mismas, al mismo tiempo que proteger especialmente a los grupos de riesgo (incluidas características de edad y género) de sus posibles desventajas.

Las redes sociales virtuales no van a sustituir a las presenciales, pero se convertirán en una herramienta añadida de apoyo para determinados colectivos y en determinadas circunstancias, así como un elemento a considerar en casos de falta de control de los factores externos de la situación para conseguir un incremento del apoyo social y del bienestar y satisfacción del individuo y de su grupo social.

Referencias Bibliográficas

- Barnes, J.A. (1954). Class and Committees in a Norwegian Island Parish. *Human Relations*, 7, 39-58.
- Boneva, B. y Kraut, R. (2002). Email, gender and personal relationships. En B. Wellman y C. Haythornthwaite, *The internet in Everyday Life* (pp. 372-403). Oxford: Wiley-Blackwell.
- Bueno Abad, J.R. (2009). La enfermedad como exclusión social. En S. Yubero, E. Larrañaga y J.F. Morales, *Exclusión: nuevas formas y nuevos contextos* (pp. 63 - 86). Cuenca: Publicaciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.

- Campos Freire, Francisco (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, 287- 293. La Laguna (Tenerife): Univ. De La Laguna. Recuperado en: http://www.ull.es/publicaciones/latina/_2008/23_34_Santiago/Francisco_Campos.html
- Castells, M. (1997). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*, Vol. I: La sociedad red. Madrid: Alianza Editorial.
- Castro, R., Campero, L., Hernández, B. (1997). La investigación sobre apoyo social en salud: situación actual y nuevos desafíos. *Revista de Salud Pública*. 31 (4); 425-435.
- Cole, J. (2000). *Surveying the Digital Future*. Los Angeles: UCLA Center for Communication Policy. Recuperado en: http://cort.as/aBJ_ (19-10-2015)
- Dean, A. (1986). *Social support, epidemiological perspective*. En N. Lin (Ed.), *Social support, life Events and Depression*. Nueva York: Academic Press.
- Ellison, N.B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), 210-230.
- España. Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2014). Perfil sociodemográfico de los internautas. Análisis de datos INE 2013. Recuperado en: <http://cort.as/aBHd> (19-10-2015)
- España. Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Secretaría General Técnica. Subdirección General del Desarrollo Normativo. Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (2014). Informe anual: La Sociedad en red 2013. Recuperado en: <http://cort.as/aBHu> (19-10-2015)
- Fernández Peña, R. (2005). Redes sociales, apoyo social y salud. *Revista de recerca i formació en antropologia*, 3. Recuperado en: (<http://cort.as/YN6b>) (19-10-2015)

- Gottlieb, B. H. (1981). Social networks and social support in community mental health. En B.H. Gottlieb (Ed.) *Social networks and social support* Londres: Sage; 11-42.
- Hampton, K.N. y Wellman, B. (2000). Examining community in the digital neighborhood: early results from Canada's wired suburb. In *Digital cities* Berlin: Springer; 194-208.
- Hampton, K., Goulet, L.S., Rainie, L. y Purcell, K. (2011). Social networking sites and our lives: How People's Trust, Personal Relationships, and Civic and Political Involvement are Connected to Their Use of Social Networking Sites and Other Technologies. En *Pew Research Internet Project*. Recuperado en: <http://cort.as/aBIr> (19-10-2015)
- Kennedy, T. (2007). Working @ home: negotiation space and place. En Washida Y., *Information Communication Technologies and Emerging Bussiness Practices* Hersey, PA: Idea Group Publishing; 257-259.
- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V. y Crawford, A. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of social issues*, 58 (1); 49-74.
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukophadhyay, T. y Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 53 (9); 1017-1031.
- Llantá Ramos, G., Meneses Gómez, L.B. y Llanes Grande, S. (2013) Apuntes sobre el papel de la comunicación en el desarrollo de la social. *Razón y palabra*, 83. Recuperado en: <http://cort.as/aBI5> (19-10-2015)
- Miyata, K. (2002). Social supports for Japanese mothers online and offline. En B. Wellman & C. Haythornthwaite, (Eds.). *The Internet in Everyday Life* Oxford: Wiley-Blackwell; 520-548.
- Robinson, J. P. y Kestnbaum, M. (1999). The personal computer, culture, and other uses of free time. *Social Science Computer Review*, 17 (2); 209-216.

- Shade, L. (2004). Bending gender into the net. En P.N. Howard y S. Jones (Eds.), *Society Online* Thousand Oaks, CA: Sage Publications; 57-83.
- Small, G. y Vorgan, G. (2008). *El cerebro digital. Cómo las nuevas tecnologías están cambiando nuestra mente*. Barcelona: Ediciones Urano.
- Uslaner, E.M. (2001). Volunteering and Social Capital: How Trust and Religion Shape Civic Participation in the United States. En P.Dekker y E.M. Uslaner (Eds.). *Social Capital and Participation in Everyday Life*. London: Routledge; 104-117.
- Weinberg, N., Schmale, J., Uken, J. y Wessel, K. (1996). Online help: cancer patients participate in a computer-mediated support group. *Health & Social Work, 21 (1)*; 24-29.
- Wellman, B. (1979). The community question: The intimate networks of East Yorkers. *American journal of Sociology, 84 (5)*, 1201-1231.