

Hombres y mujeres, expresión política en un social media

Omar Arcega Escobedo
Universidad Autónoma de Querétaro

Introducción

La aparición y popularización de los *social media* propició que una gran cantidad de dinámicas de la vida social se extendieran al campo de lo virtual. A través de estos nuevos espacios es posible contactar a gente de nuestro pasado y presente, informarnos sobre los temas de la actualidad o ironizar comunitariamente. Una de las actividades de la cotidianeidad es la expresión de nuestras ideas o sentires con respecto a los temas políticos. En este artículo indagaremos este último aspecto, nos interesa saber las características de esta dinámica, ante qué tipo de expresiones políticas estamos y si en ellas hay alguna diferencia entre los géneros. Todo ello lo estudiaremos en la red social Facebook, concretamente en las interacciones surgidas en la página que tiene la *revista Proceso*. Este artículo está dividido en 3 partes, en la primera se explicitarán las categorías de análisis, en la segunda se mostrarán algunos de los resultados obtenidos y finalmente se expondrán algunas conclusiones.

1. Preliminares

Decía Bernardo de Chartres que si deseábamos profundizar en el conocimiento deberíamos subirnos a «hombros de gigantes». Para nuestra investigación ese alcanzar altura fue aportado por el pensamiento de Habermas, quien perfecciona la idea de esfera pública y las características que debe tener.

Para Habermas, los espacios públicos pueden ser de dos tipos: los apoyados por el sistema político para contribuir a su legitimación y los autónomos que se alimentan de la energía del mundo de la vida; en estos últimos es donde se originan los impulsos para evitar una colonización total por parte del sistema. La condición para su funcionamiento es la capacidad para autoorganizarse en el uso de las prácticas comunicativas, serían

centros de comunicación que surgen en los microámbitos de la práctica cotidiana, los cuales terminarían “consolidándose en intersubjetividades de orden superior (...) estos microámbitos de comunicación intersubjetiva o falansterios parlantes operarían a la manera de catalizadores o lubricantes de las trabazones sistémicas de la mecánica social”(Solares,1997:86). Son esferas de publicidad no controlada, donde se encarna una racionalidad. Su principal característica es que permiten los actos comunicativos entre los participantes y para que esto se logre debe existir: universalidad, reciprocidad, racionalidad, formalismo y publicidad.

Desde 1997, hay toda una línea de investigadores, los cuales, partiendo del pensamiento habermasiano han registrado las condiciones de los intercambios en los espacios virtuales, para ello han creado metodologías e indicadores que retomaremos en su momento.

Hace 15 años tenemos a a Nip (2000), quien analiza las interacciones de un foro para lesbianas en Hong Kong buscando procesos de formación de identidad y deliberación. También debemos mencionar a Poor (2005), que examina la comunidad virtual Slashdot⁴⁹ y propone cuatro características de la esfera pública: 1, espacio de discurso, a menudo mediado; 2, permite que los anteriormente excluidos puedan expresarse; 3, las discusiones son a menudo de naturaleza política, y 4, las ideas son juzgadas por su pertinencia, no por quien las diga.

Después vendría Strandberg (2008), quien teniendo como contexto las elecciones finlandesas de 2007, analiza una serie de foros. Para su estudio se tomaron dos grandes ejes: el primero se abocará en qué tanto acceden los ciudadanos a este tipo de espacios virtuales, al cual denominó anchura de la participación; el segundo eje abordará la calidad de las discusiones que se dan dentro de estos foros. La primera variable es un índice que se obtiene de dividir el total de los que dicen haber debatido al menos alguna vez en internet entre el total de la población mayor de 18 años. La segunda variable se genera a partir de clasificar el tipo, el tono y el tema del mensaje, la validación interna, la validación externa, la aparición de conflictos, la creación de puntos de encuentro o superación de los conflictos, número de participantes, número de mensajes y niveles de respuesta.

Finalmente, tenemos a Monnoyer-Smith (2010) que analizó los debates que se suscitaron en un programa de la Unión Europea, creado con la finalidad de incrementar el debate ciudadano sobre el cambio climático. Esta

49 Es un sitio de noticias orientado a la tecnología. Los usuarios de Slashdot pueden comentar sobre cada noticia, la cual obtiene generalmente entre 200 y 2000 comentarios durante el tiempo en que figura en la página principal.

propuesta constaba de dos partes: intercambios cara a cara e interacciones en la virtualidad; lo que el trabajo investiga son las características de los intercambios de ideas en los dos ámbitos. Metodológicamente parten de cuatro criterios enraizados en la democracia deliberativa: 1, la inclusión; 2, la reciprocidad; 3, nivel de la justificación y la politización de los argumentos, y 4, nivel de información unida a la fiabilidad de las reclamaciones.

Para una mayor claridad del pensamiento de estos autores hemos elaborado el cuadro 1, donde se aprecia gráficamente las similitudes.

Cuadro 1			
Comparación de las características teóricas y metodológicas que tienen los académicos sobre las posturas de la esfera pública y de la democracia deliberativa			
Habermas(1989)	Dalhberg (2001)	Poor(2005)	Monnoyer-Smith (2010)
Inclusión	Autonomía del poder estatal y económico	Espacio de discurso mediado	La inclusión
Reciprocidad	Intercambio y crítica de pretensiones de validez	Los anteriormente excluidos puedan expresarse	Reciprocidad
Formalismo	Sinceridad	Discusiones son a menudo de naturaleza política	Nivel de la justificación
Cognotivismo	Inclusión discursiva	Ideas son juzgadas por su pertinencia	Politización de los argumentos
Publicidad	Igualdad		Nivel de información y la fiabilidad de lasreclamaciones

Fuente: Elaboración propia.

Estructura y dinámica

La investigación que origina este artículo se dividía en dos grandes apartados. En el primer revisamos si las reglas a los que están sometidos los usuarios de Facebook incentivan o inhiben el intercambio de ideas de acuerdo a las condiciones que propone Habermas. En la segunda analizamos la dinámica en las interacciones y, con base en ella, explicamos si puede o no existir esfera pública en la virtualidad, concretamente en Facebook. Aunque dado el espacio con el que se cuenta en este artículo sólo se abordará por completo el segundo apartado.

En cuanto a la estructura comunicativa de Facebook, someramente podemos decir que la interfaz y las reglas de participación si permiten las 5 condiciones que se deducen del pensamiento habermasiano para la construcción de una esfera pública: 1) Espacio propicio para la distribución de información, 2) Espacio propicio para la toma de postura, 3) Idealización de un mundo objetivo 4) Significados idénticos y 5) Espacio público autónomo.

Facebook es un espacio nacido de la iniciativa privada que es propicio para la distribución de información, para la toma de postura, donde hay la idealización de un mundo objetivo, en donde la comunicación se da con significados idénticos, no es un espacio público autónomo en el sentido que no nace de las interacciones ciudadanas, ni sus reglas de programación son propuestas por ellos. Pero los usuarios pueden utilizar estas normas para incentivar el contraste de ideas o para suprimirlas, en este sentido hay cierta autonomía.

Estamos ante una esfera pública con algunas características diferentes a los que nos marcan los cánones teóricos, pero que estructuralmente tiene las posibilidades para generar una dinámica de intercambio de ideas.

Para adentrarnos en la dinámica se crearon una serie de indicadores para “medir” si las interacciones se acercan al ideal que propone Habermas para el intercambio de ideas. Como parte de este esfuerzo, se desarrolló un indicador con diferentes variables que fue llamado “calidad de la interacción”, a éste se le otorgaron los valores de “óptimo”, “regular” y “malo”, entre más alta la calidad significa que estamos ante un comentario que reúne las condiciones para un diálogo deliberativo⁵⁰. Pero el generar intervenciones

50 Para crear el indicador compuesto «Calidad de la interacción» se usaron variables como tipo de racionalidad, si el comentario se expresó de forma negativa o positiva, pertinencia con respecto al tema tratado, respuesta a interacciones previas, reconocimiento de igualdad entre los participantes. El tipo de comentario según su racionalidad lo hemos clasificado en 4 categorías: a) Cognitivo instrumental, B) Práctico moral, C) Estético expresivo y 4) Expresivo emotivo.

“óptimas” no garantiza un buen intercambio de ideas, así que para analizarlo se echó mano de variables como hilos de discusión y acuerdos logrados, pues lo esperado es que en la esfera pública surjan acuerdos entre los participantes. Se construyeron los índices de “prosumismo de primer nivel”, “prosumismo de segundo nivel” y “prosumismo de tercer nivel”, entendiendo que el primer nivel es el tipo de prosumismo⁵¹ de más baja calidad y el tercero es el de más alta.

Empíricamente se retomará un foro nacido en la realidad mexicana: la página de Facebook de la revista *Proceso*. Se observará el interactuar de los participantes con las categorías que hemos creado. Se eligió este espacio, pues se asume que quienes están suscritos a él, son gente con cierto interés en los asunto de la *Res Publica*.

Para nuestro análisis seleccionamos las noticias posteadas sobre dos temas que tienen la característica de impacto local y nacional. Local, pues llamó la atención de la población del estado, y nacional ya que tienen que ver con problemas de la dinámica social y política del país. El primer tema fue el caso de los *tuiteros* de Veracruz, quienes fueron llevados a la cárcel por difundir en las redes sociales supuestas balaceras suscitadas cerca de varias escuelas. La revista *Proceso* posteo cinco noticias sobre el tema entre el 25 y el 31 de agosto de 2011. El segundo tema es una balacera acontecida durante un partido de futbol del torneo de la primera división en el estadio de Torreón, Coahuila, sobre este acontecimiento también se publicaron cinco notas en el periodo del 20 al 23 de agosto del 2011. Como es posible apreciar, el primer acontecimiento corresponde a la zona sur del país y el segundo a la región norte, esto se hizo así con la finalidad de percibir si hay comportamientos distintos entre regiones.

2. Expresarse en femenino y masculino

En mayo del 2012 los usuarios de Facebook en México según su sexo se dividían por partes prácticamente iguales, las mujeres son el 49.85% y los hombres el 50.15%. En la página de *Proceso* ésta relación se desequilibra pues alrededor del 29% de los inscritos son personas del sexo femenino y

⁵¹ “Prosumidor”, es un neologismo construido a través de las palabras “productor” y “consumidor”, hace referencia a que un individuo puede hacer ambas funciones a la vez. Este idea fue acuñada en 1972 por Marshall McLuhan y Nevitt quienes afirmaron “que la tecnología electrónica permitiría al consumidor asumir simultáneamente los roles de productor y consumidor y de contenidos” (Islas, 2009:330). Con la aparición de entornos web 2.0, esta posibilidad se ha convertido en una realidad, cada usuario de internet se puede convertir en un productor de información con el simple hecho de expresar su opinión y la forma puede ser escrita, gráfica o multimedial.

el 71% varones. Esta disparidad podría deberse al uso diferente que se da a las redes sociales por sexo. Diversos estudios coinciden en que las mujeres tienden a usarlas principalmente como herramienta de socialización, es decir para comunicarse con sus amistades, a nivel Latinoamérica el 80% de las mujeres lo usan con esta finalidad (Intel, 2012, Documento electrónico). Estos mismos datos sugieren que los hombres se inclinan más por la recopilación de información y revisión de videos además de tener mayor predisposición por aportar opiniones sobre diferentes temas.

Por ello no es extraño que a la hora de analizar las participaciones de nuestro grupo de estudio tengamos que 1 de cada 4 son realizadas por mujeres (24.8%) y el resto por hombres (75.2%). Como podemos notar en el sexo femenino tenemos un porcentaje de participación inferior al porcentaje de las que se encuentran inscritas (29%).

También es posible descubrir algunos patrones por grupos de edad, a medida que esta aumenta las mujeres tienen menor participación. Del total de comentarios hechos por mujeres, 1 de cada 5 fueron realizados por personas entre los 35 y 62 años, mientras que en este mismo rango de edad, 1 de cada 3 hombres se expresaron.

Análisis de los comentarios

Sin embargo, no es suficiente revisar la cantidad de las intervenciones. Para un análisis más fino también es necesario revisar la racionalidad de las mismas desde el enfoque que hemos propuesto en este trabajo. En este sentido hallamos que los hombres usan más la racionalidad cognitiva pero también la expresiva-emotiva. La tabla de contingencia arrojó que hay una correlación significativa aunque la diferencia de porcentajes sea pequeña, para la cognitiva instrumental (CI) la diferencia es del 3% mientras que las intervenciones expresivo emotivas (ExE) es del 8%. Donde existe mayor abismo en los datos es en el uso de las racionalidades estético expresiva y práctico-moral, en la primera las mujeres superan en cerca de un 100% a los hombres, mientras que en la segunda la diferencia es del 78%. Esto queda más claro al observar la tabla 1.

Tabla 1. Sexo y tipo de racionalidad.

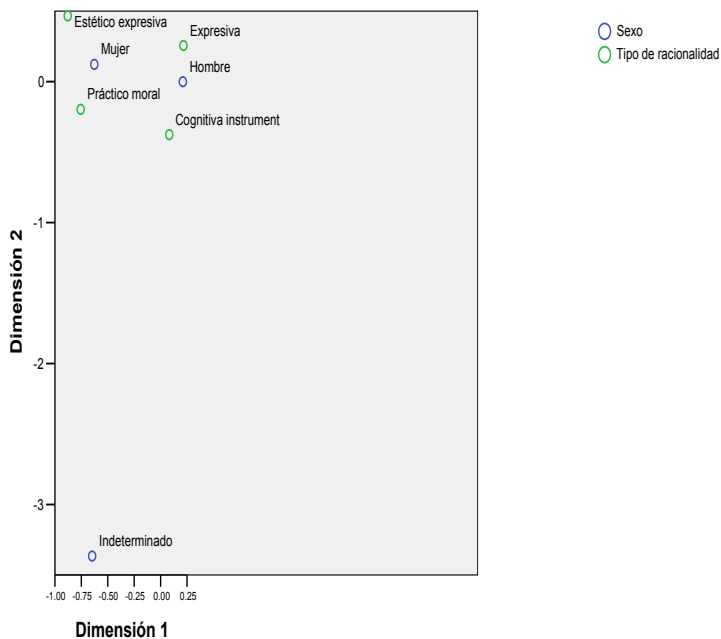
Tipo de racionalidad		Cognitiva instrumental	Práctico moral	Estético expresiva	Expresiva emotiva	Total
Sexo	Mujer	33.3% (48)	13.9% (20)	11.1% (16)	41.7% (60)	100.0%
	Hombre	37.1% (162)	7.8% (34)	5.7% (25)	49.4% (216)	100.0%
Total		35.2%	10.8%	8.4%	45.5%	100.0%

La tabla nos indica que las mujeres optan por los comentarios fundamentados en el “Deber ser” (Práctico moral), pero sobre todo que argumentan desde experiencias personales (Estético expresivo) y lo hacen casi el doble que los hombres. Mientras tienden a usar ligeramente menos los comentarios de tipo puramente emocional (Expresivo emotivo), esto desde el punto de vista de la construcción de una esfera pública es positivo, pues este tipo de comentarios no contribuyen a la construcción del diálogo.

Si utilizamos la técnica de análisis de correspondencia encontramos una asociación gráfica que parece indicar una relación entre el ser hombre y utilizar unos tipos de racionalidad específicos. Debemos aclarar que de la asociación no podemos inferir la existencia de una correlación.

Puntos de columna y de fila

Simétrica Normalización



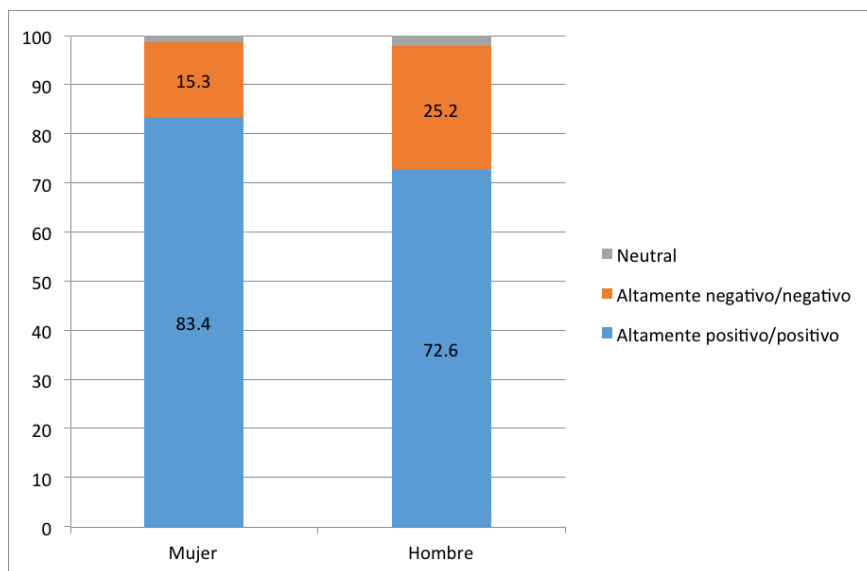
Hay un grupo de intervenciones asociadas entre sí: las participaciones realizadas por las mujeres con racionalidades PM y EE. Para el caso de las intervenciones realizadas por hombre la interpretación de los hallazgos es más difícil. Las participaciones de los hombres parecen asociarse muy débilmente con la racionalidad Expresivo-emotiva. Esto nos hablaría de que al expresar un comentario en Facebook las mujeres suelen ser más reflexivas que los hombres, también que son dadas a usar racionalidades distintas a la cognitiva instrumental, estamos ante un comportamiento de género. Los hombres, al parecer, usan las intervenciones en facebook más como un medio para expresar su enojo o desacuerdo y su aporte al enriquecimiento de la discusión es menor que el grupo de mujeres.

Si bien las mujeres se ven rebasadas numéricamente en su participación en Facebook, conviene indagar sobre las características de sus intervenciones, para esto analizaremos su comportamiento en diversas variables. Para concluir con lo que hemos llamado el índice de calidad de interacción.

El siguiente aspecto a medir es la «Afinidad», es decir la pertinencia del contenido del comentario respecto al tema que tratan las notas periodísticas, en este sentido, el 16% de los comentarios hechos por mujeres tiene relación directa con el tema tratado, en los hombres la proporción es del 11%. Aunque no podemos hablar de una diferencia significativa pues manejamos un valor χ^2 de 0.124.

Con respecto al tipo de mensaje según su tono, podemos establecer diferencias estadísticamente significativas, las mujeres tienden a expresarse el doble de “altamente positivo” que los hombres, la proporción es 16% a 7.6% y un 69% menos “negativo” que el sexo masculino. Con fines de tener una idea más clara en la gráfica 1, presentamos un análisis global.

Gráfica 1. Comentarios según su tono y sexo del participante.



Como se puede apreciar, es más probable que el comentario de una mujer sea en tono positivo o altamente positivo con respecto a los hombres. Si lo analizamos por situación geográfica, las mujeres del dentro del país

(DF, Morelos, Estado de México, Tlaxcala) suelen tener los porcentajes más altos de expresiones «Altamente positivas/positivas», alcanzando un 85.7%, mientras que las féminas de los estados del sur del país son las que muestran los porcentajes más bajos en este rubro, solo un 76% de sus comentarios se pueden considerar de tono positivo.

Conforme avanzamos en nuestro análisis nos percatamos que abundaban los comentarios irónicos, por lo que consideramos pertinente hacer una distinción entre participaciones irónicas y literales. Esta perspectiva de análisis no se tenía contemplada originalmente en nuestra investigación, por lo cual nos dimos a la tarea de encontrar una definición de ironía y aplicarla a nuestro estudio⁵². Así tenemos que el 84.5% de los comentarios están hechos desde la literalidad y un 15.5 parten desde la ironía.

La *chi*² nos arroja diferencias estadísticamente significativas al confrontar las variables “Literal o ironía” y “sexo”. Tenemos que las mujeres tienden a usar 10 puntos porcentuales más la literalidad que los hombres y estos usan en la misma proporción más la ironía. Esto se expresa mejor en la tabla 2.

Tabla 2

	Literal	Ironía
Mujeres	92.4% (133)	7.6% (11)
Hombres	81.9% (358)	18.1% (79)

Para terminar esta sección analizaremos los datos obtenidos sobre la calidad de las participaciones. Encontramos que los hombres tienen proporcionalmente el doble de comentarios considerados malos que las mujeres. Mientras que en los considerados óptimos las mujeres poseen una ventaja de 8 puntos porcentuales. Esto se puede apreciar con mayor claridad en la tabla 3.

⁵² Partiendo de las teorías neogricanas, entenderemos como ironía aquellas frases donde el hablante pretende decir algo diferente al oyente de lo que se expresa con la mera literalidad, por lo tanto el parlante tiene una intención clara de expresar algo (Alvarado, 2005,34). Esta forma de manifestarse puede tener una connotación de burla o no, de esto depende que sea ironía con sentido negativo o positivo, será del primer tipo si connota un eco burlesco y de no ser así cae en la segunda categoría. Para nuestra investigación solo registraremos si es ironía sin tomar en cuenta si tiene connotación de burla o no. Para entender la ironía debemos tener en cuenta “el contexto lingüístico o cotexto, el contexto situacional o circunstancias externas, y el contexto sociocultural o conocimiento, vivencias compartidas” (Ibid, 35).

Tabla 3

	Óptima	Regular	Mala	Total
Hombres	30.70%	52.90%	16.50%	100%
Mujeres	38.20%	53.50%	8.30%	100%

Hasta aquí hemos visto como las mujeres, en sus comentarios en la revista Proceso, suelen tener características que los hacen más deseables para generar esfera pública, ahora analicemos la dinámica en cuanto los «Me gusta» que expresan ambos sexos.

Las mujeres dieron un “me gusta” (MG) al 31.66% de los comentarios y los hombres al 36.83%. En cuanto a la cantidad de MG que recibieron las interacciones, las mujeres detentaron el 43.81% y los hombres el 56.19%. Las dos son relaciones mucho más parejas que en las intervenciones, donde –recordemos- los porcentajes son 71% para varones y 29% para las mujeres. Al parecer este hallazgo indica que las mujeres serían más dadas a expresar acuerdo con otras opiniones a expresar la propia. También es posible apreciar que mientras los comentarios de mujeres son 4 veces menores que el de los hombres, la cantidad de MG que reciben ellas es solo 13% menor que la de los hombres. En cuanto a la media de unos y otros, las mujeres tienen, en promedio, 1.67 MG con una desviación estándar de 1.09, un valor mínimo de 1 y un máximo de 6. A su vez los hombres tienen un promedio de 1.85, con una desviación de 1.4, un valor mínimo de 1 y un valor máximo de 10.

Si analizamos los MG por sexo encontramos que el 66.7% de las mujeres dieron su “me gusta” a comentarios racionales y en los hombres la proporción fue de 60.7%, un 6% menos que las mujeres. Para comprender estos datos en contexto, recordemos que los comentarios con algún tipo de racionalidad son el 52.5%. De lo anterior se infiere que las personas se inclinan ligeramente a dar sus “me gusta” a intervenciones racionales.

Prosumismo

El estudio identificó tres niveles de prosumismo. El primero son los “me gusta” entre el total de participaciones; el segundo es las intervenciones malas y regulares entre el total de participaciones; y el tercero es el total de comentarios óptimos entre el número de interacciones.

Entre más cerca del uno esté el valor que adquiere el índice, significa que hay un mayor número de participaciones de ese nivel. En la medida en que el índice de tercer nivel sea mayor que los otros, podremos decir que existe una dinámica vigorosa de procesos de formación de opinión. Por el contrario, si el índice mayor se encuentra en el primer nivel nos encontramos con una dinámica poco promotora de los procesos de opinión.

Para el prosumismo de primer nivel, tenemos un índice de general de 0.743. El de segundo es un 0.256 y el de tercero es de 0.081. En otras palabras, los participantes optan por el nivel más bajo de prosumismo. Esto dificulta la creación de esfera pública.

Hilos de discusión

Ahora analicemos las interacciones que se dieron entre los participantes. Se detectaron 37 comentarios que recibieron explícitamente al menos una respuesta. Para poder ser considerada una discusión un conjunto de participaciones debe tener al menos tres interacciones. La que origina la interacción, una contestación y una respuesta a esa contestación. Los que cumplen este requisito son 7 hilos de discusión formados por 29 comentarios.

De estas intervenciones el 35% las hicieron mujeres y el 65% hombres. Se registró un porcentaje mayor de mujeres con respecto al total registrado en nuestro universo de estudio. Por tipo de tono de mensaje, tenemos que el 62.1% es “Altamente positivo/positivo” y el 37.1% es “Altamente negativo/negativo”, mientras que la proporción de estas variables en los comentarios totales es 75.2% para el primer conjunto y 22.2% para el segundo. Podemos ver que, con respecto al universo de las interacciones analizadas en este estudio, hay una disminución de los tonos positivos con respecto a los negativos y el incremento de estos últimos.

El último índice por revisar es el de participación. Este se calcula a partir del promedio de participaciones por participante. En este caso, tenemos un 1.08. Sólo el 7.22% de los participantes intervinieron 2 veces o más.

Todo nos indica una dinámica más bien pobre: poca participación de tercer nivel, números de hilos de discusión bajos, porcentaje de personas que interacciones al menos dos veces o más, promedio de participaciones por participante bajo y mínimo seguimiento de las notas posteadas.

Conclusiones

En la página de facebook de la revista Proceso, hay amplias diferencias entre el número de mujeres y hombres suscritos a ella. Tal parece que seguir la realidad política del país por este espacio atrae más al sexo masculino. Esto también genera que haya diferencias cuantitativas en las intervenciones escritas. Pues de los comentarios que se analizaron solo 1 de cada 4 corresponden a mujeres. Sin embargo, al analizar la calidad de las interacciones encontramos que en las femeninas hay mejores condiciones para una dinámica deliberativa, suelen apelar menos a la argumentación exclusivamente emocional la cual aporta muy poco a la construcción de un discurso deliberativo. Mientras que en los hombres es más probable encontrar comentarios expresados de manera pasional, en sentido negativo, irónicos y poco relacionados con los temas que se discuten. Para decirlo de otra manera, las mujeres se expresan por escrito menos pero sus comentarios son más reflexionados. También debemos resaltar que prefieren adherirse a las opiniones de otros, antes que expresar las propias.

Si deseamos tener una imagen de las interacciones que se suceden en el espacio de Facebook que analizamos sería la siguiente: una de cada dos intervenciones se realiza desde expresiones puramente pasionales, lo que sugiere que la intención es el mero desfogue de la frustración o coraje. La otra mitad que si argumenta con algún tipo de racionalidad no tiene la intención de discutir. Parece ser un deshago más sofisticado pero sólo eso. 1 de cada 16 intervenciones llama a una participación *offline* pero no son ni siquiera contestadas, mucho menos seguidas. Solamente 1 de cada 9 intervenciones son contestadas y en su mayoría son para mostrar un desacuerdo. No se obtiene respuesta alguna que permita continuar el diálogo.

Al parecer, estamos ante un escaparate de expresiones personales, de mostrar desacuerdos o la mera opinión, pero no hay intención dialógica, no se muestra que haya voluntad de encontrar puntos intermedios entre las visiones. He aquí la debilidad de este *social Media*.

Referencias

- Asen, R. y Brouwer (2001). *Counterpublics and the State*, New York, EU: State University of New York.
- Campos Freire, Francisco (2008). "Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales", en *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 11, núm. 63, consultado el 20 de marzo de 2010 en http://www.ull.es/publicaciones/latina/_2008/23_34_Santiago/Francisco_Campos.html.
- Castells, Manuel (ed.) (2006). *La sociedad red: una visión global*. España: Alianza Editorial.
- Dahl, Robert (1999). *La democracia: una guía para los ciudadanos*, Buenos Aires: Taurus.
- Dahlberg, L. (2001). "Computer-mediated communication and the public sphere: A critical analysis", en *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 7, núm. 1, consultado el 20 de marzo de 2012 en <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2001.tb00137.x/full>.
- _____ (2001a). "Democracy via cyberspace: Mapping the rhetorics and practices of three prominent camps", en *New Media & Society*, vol. 3, núm. 2, 157-177.
- Dahlgren, Peter (2001). "The public sphere and the net: Structure, space, and communication", en Bennett, W. Lance y Entman, Robert M. (eds.), *Mediated Politics. Communications in the Future of Democracy*, EUA: Cambridge University Press.
- _____ (2005). "The internet, public spheres, and political communication: Dispersion and deliberation", en *Political Communication*, vol. 22, núm. 2, 147-162.
- Fages-Ramió, R. (2008). "Actitud 2.0: la política más allá de los blogs", en *IDP. Revista de Internet, Derecho y Política*, núm. 7, 19-25.
- Freelon, Deen (2010). "Analyzing online political discussion using three models of democratic communication", en *New Media and Society*, vol. 17, núm. 7, consultado el 11 de diciembre de 2010 en <http://nms.sagepub.com/content/early/2010/04/22/1461444809357927>.
- Galindo, Jesús (2010). "El nuevo nicho civilizatorio del ciberespacio", en *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 123, consultado el 12 de diciembre de 2010 en <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2010/10/28/el-nuevo-nicho-civilizatorio-del-ciberespacio/#axzz2NRZOgaOB>.

- Habermas, Jürgen (1989). *El discurso filosófico de la modernidad*, Madrid: Taurus.
- _____ (2005). *Facticidad y validez*, Madrid: Trotta.
- _____ (1990). *Historia y crítica de la opinión pública*, Madrid: GG.
- Hanada, Tatsuro (2002). “Una aproximación conceptual a la esfera pública”, en Beneyto, José Vidal (dir.) *La ventana global*, Madrid: Taurus.
- Halpern, Daniel (2009). “Diarios on line: Efectos de los comentarios generados por usuarios”, en *Cuadernos de información*, núm. 24, 29-40.
- Islas, Octavio (2008). “El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad”, en Rebeil Corella, María Antonieta (coord.), *Anuario de investigación de la Comunicación CONEICC XV*, México: Oak Editorial, 323-344.
- Johnson, Tomas y Weiwu, Zhang (2008). United We Stand? Online Social Network Sites and Civic Engagement, en Papacharissi, Zizi (ed.), *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, EUA: Routledge, 185-207.
- Kim, Y. M. y Geidner, Nicholas (2008). “Politics as friendship: The impact of online social net -works on young voters; political behavior”, conferencia presentada en el Annual conference of the International Communication Association, Montreal, Canada.
- Loreto, Karina et al (2009). *Motivación, consumo y apreciaciones de Facebook por parte de jóvenes universitarios: el caso de la red UCSC chile*, consultado el 12 de diciembre de 2010 en <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=19511968008>.
- Monnayer-Smith, Laurence (2010). “Participatory Frames in Deliberative Devices: the Ideal-EU case study”, consultado el 12 de diciembre de 2010 en http://univparis12.academia.edu/StephanieWojcik/Papers/367608/Participatory_Frames_in_Deliberative_Devices_the_Ideal-EU_case_study_2010_#.
- Nip, Joyce Y. M. (2000). “The Queer Sisters and its electronic bulletin board”, en Van de Donk, Wim et al. (comps.) *Cyberprotest. New media, citizens and social movements*, London and New York: Routledge.
- Paquete de Oliveira, José Manuel (2002). “Internet como instrumento para la participación ciudadana”, en Beneyto José Vidal (dir.) *La ventana global*, México: Taurus.
- Pertierra, Raúl et al. (2002). *Txting Selves: Celulares y modernidad en Filipinas*, Manila: De La Salle University Press.

- Poor, N. (2005). "Mechanisms of an online public sphere: The website Slashdot" en *Journal of Computer-mediated Communication*, vol. 10, núm. 2, consultado el 16 de marzo de 2012 en <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue2/poor.html>.
- Postelnicu, M. y Cozma, R. (2007). Social network politics: A content analysis of MySpace profiles of political candidates from the 2006 U.S. mid-terms. Ponencia presentada para el Annual Meeting of the National Communication Association, Chicago, IL.
- Rheingold, Howard (1996). *Realidad virtual y comunidad virtual*. Barcelona, España: Gedisa.
- _____ (2004). *Multitudes inteligentes. La Próxima Revolución social*. Barcelona, España: Gedisa.
- Sahuí, Alejandro (2002), *Razón y espacio público: Arendt, Habermas y Rawls*, 2^{da} ed., México: Coyoacán.
- Solares Blanca (1997). *El síndrome Habermas*. UNAM, 1997
- Schneider, S. (1997). Expanding the public sphere through computer-mediated communication: Political discussion about abortion in a Usenet newsgroup. Tesis de Doctorado en Ciencias Políticas del Massachusetts Institute of Technology.
- Strandberg, Kim (2008). Public deliberation goes on-line? An analysis of citizens' political discussions on the internet prior to the finnish parliamentary elections in 2007, en *Javnost -The public*, vol. 15, núm. 1, 71-90.
- Van Dijck, José (2012). "Facebook as a Tool for Producing Sociality and Connectivity", en *Television & New Media*, vol. 13, núm. 2, 160-176.
- Winocur, Rosalía (2001). "Redes virtuales y comunidades de internautas: nuevos núcleos de sociabilidad y reorganización de la esfera pública", *Revista Perfiles Latinoamericanos*, núm. 18, 75-92.