

# Efectos de las redes sociales en la comunicación interpersonal de los jóvenes

Alejandra García Ortiz<sup>1</sup>  
Alma Monsalvo Medina<sup>2</sup>  
Taeko Olmos Miranda<sup>3</sup>  
Asesor: D.E. Esther Frago Fernández



## Introducción

En el presente trabajo se abordan las características y los resultados de una investigación que se realizó con base en la comunicación virtual a través de las redes sociales y la comunicación interpersonal de los usuarios.

Se utilizó un enfoque mixto, pues se describen los efectos que se presentan en los usuarios con ayuda de un método cuantitativo que consta de encuestas aplicadas a una muestra de la población.

En la presente investigación se estudiarán y analizarán los efectos de las redes sociales en los jóvenes y cómo se modifica su comunicación interpersonal, para ello utilizaremos encuestas que se aplicarán a los jóvenes y teorías en las que fundamentaremos nuestra investigación, se realizarán en el semestre en curso en la preparatoria La Salle Pachuca.

## Planteamiento del problema

Con el desarrollo de la tecnología, se ha creado una nueva forma de comunicación virtual a la que llamamos “red social”, gracias a estas redes la comunicación interpersonal de los usuarios se ha visto modificada.

## Objetivos

### Objetivo general

Identificar los efectos que causan actualmente las redes sociales en la comunicación interpersonal en jóvenes de 15 a 18 años de

edad, mediante la realización de encuestas a nivel preparatoria para mostrar el cambio que han tenido las relaciones interpersonales a partir de la creación de las redes sociales.

### Objetivo específico

Mostrar la forma en que se ha modificado la comunicación en las relaciones interpersonales, a partir del nacimiento de las redes sociales en los jóvenes de 15 a 18 años.

## Preguntas de investigación

- a) ¿Cuándo crees que es más efectiva la comunicación, si hablas con una persona frente a frente o por un medio virtual?
- b) ¿Te comunicas de igual manera cuando platicas con alguien de frente que por un medio virtual?
- c) ¿Cuáles son las ventajas de una comunicación virtual?
- d) ¿Cuáles son las desventajas de una comunicación virtual?

## Justificación

El motivo de esta investigación es dar a conocer si en verdad la comunicación interpersonal ha cambiado a partir de la aparición de las redes sociales, para tener una visión más amplia de las razones por las que es importante que los jóvenes sepan utilizar dichas redes, de modo que las relaciones interpersonales no se vean afectadas.

1 Tercer semestre de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. (ago\_2426@hotmail.com)

2 Tercer semestre de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. (almapastrana@hotmail.com)

3 Tercer semestre de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. (tamaosem@hotmail.com)



## Viabilidad

Para lograr los objetivos de esta investigación realizaremos encuestas a nivel preparatoria (la Salle campus la Concepción) para recabar suficiente información que nos ayude a llegar a una conclusión del tema.

## Marco teórico

### Marco histórico

Actualmente estamos viviendo en una época en la que, desde hace varios años, la tecnología ha ido avanzando y creciendo a pasos agigantados, modificando por completo nuestro estilo de vida y, por supuesto, la forma en que nos comunicamos también se ha visto afectada.

Al crecer de manera tan precipitada esta "sociedad de la información", hemos tenido que improvisar hasta cierto punto en cuanto al manejo de todas estas tecnologías, hemos tenido que adaptar nuestro entorno de manera empírica prácticamente, para no quedarnos atrás en el avance.

Varios autores han abordado este tema de las nuevas tecnologías de comunicación, y en éste trabajo abordaremos algunos de ellos, como Carmen Gómez Mont, John B. Thompson, Cees Hamelink, David K. Berlo, Rebeca Rubin, Antonio Lucas Marín, Denis Mc Quail, Harold Lasswell, Montse Fernández Crespo y Melvin Defleur; para tratar de entender cómo es que surgen las redes sociales a partir del internet, como una nueva manera de comunicación, y cómo esto a su vez altera, o no, la comunicación interpersonal entre los jóvenes.

### De la señal analógica a la digital

"Un importante desarrollo en la tecnología de la información consiste en el cambio de la señal analógica a la digital como transmisora de mensajes. Esta transformación permite

aplicar la capacidad de la computadora a prácticamente todo en tráfico de información. Esto implica que pueden transmitirse volúmenes ilimitados de mensajes con una confiabilidad sin precedentes y a tan alta velocidad que el concepto de distancia pierde su significado". (HamelinkCees, 1991 p.23)

## La globalización de la comunicación

"Los individuos pueden interaccionar unos con otros, o pueden actuar dentro de estructuras de <<casi interacción mediática>>, incluso aunque estén situados, en términos de contextos habituales de sus vidas cotidianas, en diferentes partes del mundo." (John B. Thompson, 1998p.199)

### Inicios del Internet

"Los inicios de Internet (web) nos remontan a los años 60. Estados Unidos crea una red exclusivamente militar, con el objetivo de que, en el hipotético caso de un ataque ruso, se pudiera tener acceso a la información militar desde cualquier punto del país. Este red se creó en 1969 y se llamó "Arpanet". Tanto fue el crecimiento de la red que su sistema de comunicación se quedó obsoleto. Entonces dos investigadores crearon el Protocolo TCP/IP, que se convirtió en el estándar de comunicaciones dentro de las redes informáticas (actualmente seguimos utilizando dicho protocolo).

ARPANET siguió creciendo y abriéndose al mundo, y cualquier persona con fines académicos o de investigación podía tener acceso a la red. Las funciones militares se desligaron de ARPANET y fueron a parar a MILNET, una nueva red creada por los Estados Unidos. La NSF (National Science Foundation) crea su propia red informática llamada NSFNET, que más tarde absorbe a ARPANET, creando así una gran red con propósitos científicos y académicos. La promoción y el desarrollo de las redes fue abismal, y se crean nuevas redes de libre





acceso que más tarde se unen a NSFNET, formando el embrión de lo que hoy conocemos como Internet" (<http://www.posicionweb.net/Historia-Internet/Internet.html>).

Aparición de las redes sociales.

Las redes sociales parecen como un "invento" de hace pocos años. Sin embargo, su semilla para tan fulgurante éxito se plantó hace ya unos cuantos años. Online Schools resume a continuación la historia de los *social media*: [actualidad/social-media-marketing/breve-historia-de-las-redes-sociales/\(http://www.marketingdirecto.com/\)](http://www.marketingdirecto.com/)

1971: Se envía el primer mail. Los dos ordenadores protagonistas del envío estaban uno al lado del otro.

1978: Se intercambian BBS (Bulletin Board Systems) a través de líneas telefónicas con otros usuarios.

1978: La primeras copias de navegadores de internet se distribuyen a través de la plataforma Usenet.

1994: Se funda GeoCities, una de las primeras redes sociales de internet tal y como hoy las conocemos. La idea era que los usuarios crearan sus propias páginas web y que las alojaran en determinados barrios según su contenido (Hollywood, Wallstreet, etc.).

1995: TheGlobe.com da a sus usuarios la posibilidad de personalizar sus propias experiencias online publicando su propio contenido e interactuando con otras personas con intereses similares.

1997: Se lanza AOL Instant Messenger.

1997: Se inaugura la web Sixdegrees.com, que permite la creación de perfiles personales y el listado de amigos.

2000: La "burbuja de internet" estalla.

2002: Se lanza el portal Friendster, pionero en la conexión online de "amigos reales". Alcanza los 3 millones de usuarios en sólo tres meses.

2003: Se inaugura la web MySpace, concebida en un principio como un "clon" de Friendster. Creada por una empresa de marketing online, su primera versión fue codificada en apenas 10 días.

2004: Se lanza Facebook, concebida originalmente como una plataforma para conectar a estudiantes universitarios. Su pistoletazo de salida tuvo lugar en la Universidad de Harvard y más de la mitad de sus 19.500 estudiantes se suscribieron a ella durante su primer mes de funcionamiento.

2006: Se inaugura la red de *microblogging* Twitter.

2008: Facebook adelanta a MySpace como red social líder en cuanto a visitantes únicos mensuales.

2011: Facebook tiene 600 millones de usuarios repartidos por todo el mundo, MySpace 260 millones, Twitter 190 millones y Friendster apenas 90 millones.

### Marco conceptual

Comunicación: "La palabra "comunicación" se ha hecho popular. Es usada corrientemente para designar problemas de relación entre la clase obrera y clase directiva, entre los países y entre la gente en general. Algunos de los usos que se hacen del término comunicación se refieren a distintas maneras de enfocar estos problemas; otros solamente cambian el nombre a los mismos problemas que existían antes". (Berlo, DavidK, 2000. pp. 2.)

Comunicación en este trabajo se definirá como aquel proceso que utilizamos para relacionarnos con la personas, ya sea verbal (por medio del lenguaje) o no verbal (por medio de gestos, miradas, caricias, etc.). Se



basa en la interacción entre personas y sirve para poder transmitir de un mensaje. Consta de un emisor (el que da el mensaje), un mensaje (lo que se quiere dar a conocer), un receptor (el que recibe el mensaje), un canal (el medio por el cual se da el mensaje) y un efecto (la reacción que tiene el receptor ante este mensaje).

Comunicación Interpersonal: "Investigadores de la comunicación interpersonal utilizan una multitud de escalas de auto-informe, otras escalas de informe-calificación, y de comportamientos índice de codificación; y el esquema para medir la interacción, la predisposición para interactuar, o factores de personalidad que afectan a las relaciones interpersonales. (...) Hemos identificado la mayor parte de las medidas utilizadas en la investigación de la comunicación interpersonal. (...) Para este resumen, hemos dividido todas las medidas interpersonales en dos grandes apartados: las cualidades personales y las relaciones sociales." (Rubin, Rebeca. Palmgreen, Philip. Sypher, Howard, 2009. pp.21-22.)

Para este trabajo utilizaremos el concepto de comunicación interpersonal como aquella que se basa en una relación o interacción de 2 a 7 personas, la cual consta en que sea de "cara a cara" es decir, personalmente.

Internet: "Como definición sencilla de Internet, se puede decir que consiste en un grupo de ordenadores conectados entre sí mediante el uso de protocolos estándar para intercambiar información. En una definición más precisa, facilitada por Internet Society, la sociedad creada para cuidar del mantenimiento de la red se puede decir que es <<un sistema de información global que: 1) está lógicamente unido por una serie de direcciones basadas en unos determinados protocolos; 2) es capaz de soportar la comunicación; 3) hace posible, para uso público y privado, unos servicios de alto nivel, dependiendo de las infraestructuras posibles>> (<http://www.info.isoc.org/internet>)." (Marín, Antonio Lucas, 2000. pp. 74.)

La definición de Internet que utilizaremos para este trabajo es la siguiente: Internet es una red o un conjunto de redes de comunicación mundial utilizada para dar a conocer información, entretenerse, comunicarse, etcétera. Tiene extensas formas de uso y una cantidad de información (de todo tipo) impresionante. Del internet provienen las redes sociales (concepto definido unos renglones abajo).

Redes Sociales: "En el ámbito de Internet, las redes sociales son páginas que permiten a las personas conectarse con sus amigos e incluso realizar nuevas amistades, a fin de compartir contenidos, interactuar y comunidades sobre intereses similares: trabajo, lecturas, amistad, relaciones amorosas, etc."

El concepto que utilizaremos para red social en este trabajo es la siguiente: Conformada por el conjunto de personas que se relacionan virtualmente por el internet. Existe una posibilidad de que se conozcan personalmente o solo por la vía virtual.

Virtual: "Cuando virtual fue introducido por primera vez en el sentido de cálculo, se aplica a las cosas simuladas por el ordenador, como la memoria virtual, la memoria que no es en realidad integrada en el procesador. Con el tiempo, sin embargo, el adjetivo se ha aplicado a las cosas que realmente existen y se crean o llevadas a cabo por medio de computadoras. Conversaciones virtuales son conversaciones que se realizan por redes informáticas, y las comunidades virtuales son auténticos grupos sociales que reúnen en torno al uso del correo electrónico, páginas web y otros recursos en red. Virtual tiende a ser utilizado en referencia a las cosas que imitan su "real" equivalentes" (The American Heritage® Dictionary of the English Language, 2000).

En este trabajo, virtual lo tomaremos como: Cosas que no existen en la realidad aparente, pero el sujeto crea una idea de que así es. El sujeto crea su propia realidad a través de las computadoras y de la red de internet.





## Marco teórico

La comunicación es un proceso inevitable y de suma importancia en una sociedad, hoy en día la interacción se ve intervenida por los medios masivos de comunicación, mismos que se han ocupado en tratar de homogenizar a la sociedad con la emisión de mensajes masivos con efectos inmediatos, imperceptibles e incontrolables para la mayoría de los receptores.

Cuando nos referimos al término de efecto, hablamos de la consecuencia directa de la comunicación de masas, fuese intencionada o no, como lo menciona Melvin Defleur en su teoría de Niveles y Clases de Efectos. (MC QUAIL, DENIS, 1985)

Las categorías de los efectos son; cognitivos que se refiere al cambio generado en el conocimiento y opinión, los motivos que son efectos en las actitudes y sentimientos y por último los efectos sobre la conducta.

La clasificación de los efectos es; de conversión, cambio menor y reforzamiento, que es el cambio en concordancia con la intención del emisor de comunicaciones, cambio den la forma o en la intensidad y confirmación por parte del receptor, de sus creencias y opiniones previas. Dentro de los efectos psicológicos se encuentran la frustración, conformismo, manipulación, evasión y persuasión a los cuales todos estamos expuestos.

La respuesta individual es un efecto que consiste en el proceso mediante el cual los individuos cambian o se oponen al cambio en respuesta a los mensajes destinados a influir en su actitud, el conocimiento o la conducta. Reacción individual son las consecuencias previstas o imprevisibles de que una persona se exponga al estímulo de los medios de comunicación; incluyen el desplazamiento de otras actividades, la imitación de los estilos y las modas, reacciones de miedo, angustia y trastornos mentales. (De Fleur Melvin, 1997)

Para la investigación tomaremos en cuenta el esquema de comunicación propuesto por Harold D. Lasswell: (DeFleur Melvin, 1997).

¿Quién?---- ¿Qué dijo?---- ¿En qué canal?----  
-¿A quién? ---- ¿Con qué efecto?

“La historia del desarrollo de los medios de comunicación revela la creciente liberación de las limitaciones del tiempo y espacio. El espacio en que se relacionan sociedades e individuos se ha construido en función de las posibilidades técnicas disponibles“. (Carmen Gómez Mont, 2003 pp.50).

Actualmente los medios de comunicación masiva ocupan un lugar impactante en los procesos de comunicación interpersonal, con el creciente desarrollo de Internet, en específico, de las redes sociales, nos hemos percatado de que el impacto depende demasiado del canal mediante el cual se transmita un mensaje, modificando por completo el esquema de comunicación al que hemos estado acostumbrados.

La comunicación interpersonal incorpora todos los conceptos verbales y no verbales y los principios del acto de escuchar en la interacción entre dos personas. (Melvin De Fleur, 1997).

- La comunicación interpersonal comienza con el yo. (Ese patrón de creencias, significados y comprensiones que cada individuo desarrolla relativo a sus características personales, capacidades, limitaciones y valor como ser humano).
- La comunicación interpersonal es totalmente transaccional. (Existe una codificación por parte del emisor, una decodificación del receptor y una retroalimentación).
- Los comunicadores interpersonales comparten una proximidad física.
- La comunicación interpersonal es moldeada por los papeles sociales.
- La comunicación interpersonal es irrepitible.



Teoría de Redes Sociales: “La red social es un conjunto organizado de personas en las que existe una conexión entre estos. La suma del todo es superior a la suma de sus partes, somos nosotros quienes damos forma a nuestra red, nuestros amigos nos influyen, tendencia a la imitación” (Montse Fernández Crespo, 2010).

Hoy en día es difícil observar una interacción eficaz por medio de las redes sociales, pareciera que éstas cumplen con un objetivo más individualista, ya que altera por completo el proceso de comunicación, volviéndolo interpersonal.

“Las redes sociales no tienen regularidad ni simetría alguna, no son aleatorias.” (Albert Lazlo-Barabási).

### Marco referencial

El reino de Ana y Mía: Encontramos proyectos de investigación documental que se relacionan con la nuestra, el primero *El reino de Ana y Mía* que consiste en investigar la relación entre las redes sociales, los blogs con los trastornos alimenticios (anorexia y bulimia), el objetivo principal de la investigación es explorar como las redes sociales influyen en las causas de estos problemas, desde una perspectiva psicoanalítica.

Esta investigación complementa la de nosotros porque estudia un efecto de las redes sociales en los jóvenes que las usan; tomaremos en cuenta datos de la investigación para el análisis de nuestro proyecto.

Fenómeno Viral (fenomenoviral 2010.): En esta investigación se tomó en cuenta “La psicología de las masas y análisis del yo” (teoría propuesta por Freud Sigmund en 1986) para analizar el impacto y éxito de las redes sociales hasta llegar a punto en que se crea una “tribu urbana” a partir de la misma.

Explica que la adolescencia es una etapa crucial en el desarrollo de todo ser humano, y que a lo largo de ella pasamos por cambios tanto físicos como emocionales; es en esta etapa donde los jóvenes buscan identificarse con ciertos sujetos, y adoptan formas de vestir, pensar o actuar para formar parte de algún grupo, de ahí el éxito de las redes sociales.

Para este trabajo de investigación tomamos como referencia esta investigación debido a que aborda puntos clave que trataremos en nuestro trabajo, tales como:

- Impacto de las redes sociales en los jóvenes
- Análisis de la psicología de las masas
- Puntos de alcance de las redes sociales

Para pensar Facebook (parapensarfacebook.wordpress. 2010)

Esta investigación trató de descubrir las razones por las que existen tantos usuarios las redes sociales, ¿Por qué son tan populares?, lo cual es muy útil para nuestra investigación ya que sabremos las causas por las cuales las personas crean las redes sociales y ¿para qué?, que motivo tienen para crearlas. También es encontrar el efecto que tienen las redes sociales sobre las personas, cuales son las consecuencias de tener una realidad virtual, la relación que se da entre las personas que se conocen por medio de las redes sociales y cuanto tiempo de su vida gastan en esto, esta información fue recabada por medio de revisiones bibliográficas, entrevistas semidirigidas a usuarios vía Chat y encuestas distribuidas en la red social de forma viral.

### Método

**Enfoque:** Nuestra investigación es de un enfoque mixto ya que tomamos datos estadísticos que obtuvimos de las encuestas y los analizaremos para obtener características de los efectos de la comunicación virtual en los jóvenes.

La investigación es documental, pues nos fundamentamos en teorías y documentos para el estudio del problema de investigación.





**Alcance:** La investigación tiene un alcance descriptivo, pues se estudian, analizan las características de los efectos en la comunicación interpersonal en los jóvenes por el uso de redes sociales.

Tenemos sustento documental en teorías de los efectos de los medios, en otras investigaciones que se han hecho sobre el tema; la investigación pretende conocer de una manera más profunda los efectos del uso de las redes sociales.

**Diseño:** La investigación tiene un diseño no experimental transversal, ya que no alteramos el campo de estudio, sólo observamos la situación y vemos el tema en un solo momento.

**Contexto:** La investigación se realizó en la Preparatoria La Salle Pachuca campus la Concepción en los jóvenes de 2° y 4° semestre.

**Población, sujeto, muestra:**

Población: jóvenes de 15 – 18 años de la preparatoria La Salle Pachuca, campus la Concepción.

**Muestra:** grupos de 2° y 4° semestre de la preparatoria La Salle Pachuca, campus la Concepción.

**Procedimiento:**

Al aplicar las encuestas se les explicará el propósito de la aplicación, que las preguntas son anónimas, que es un apoyo para realizar una investigación.

Se esperará a que contesten, se recogerán las encuestas y se les dará las gracias por el apoyo brindado, recordándoles que es para una investigación académica.

**Resultados**

Con relación a los resultados de la encuesta que se aplicó a los jóvenes de segundo y cuarto semestre de la Preparatoria Lasalle

Pachuca campus la Concepción, se arrojaron resultados muy interesantes.

Grupo de cuarto semestre, en este grupo se encuestó a 25 alumnos.

Se mostró una preferencia por facebook con 23 seguidores y en segundo lugar twitter con 14 usuarios de 25 encuestados, al momento en que se les preguntó qué red social utilizaban, consideramos que facebook tiene más seguidores porque es la red social que está de moda, que empezó con la nueva época de redes sociales.

De los 25 jóvenes encuestados 13 afirmaron que dedican aproximadamente de 2 a 3 horas al día en interactuar, actualizar o checar su red social, la red social te absorbe mucho tiempo.

En el momento que se les preguntó qué equipo tecnológico utilizan para ingresar en las redes sociales; 20 jóvenes contestaron que lo hacen desde su laptop mientras que 10 respondieron que usan su celular para conectarse a su red social. El avance de la tecnología ha ayudado al desarrollo del uso de las redes sociales.

De los alumnos encuestados, 19 afirmaron que utilizan las redes sociales por diversión; 13 respondieron que no han tenido contacto personal con gente que hayan conocido virtualmente, 23 de los jóvenes afirmaron no haber tenido relaciones afectivas virtualmente.

El uso que le dan a la red social, la mayoría respondió que era para interactuar con amigos, teniendo 21 respuestas de 25 encuestados, creemos que es de los principales usos que se le pueden dar a las redes sociales. De los encuestados 17 aseguran que no han tenido problemas personales por el uso de las redes sociales.

En cuanto a la comunicación familiar 23 de los encuestados afirman que no ha tenido ningún cambio por el uso de redes sociales, una nueva forma de comunicación que puede cambiar la



comunicación con las personas de tu alrededor.

Grupo segundo semestre, se encuestaron a 18 alumnos.

En el grupo de segundo semestre 17 de 18 encuestados afirmaron tener cuenta en facebook y twitter quedando en segundo lugar con 4 usuarios de 18 encuestados. Facebook y twitter son las redes sociales más usadas.

Al momento de preguntarles, cuánto tiempo le dedican al uso de la red social, 8 alumnos de los encuestados afirmó que pasan de 2 a 3 horas al día. Dependiendo de las actividades que realicen es el tiempo que dedican a la comunicación virtual.

La mitad de los alumnos encuestados afirman que ingresan a su cuenta de red social desde su computadora de escritorio, 14 de los encuestados usan las redes sociales por diversión. Con el avance de la tecnología se ha desarrollado más la comunicación virtual.

En los encuestados, 12 afirman el haber tenido contacto personalmente con gente que conocieron por internet, 12 de los encuestados niegan el haber tenido relación afectiva con personas en las redes sociales.

El uso que le dan a las redes sociales en promedio es interactuar con amigos, seleccionando la respuesta 13 de los 18 encuestados.

10 de los encuestados aceptan el haber tenido problemas personales al usar las redes sociales.

Afirman 13 de los 18 encuestados que no han tenido cambios en la comunicación familiar.

## Conclusiones

Con el conteo y análisis de resultados de la encuesta que aplicamos, podemos concluir

que facebook es la red social más usada por los jóvenes, que el promedio que ocupan al día para el uso de la red social es de 2 o 3 horas, que influye mucho el avance de la tecnología, pues muchos ocupan su celular o su computadora portátil para ingresar al perfil de su red social, la mayoría de los jóvenes utiliza la red social para interactuar con sus amigos y la crearon sólo por diversión, no han tenido algún problema personal por el uso de la red social y la mayoría opina que no ha cambiado la comunicación familiar, interpersonal por el uso de las redes sociales.

El problema se atendió con un enfoque mixto pues con ayuda de las encuestas pudimos sacar características del uso de las redes sociales en el grupo de los encuestados.

Con relación al objetivo general se cumplió; sin embargo, pudimos profundizar más en las características de los efectos producidos por el uso de las redes sociales.

La investigación aporta información teórica para el desarrollo de las características de la nueva comunicación, un aporte analítico cuantitativo, pues se encuestó a jóvenes preparatorianos y con los resultados pudimos sacar un promedio del tiempo que le dedican y que red social es la más popular.

Las limitaciones con las que nos enfrentamos fueron al momento de aplicar las encuestas, pues teníamos material preparado para más alumnos y al encuestar nos enfrentamos con ausencias.

Lo que proponemos para mejorar la situación de investigación:

1. Como usuarios de las redes sociales ver cuánto tiempo pasamos utilizándola, de esta forma podremos equilibrar el horario y no descuidar otras actividades.
2. Pensar en los intereses y en las ventajas que nos podría traer el uso de una red social antes de crear una cuenta.



3. Modular la información que proporcionamos en la red social.
4. Analizar si existe algún cambio en nuestra comunicación interpersonal por el uso de la comunicación virtual.
5. Usar la red social responsablemente para evitar el tener problemas personales.
6. Aprovechar los beneficios que puedan traer la nueva forma de comunicación.



### Fuentes de consulta:

Albert Lazlo-Barabási, "Science of Networks" en [http://ajp.aapt.org/resource/1/ajpias/v71/i4/p409\\_s2?isAuthorized=no](http://ajp.aapt.org/resource/1/ajpias/v71/i4/p409_s2?isAuthorized=no)

De Fleur Melvin (1997), Teoría de la comunicación de masas, México: Ed. Paidós.

Gómez Mont Carmen (2003) Nuevas tecnologías de comunicación México: Editorial Trillas

Margaret H. De Fleur, Patricia Kearney, Timothy G. Plax, Fundamentos de comunicación humana. México: Mc Graw Hill.

Mc Quail, Denis, Introducción a la teoría de la comunicación de masas. México: Ed. Paidós.

Thompson B. John (1998) Los media y la modernidad, Barcelona: Editorial Paidós

Blogspot, redes sociales. Consultado abril 2010, de <http://fenomenoviral.blogspot.com/>

Kubrick, para pensar en facebook. Consultado abril 2010 de <http://parapensarfacebook.wordpress.com/>

Anónimo, historia del internet. Consultado abril 2010 de <http://www.posicionweb.net/Historia-Internet/Internet.html>

Social media marketing, historia de las redes sociales. Consultado abril 2010 de <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/social-media-marketing/breve-historia-de-las-redes-sociales>.





Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Usted es libre para Compartir —copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato— y Adaptar el documento —remezclar, transformar y crear a partir del material— para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla la condición de:

Atribución: Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de licencia](#) - [Texto completo de la licencia](#)

