

ARTICULO DE POSICIÓN

Título: Red Social Twitter. Fortalezas y Debilidades

Title: Twitter, social network. Strengths and weaknesses.

Autores: Rodolfo Pérez Matar (I), Esther Paredes Esponda (II)

I. Profesor Instructor. Escuela Nacional de Salud Pública.

II. Profesora Asistente, Master en Bibliotecología y Ciencias de la Información. Escuela Nacional de Salud Pública.

Resumen:

Introducción: En la actualidad la Red Social Twitter constituye uno de los sitios más importantes de internet. Toda la información del mundo actual, puede encontrarse en Twitter de una u otra forma. **Objetivo:** caracterizar globalmente Twitter e identificar fortalezas y debilidades. **Método:** Se hizo una revisión bibliográfica para recuperar información que sustentara la propuesta teórica del trabajo. **Resultados:** Twitter es una red social que ha sido utilizada en diferentes contextos y situaciones, de forma positiva y negativa, ofrece diferentes servicios; de acuerdo a estadísticas son los jóvenes menores de 35 años quienes más hacen uso de ella. Es importante conocer sus características para utilizarla de forma adecuada y potenciar sus ventajas.

Palabras Clave: Twitter, Red Social, medio de comunicación, compartir.

ABSTRACT

Introduction: Twitter is one of most important site in internet.

Objective: To characterize Twitter and to identify strengths and weaknesses

Method: Bibliographical review to recover information to sustain the theoretical proposal of work.

Results: Twitter is a social network used positively and negatively in different contexts and situation. It provides different services; according to statistics, it is used mainly used by young people below 35 years old. It is important to know its characteristics to use it properly and enhance its advantages.

Key words: Twitter, social network, mean of communication, sharing.

INTRODUCCIÓN:

El paradigma tecnológico ha impactado todas las esferas de la vida social, potenciando las diversas formas de comunicación, de ahí que las redes sociales diversifican las relaciones personales, logrando empatía y acercamiento entre personas geográficamente distantes que, en ocasiones, se enajenan de su espacio

físico.

Una red social es un sistema abierto, multicéntrico, que posibilita, a través de un intercambio dinámico entre los integrantes de un colectivo (familia, equipo de trabajo, barrio, organización, comunidad) y con integrantes de otros colectivos, la activación de los recursos de todos y la creación de alternativas novedosas para la resolución de problemas y la satisfacción de necesidades. Los propósitos de las redes sociales cambian de acuerdo a los intereses de las comunidades que la integran, el tipo de intercambio que se establece entre los miembros de la red determinan las funciones de esta.¹

Existe una amplia variedad de redes sociales, pero en general todas poseen una característica básica: unir a los miembros de la red que comparten un propósito u objetivo común. Entre las redes más populares en el contexto actual está Twitter.

Twitter es un sitio que permite a sus usuarios enviar y leer micro-entradas de texto de una longitud máxima de 140 caracteres denominados como "tweets". El envío de estos mensajes se puede realizar tanto por el sitio web de Twitter como vía SMS desde un teléfono móvil, desde programas de mensajería instantánea,² fue fundado en marzo de 2006 por los estudiantes de la Universidad de Cornell en Nueva York, Jack Dorsey, Biz Stone, Evan Williams y Noah Glass. Los tres primeros cofundaron la compañía *Obvious* que luego derivaría en *Twitter Inc.*

Actualmente el equipo de *Twitter* está compuesto por 18 personas. Jack Dorsey es además de cofundador el presidente de la empresa.³ Una vez iniciado el proyecto probaron varios nombres. El nombre original durante un tiempo fue "*Status*" (Stat.us), pasando por *twitch* (tic) a causa del tipo de vibraciones de los móviles, pero se quedaron con *Twitter*. Que en palabras de Dorsey era perfecta, y la definición era "*una corta ráfaga de información intrascendente*", el "*pio de un pájaro*", que en inglés es *twitt*.

Si recibes muchos mensajes, estás "*twitterpated*".² El primer mensaje enviado por twitter fue de Dorsey a las 12:50 del 21 de marzo de 2006 y decía "*justsetting up mytwtr*" (sólo ajustando mi twtr). Ese mismo prototipo fue utilizado entre los empleados de Odeo como un servicio interno. Fue lanzado al público en julio de 2006.

En el año 2007 el mundo se interesó en esta red social y paso de 20,000 tweet al día a 60,000, en marzo de ese mismo año ganó el premio *South by Southwest Award* en la categoría de blog.² En agosto de 2009 twitter y Facebook sufrieron problemas causados por ciberpiratas destinados a dañar las redes más populares, en ese mismo año del mes de Noviembre Twitter se puso en disponibilidad al español. Los mensajes son mantenidos en un servidor que corre software programado en Scala y además dispone de una API abierta para todo tipo de desarrolladores, lo cual supone una gran ventaja para todos aquellos que quieran integrar Twitter como un servicio tanto en otras aplicaciones web como en aplicaciones de escritorio o móviles.⁴

Esta Red Social (RS), logró convertirse en un ícono popular en el momento en que la sociedad la adoptó, como el principal método para sus relaciones personales y globalizar lo que antes estaba limitado por regiones o idiomas, sumaba más de 200 millones de usuarios registrados en el mundo entero², La mayor parte de los usuarios que usan Twitter son adultos mayores que no han utilizado otro sitio social con anterioridad, dijo Jeremiah Owyang, un analista industrial encargado de estudiar los medios de Comunicación social. "Los adultos se están poniendo al día en aquello que los jóvenes llevan años haciendo", dijo.² El 10 de marzo de 2011 el diario

mexicano El Universal dio a conocer un listado de los mandatarios más populares dentro de la red social. El expresidente cubano Fidel Castro se ubicó en el séptimo lugar con más de 100 000 seguidores.⁴

Dicha red ofrece una serie de funciones que son únicas, es necesario conocerlas y aprendernos su vocabulario, para sacar el máximo de provecho. El principal requisito para tener éxito en Twitter es participar activamente, para lograrlo es importante tener conocimientos acerca de su funcionamiento y otros aspectos que la caracterizan, por lo que se propone como objetivos: Caracterizar globalmente la Red Social de Twitter e Identificar las fortalezas y debilidades del uso de esta red social.

DESARROLLO:

Se realiza una revisión bibliográfica y documental, y se hace un análisis y síntesis histórico lógico del comportamiento de las Red Social Twitter en internet, como método teórico de la investigación.


Según sus desarrolladores, Twitter es una red de información en tiempo real potenciada por usuarios de todo el mundo que permite compartir y descubrir qué está sucediendo en este momento. Las respuestas a la pregunta “qué está sucediendo” se difunden a millones de usuarios instantáneamente. En el sitio oficial se ejemplifica sobre posibles usos como tomar mejores decisiones o crear una plataforma para influir sobre lo que se está hablando en el mundo. Y también recuerdan: “El modo en que utilice Twitter depende de usted. Siga a cientos, o siga a docenas. Publique cada hora, o no publique nunca. Busque sus temas favoritos y cree listas, o no. Usted está en control de Twitter”.⁵

Es un servicio de red social y microblogging que permite enviar mensajes llamados tweets, que son publicaciones basadas en texto de hasta 140 caracteres y que se muestran en la página del perfil del autor y que es enviado a suscriptores (followers). Wikipedia también cita una definición de uno de sus creadores, Evan Williams: “Lo que hacemos es difundir a la gente la mejor, más nueva y más relevante información. Pensamos a Twitter no como una red social sino como una red de información. Le dice a la gente de qué preocuparse a medida que sucede en el mundo” (Los Angeles Times, 2009). Esta declaración muestra una clara orientación hacia las noticias, que es un cambio de foco luego de tres años de funcionamiento. Esto se vio reflejado claramente al cambiar la pregunta “qué estás haciendo” por “qué está pasando”.⁶⁻⁷

En lo que se refiere a su funcionamiento, es bastante sencillo e intuitivo, basta con registrarse gratuitamente en el servicio, escoger el idioma y usarlo en la web, algún programa o aplicación e incluso desde dispositivos móviles. Además, presenta una zona de ayuda en español.

A continuación, se mencionan aspectos básicos de este servicio de microblogging:⁸

- Tweets o trinos: son los mensajes de máximo 140 caracteres que publica un usuario en su perfil. Pueden contener url cortas (que se abrevian usando servicios como bit.ly, goo.gl, shar.es, entre otros) que llevan a sitios web, fotografías y videos.
- Following o seguidos: son los usuarios que por alguna razón interesa leer lo que publican, es decir, seguirlo. Para hacerlo se hace clic en la opción follow o “seguir”. Los mensajes de estos aparecerán en su página de inicio o home.

- Followers o seguidores: son aquellos usuarios que han decidido seguirlo. Estos podrán leer lo que publica en su perfil o time line y enviarle mensajes. Existe la opción block o bloquear el usuario que se usa cuando no se quiere recibir mensajes directos y/o respuesta (reply) de un usuario específico. Esto no podrá contactarlo, pero, si el perfil es público, podrá visualizarlo.
- Reply o respuesta: los trinos pueden ser respondidos por los usuarios que los siguen o sus followers. Se caracterizan porque el mensaje se inicia con el nombre del usuario (Ej:@tanialu escritura creativa, academia y nuevas tecnologías, <http://tanialu.me>).
- Mention o Mención: los usuarios pueden ser citados dentro de los trinos, independientemente si son seguidos o no por quienes los citan (Ej: El presidente de Chile está en Twitter, síguelo en @sebastianpinera).
- Mensajes directos: son trinos privados que pueden ser enviados sólo si el emisor tiene al receptor en su lista de seguidos (pero el seguidor sólo podrá responderlo, también de forma privada, si el emisor está en su lista de seguidores). Los DM no se visualizan en el perfil o timeline y para verlos se ingresa a la opción del mismo nombre.
- Retweets o RT: es una funcionalidad que permite replicar en el perfil personal un trino hecho por otro usuario, por el motivo que se considere pertinente, con la intención de compartirlo con los seguidores o followers. Los retweets se reconocen por llevar la etiqueta RT, la leyenda retweetedby y el ícono .
- Hashtags o etiquetas (#): es una funcionalidad que permite enviar o compartir trinos a grupos de discusión donde se habla de un tópico específico, también funcionan como forma de agrupar trinos que versan sobre un mismo tema. El hashtag se incluye dentro del mensaje anteponiendo el símbolo # ante la palabra que se usará como etiqueta (Ej: El #terremotoenchile fue de 8.8 en la escala de Richter). Los hashtags también pueden ser rastreados a través del motor de búsqueda de Twitter, además de que son muy útiles para seguir los temas del momento o temas hot.
- Lists o listas: es una funcionalidad que permite catalogar y ordenar cuentas de Twitter de acuerdo a un interés o tema específico. A las listas se pueden añadir usuarios independientemente si se siguen o no, así como se puede ser añadido a la lista que cree otro usuario sin importar si este lo sigue o no. Las listas también manejan el criterio de seguidos (following) y seguidores (followers).
- Trending topics: es una funcionalidad automática de Twitter que publica en el perfil del usuario los hashtags y las palabras más populares del momento. Puede configurarse para visualizarlos a nivel mundial (worldwide), por países o por ciudades.

Twitter está modificando el concepto de "red social" convirtiéndose en una red de intercambio de información para la difusión y multiplicación rápida de titulares y enlaces a otras fuentes, por esta razón se ha incrementado de tal manera que en la actualidad, es utilizada por millones de usuarios y empresas de todo tipo en el mundo para promocionarse o como canal alternativo de información, con sus herramientas de búsqueda, clasificación, valoración y difusión de la información junto con su facilidad y versatilidad para establecer vínculos entre las personas, está provocando fuertes cambios en todos los sectores.

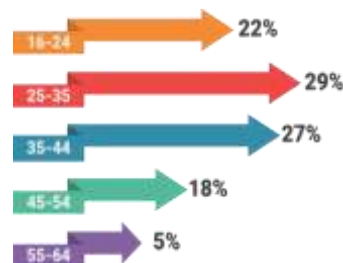
Esta red ofrece diversos servicios que permiten a los usuarios estar conectados en todo momento, ya sea desde sus teléfonos u ordenadores, dio un paso adelante en su énfasis de estrategia informativo en noviembre de 2009 cambiando la frase que se les presentaba a los usuarios al mandar un nuevo mensaje de "¿Qué estás haciendo?" a "¿Qué está pasando?".⁹

Algunas de las muchas aplicaciones que se pueden utilizar con esta red son: *SearchTwitter*, *TwitPic*, *Twitter Job Search* o *Twitmail*. Otras conocidas basadas en Twitter son: *The twitter Updater*, *Twiterrific*, *Twitterfox* o *Twitterlicious*.

Entre los servicios que ofrece se encuentran:

1. **Twittercounter:** ¿Quieres saber cuán famoso eres? Pon un contador y verás la cantidad de gente que entra en tu cuenta de Twitter.
2. **Retweetrank:** Muestra la influencia de tus tweets en la red social y cuántos de ellos son republicados por otros usuarios.
3. **Twtrfrnd:** ¿Te sigo o no te sigo? Utiliza esta herramienta que compara seguidores entre dos usuarios para saber si tienen seguidores comunes.
4. **Foller.me:** ¿Eres interesante para mí? Accede a un completo análisis con estadísticas sobre los temas de interés y palabras clave de cualquier usuario.
5. **Untweeps:** Nos permite enterarnos de usuarios inactivos para saber qué pajarito ha cerrado su piquito para siempre.
6. **TwitCleaner:** Analiza la gente que seguimos y crea un detallado informe sobre cada uno de ellos para saber cuáles son sus interacciones más comunes.
7. **Friendorfollow:** Aplicación que sirve para saber a quién seguimos y no nos sigue, quién nos sigue y no seguimos y quiénes son nuestros verdaderos amigos.
8. **Twitaholic:** ¿Quiéres saber quién es realmente famoso? Déjate de contar de a uno y mira los millones de personas que siguen a los Twitterati de la red.
9. **Twitpic:** Comparte fotos con rapidez y simpleza. Necesario si quieres expandir tu información con una buena imagen que valga más que 140 caracteres.
10. **TwtGal:** Crea una hermosa galería de imágenes para compartir con tus seguidores.
11. **Yfrog:** Comparte videos (y fotos también) de una manera muy sencilla y rápida.
12. **Qik:** Permite grabar, transmitir y compartir videos en vivo desde un teléfono y hacer comentarios, en tiempo real, con tus seguidores de Twitter.
13. **Twtpoll:** Herramienta que te permite crear encuestas para invitar a usuarios de Twitter a participar de algún tema que te interese.
14. **Twitterkeys:** ¿El texto es aburrido? Agrega íconos a tus tweets con esta expresiva herramienta.
15. **Twitscoop:** Te ayuda a estar al tanto de los temas más candentes de la red social en tiempo real. Se actualiza automáticamente.

16. **TwitTangle:** Un herramienta que te permite etiquetar y ordenar a las cuentas que te interesan. Ideal para quienes siguen gran cantidad de usuarios.
17. **TwapperKeeper:** Organiza los tweets acerca de un tema, palabra clave o usuario que te interese para que luego puedas consultarlos cómodamente.
18. **Trendistic:** Presenta estadísticas sobre los temas más populares de Twitter y lo que la gente anda diciendo sobre ellos.
19. **Tlists:** Directorio en el que puedes buscar, crear y ver las listas de temas que te interesan y compartir tweets con otros usuarios.
20. **Trendsmap:** Muestra, en tiempo real, los temas más populares de acuerdo a su ubicación geográfica en el mundo. ¹⁰



Twitter es una herramienta democrática que refleja las tendencias de millones de usuarios que se enlazan a través de ellas, en la actualidad es uno de los sitios más importantes de internet y la gran mayoría tenemos una cuenta, la poseen personas, instituciones, marcas y negocios.

Toda la información del mundo actual, puede encontrarse en Twitter de una u otra forma, por lo que nos hacemos cada día más dependientes de las redes sociales para comunicarnos o expresar algo, se ha entonado la manera en que periódicos, televisoras y radioemisoras se asoman a estas plazas virtuales. También se va produciendo ese acercamiento en Cuba, que divulga su cotidianeidad como referente mundial en la lucha por la emancipación de los individuos y batalla contra las mentiras de la propaganda burguesa.

Las **edades** en las que se integran estos usuarios son las siguientes:

Un **22%** de la gente en Twitter tiene entre **16-24 años**, con el mayor porcentaje se encuentran las edades entre **25-34 años** con un **29%**. A estos les siguen, con un **27%**, los usuarios entre **35-44 años**. Con un porcentaje más bajo cuentan las edades entre **45-54** con un **18%** y el **5%** restante es para los usuarios de **55 a 64 años**. ¹¹

Esta red posee rasgos de portabilidad, rapidez, gratuidad, flexibilidad, amistad y facilidad de aprendizaje y manejo, lo cual resulta de mayor interés en cada uno de los usuarios que la utilizan, permite la expresión de cada ser, sea cual fuese su inclinación o criterio personal sobre un tema y compartirlo con todos los seguidores. La red social establece entre los individuos lazos débiles, esenciales para compartir información y crear puentes entre subgrupos, pero no determinan la voluntad de los usuarios para movilizarse en torno a una acción, por lo que no se puede estar de en contra de este escenario, hay que buscar la manera de cuidar la privacidad y hacerse responsable de la información que se comparte a través de estos medios.

Frente a la pérdida de la facilidad de expresión de los usuarios producto del reinado de las imágenes sugerentes de información, pero sin escritura alguna, esta red obliga a sus seguidores a tener ideas y expresarlas claramente de manera muy breve pero entendible, directa, sugerente y que atraigan la atención de otros seguidores de esta red social, facilitando así la posibilidad de generación de síntesis, por una escritura de tipo telegrama por su forma de micro- blogging.

Como cualquier creación humana y sujeta a mejoras continuamente para satisfacción de todos, Twitter presenta una serie de debilidades que debemos conocer y enfrentar, así como contribuir a su mejora. El uso de esta red social no constituye por sí sola una amenaza, el verdadero peligro se encuentra en las personas que ocupan estos espacios con testimonios fabricados que manipulan mediáticamente a la audiencia, la cual cree en todo lo que les llega sin contrastar la realidad y lo peor es que se hacen resonancias de esta información sin comprobar la verdad, contribuyendo de esta manera a la guerra mediática que las grandes potencias crean a través de estos medios. De esta forma se manifiesta en una circulación la mayor parte de las veces, a modo de noticias vacías de contenido, o sea, no siempre de valor e innecesarias: por ende, los mensajes requieren ser abordados a fondo y desmitificados para observar si se trata de cuestiones realmente de importancia.

Esta red ha sido usada para una variedad de propósitos en diferentes industrias y situaciones. Por ejemplo, fue usada para organizar protestas, a veces referidas como «Twitter Revolutions», entre las que se encuentran la revolución egipcia de 2011, la revolución tunecina, las protestas electorales en Irán de 2009 y las protestas antigubernamentales en Moldavia de 2009. Los gobiernos de Irán y Egipto bloquearon el servicio como represalia.⁵

El servicio también se utilizó como una forma de desobediencia civil: en 2010, los usuarios quedaron indignados por el Twitter Joke Trial, donde Paul Chambers bromeaba con lanzar una bomba al aeropuerto Robin Hood Doncaster Sheffield, y en el debate británico privado en el mismo país un año después, donde varias celebridades que han tomado orden anónimas, más notablemente el jugador Ryan Giggs del Manchester United, donde fueron identificados por miles de usuarios en protesta por el periodismo tradicional siendo censurado. El uso de Twitter se ha incrementado en el mundo de la televisión, haciéndola más interactiva y social.¹²

Cada vez son más los mandatarios de todo el mundo que utilizan twitter para divulgar sus mensajes, por eso el uso que hacen de esta red social se ha vuelto prácticamente sistemático.



Fig. 1. Twitter del presidente venezolano @Nicolás Maduro



Fig. 2. Twitter de presidenta de Brasil, @Dilma Rousseff

En Cuba existen cuentas de twitter de instituciones que a través de estas facilitan información relevante relacionada con la promoción y prevención en salud, la

divulgación de eventos científicos para la superación de los profesionales y difundir los conocimientos para poner de relieve los médicos y las instituciones.



Fig. 3. Twitter de laRed telemática de salud en Cuba. @InfomedCuba



Fig. 4. Twitter de la Universidad Virtual de Salud. @UvsCuba



Fig. 5. Twitter de la Biblioteca Virtual de la salud en Cuba. @bvscuba

Consideraciones finales:

Twitter como medio de comunicación puede ser una bendición o una maldición, de acuerdo a cómo y quién la utilice. En particular hay que tener cuidado con Internet, porque a diferencia de otros medios, aquí la interacción entre los que los usan y los que los leen, es total. Habrá que alcanzar conciencia de que la alfabetización digital se basa menos sólo en el dominio de las herramientas y plataformas y más con el pensamiento superior y el desarrollo de competencias digitales, para enfrentar, desmitificar y optimizar, las múltiples caras de las tecnologías, la información, los contenidos, etc., para ser atesorados de modo comprensivo. Sin embargo, para sacar el potencial al máximo de las TIC, es preciso conocer sus ventajas e inconvenientes, por lo que se incluyen en el análisis que se presenta, algunas fortalezas y debilidades de esta red social, conocerlas es la forma más eficaz de aprovecharla. Profundizar en el tema y darle más complicidad a esta red social en Cuba, promover, informar, participar, son acciones que se logran con el esfuerzo y colaboración de todos los seguidores de esta red, ya sean de la salud o de cualquier otro sector.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

1. Anidjar S, Gun L, Luna J, Navarro L. Las Redes Sociales [Internet]. Argentina: Universidad Nacional de San Luis; 2009 [citado 19 Abr 2016]. Disponible en: <http://tecno.unsl.edu.ar/Tecno/Tecno%202009/trabajos%20finales/Las%20Redes%20Sociales.pdf>
2. Historia de Twitter [Internet]. [citado 2 Feb 2016]. Disponible en: http://www.cad.com.mx/historia_de_twitter.htm
3. Qué es Twitter y cómo funciona [Internet]. [citado 2 Feb 2016]. Disponible en: www.masadelante.com/faqs/twitter
4. Twitter - EcuRed [Internet]. [citado 2 Feb 2016]. Disponible en: <http://www.ecured.cu/Twitter>
5. Parcelis M. Función e innovación, el caso Twitter. Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad [Internet]. [citado 11 Feb 2016]; 9(25):

- [aprox 17 p.]. Disponible en: http://www.revistacts.net/files/Volumen%209%20-%20N%C3%BAmero%2025/Parselis_EDITADO.pdf
6. De Volder C, González Terán Y, Gabriel Gutiérrez F. Microblogging: el caso Twitter en bibliotecas argentinas [Internet]. [citado 11 Feb 2016]. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/18020/1/twitterporlasbibliotecasuniversitariasargentinas.pdf>
 7. Twitter – Wikipedia [Internet]. [citado 2 de febrero de 2016]. Recuperado a partir de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Twitter>
 8. Zhao D & Rosson MB. How and why people Twitter: the role that microblogging plays in informal communication at work. In: GROUP '09. Proceedings of the ACM 2009 international conference on Supporting group work. New York: ACM; 2009. p. 243-52.
 9. Nuttall Ch. What's Happening? A Lot, Says Twitter. 2009 Nov 20 [cited 2016 Feb 23]. In: FT Tech Hub Blog [Internet]. Available from: [say/http://blogs.ft.com/techblog/2009/11/whats-happening-a-lot-says-twitter-coo/](http://blogs.ft.com/techblog/2009/11/whats-happening-a-lot-says-twitter-coo/)
 10. Servicios que ofrece Twitter. 2011 Ene 8 [citado 12 Feb 2016]. En: Compufinal Blog [Internet]. Disponible en: <http://compufinal.blogspot.com/2011/01/servicios-que-ofrece-twitter.html>
 11. Crua C. Principales estadísticas de los usuarios de Twitter: ¿Cómo son y cómo se comportan con las marcas? [Internet]. Madrid: IEBS; 2016 [citado 12 Mar 2016]. Disponible en: <http://comunidad.iebschool.com/iebs/redes-sociales/estadisticas-usuarios-twitter-como-son/>
 12. Cobos TL. Twitter como fuente para periodistas latinoamericanos. Razón y Palabra [Internet]. 2010 Ago-Oct [citado 11 Abr 2016]; (73). Disponible en: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N73/Varia73/33Cobos_V73.pdf

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- Bunz M. Most journalist use social media such as Twitter and Facebook as a source [Internet]. Reino Unido: The Guardian; 2010 [cited 2016 17 Feb]. Available from: <http://www.guardian.co.uk/media/pda/2010/feb/15/journalists-social-music-twitterfacebook>
- Dickerson J. Don't fear Twitter [Internet]. Estados Unidos: Nieman Reports de la Universidad de Harvard; 2009 [cited 2016, 17 Feb]. Available from: <http://www.nieman.harvard.edu/reportsitem.aspx?id=100007>
- Distefano M. La década social: ¿por qué la gente usa Facebook? Sitio lanacion.com, apartado Tecnología. [Internet]. [citado 17 Feb 2016]. Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/1660933-la-decada-social-por-que-la-gente-usa-facebook>
- Gutiérrez P. Facebook: los hitos más importantes de sus diez años [Internet]. [citado 4 Mar 2016]. Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/1660996-facebook-los-hitos-mas-importantes-de-sus-diez-anos>

Grader M. ¿Por qué los periodistas deberían usar Twitter? [Internet]. España; 2010 [citado 19 Feb 2016]. Disponible en: <http://www.trecebits.com/2010/02/18/¿por-que-losperiodistas-deberian-usar-twitter>