

Tercer Congreso de la Asociación Argentina de Humanidades Digitales. La Cultura de los Datos. Asociación Argentina de Humanidades Digitales, Rosario, 2018.

De una comunicación en red a una socialidad moldeada por plataformas.

Comba, Silvana, Toledo, Edgardo, Duyos, Luciano y Strá, Sebastián.

Cita:

Comba, Silvana, Toledo, Edgardo, Duyos, Luciano y Strá, Sebastián (2018). *De una comunicación en red a una socialidad moldeada por plataformas. Tercer Congreso de la Asociación Argentina de Humanidades Digitales. La Cultura de los Datos. Asociación Argentina de Humanidades Digitales, Rosario.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/aaahd2018/16>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eDOo/nmu>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

De una comunicación en red a una socialidad moldeada por plataformas

*Silvana Comba¹, Edgardo Toledo²,
Luciano Duyos³ y Sebastián Strá⁴*

Resumen

Hasta no hace mucho tiempo, las redes sociales seguían poniendo el centro de interés en el usuario y facilitaban la realización de actividades comunitarias. Pero Facebook y Twitter que, en un principio, se ofrecían como foros de discusión e intercambio de opiniones entre ciudadanos, entre pares, gradualmente se fueron convirtiendo en plataformas donde la socialidad la definen sus propietarios. En este sentido, las redes sociales hoy son sistemas automatizados que inevitablemente diseñan y manipulan conexiones. “Para poder reconocer aquello que las personas quieren y anhelan, Facebook y las demás plataformas siguen el rastro de sus deseos y reducen a algoritmos las relaciones entre personas, cosas, ideas.” (Van Dick, 2016). La *cultura de la conectividad* evolucionó como parte de una transformación histórica mayor, caracterizada por el replanteo de los límites entre lo público, lo privado, lo íntimo y lo corporativo. En los últimos diez años, las normas de la socialidad online cambiaron de manera drástica y todavía se muestran fluctuantes. A lo largo de este trabajo exploraremos estas nuevas socialidades y a los nuevos movimientos sociales

¹ Universidad Nacional de Rosario

² Universidad Nacional de Rosario

³ Universidad Nacional de Rosario

⁴ Universidad Nacional de Rosario. seminariociber@gmail.com

y cómo interactuamos como ciudadanos en esta ecología de medios basada en plataformas. Para visualizar y comprender el fenómeno desde las mismas prácticas situadas analizaremos dos casos. Uno relacionado a los usos de una aplicación en los museos de la ciudad de Rosario y el otro será a partir de la experiencia de adultos mayores y el acceso a la *ciudadanía digital*.

Introducción

El proceso de informatización y de espectacularización del capital y los supuestos logros de la nueva economía están generando procesos de reorganización territorial, simbólica y normativa de la vida social. Esto da lugar a amplias diferencias entre clases y grupos sociales, nuevas contradicciones entre unidades económicas integradas y espacios geográficos específicos que deben ser reformulados:

Toda conceptualización teórica sobre el interfaz *Ciudadanía/Nuevas Tecnologías de la Información* pasa por abordar el marco de conflictos y contradicciones que atraviesan los procesos de acceso y apropiación local de la tecno-cultura, considerando, desde una visión crítica, tanto el papel de las políticas públicas y las nuevas formas de dominio y control social que inaugura el Capitalismo Cognitivo, como las potencialidades y emergencias del nuevo proceso de mediación social (Sierra Caballero, 2016, p.60).

Hasta no hace mucho tiempo, las redes sociales seguían poniendo el centro de interés en el usuario y facilitaban la realización de actividades comunitarias. Pero Facebook y Twitter, que en un principio se ofrecían como foros de discusión e intercambio de opiniones entre ciudadanos, entre pares, gradualmente se fueron convirtiendo en plataformas donde la socialidad la definen sus propietarios. En este sentido, las redes sociales hoy son sistemas automatizados que inevitablemente diseñan y manipulan conexiones. Para poder reconocer los gustos y preferencias de los usuarios, Facebook y las demás plataformas siguen el rastro de sus deseos y reducen a algoritmos las relaciones entre sujetos, bienes e ideas (Van Dick, 2016).

Una historia crítica del surgimiento de estas plataformas nos permitirá entender las tensiones que se producen hoy hacia el interior del ecosistema de medios en que operan estas plataformas y entre los usuarios. La exploración

de las distintas dimensiones –técnicas, sociales, económicas y culturales– de los medios sociales permitirá dilucidar de qué manera los cambios producidos en la escena de los medios sociales han modificado sustancialmente nuestra experiencia de la socialidad *online*, pero también *offline*.

La interconexión de las principales plataformas de medios sociales tuvo por resultado un ecosistema de medios *conectivos*, conformado por emprendedores (de la cultura del garaje americano) que luego devinieron en poderosos empresarios. El paso de una comunicación en red a una socialidad moldeada por plataformas, y de una cultura participativa a una cultura de la conectividad, ocurrió en un corto plazo (Van Dijck, 2016).

La conectividad evolucionó hasta volverse un recurso valioso, ya que se encontraron métodos para codificar toda la información que generaban los usuarios en las plataformas y se tradujeron en algoritmos. Estos algoritmos contribuyen a moldear una forma particular de socialidad online que ahora se torna un bien redituable, creando un mercado global de medios sociales y contenidos generados por los usuarios. Las plataformas más grandes e influyentes –Facebook, Twitter, *YouTube* e *Instagram*– experimentaron una verdadera explosión en la cantidad de usuarios y en su potencial de generar dinero. Estas empresas de comunicación concentradas:

[...] se mostraron menos interesadas en conformar una comunidad de usuarios que en obtener acceso a sus datos personales (un subproducto inevitable de establecer conexiones y sostenerlas en el medio online) (Van Dijck, 2016, pp. 18-19).

Los creadores/propietarios de las plataformas, en un intento retórico, insisten en asociar la palabra *social* a estos nuevos medios, dando por sentado que estas plataformas ponen el centro de interés en el usuario y facilitan la realización de actividades comunitarias. Así como también usan el término *participativo* para hacer hincapié en la colaboración humana.

Sin duda es válido entender a los medios sociales como sistemas que facilitan o potencian, dentro de la web, redes humanas; es decir, entramados de personas que promueven la interconexión como un valor social. Las ideas, valores y gustos de los individuos son contagiosos, y se esparcen a través de redes humanas; sin embargo, éstas también afectan los

modos de hacer y pensar de los individuos que las conforman. En igual medida, los medios sociales son sistemas automatizados que inevitablemente diseñan y manipulan las conexiones. Para poder reconocer aquello que las personas quieren y anhelan, Facebook y las demás plataformas siguen el rastro de sus deseos y reducen a algoritmos las relaciones entre personas, cosas e ideas. De esta forma, lo social parece abarcar tanto la conexión (humana) como la conectividad (automática), confusión alimentada por muchos CEO en una deliberada ambigüedad (Van Dijck, 2016, pp. 29-30).

En los últimos diez años, las normas de la socialidad online cambiaron de manera drástica, y todavía se muestran fluctuantes. Los patrones de comportamiento existentes en la socialidad *offline* (física) se mezclan cada vez más con las normas sociales y sociotécnicas generadas en el entorno *online*, que adquieren así una nueva dimensionalidad. Las reglas en cuanto a los modos de *compartir* información privada y recibir publicidad personalizada, por ejemplo, eran muy distintas en 2004, al inicio de la web 2.0, de lo que son ahora.

La cultura de la conectividad evolucionó como parte de una transformación histórica mayor, caracterizada por el replanteo de los límites entre lo público, lo privado y lo corporativo. El término *plataforma*, como expone Tarlton Gillespie (2010), tiene múltiples significados: las plataformas son conceptos computacionales y arquitectónicos, pero pueden también entenderse de manera figurativa, en un sentido sociocultural y político, como espacios políticos e infraestructuras performativas. Según la teoría del *actor-red*, una plataforma, antes que un intermediario, es un mediador: moldea la performance de los actos sociales, no sólo los facilita. En términos tecnológicos, las plataformas son proveedores de software (en algunos casos), hardware y servicios que ayudan a codificar actividades sociales en una arquitectura computacional. A la vez procesan (meta) datos mediante algoritmos y protocolos, para luego presentar su lógica en forma de interfaces amigables con el usuario, ofreciendo configuraciones por default que reflejan las elecciones estratégicas de los propietarios de la plataforma.

A medida que adquiere una participación cada vez mayor en la estructuración del mundo, el software “también se repliega, y se vuelve cada vez más difícil prestarle atención, en tanto se encuentra imbricado, oculto, bajo la

superficie, como algo tan sólo olvidado” (Berry, 2011). El desafío es hacer visible la capa oculta y mostrar de qué manera el software cuantifica y mide cada vez más la vida social y cotidiana. El software ayuda a traducir las acciones sociales en lenguaje computacional y viceversa: a convertir el lenguaje computacional en acción social. Amazon, por ejemplo, codifica los gustos de sus clientes y su comportamiento de compra, así como LinkedIn lo hace con las conexiones entre profesionales o trabajadores en búsqueda de empleo y empleadores; luego, estas plataformas traducen estas actividades sociales codificadas en directivas programadas, destinadas a guiar el comportamiento del usuario.

La sociedad de la información es una sociedad descentrada

En este contexto, surge la necesidad de definir políticas regionales y locales en materia de comunicación y cultura, desde la voluntad política de afirmación de un modelo de desarrollo y de construcción de la ciudadanía alternativos a los modelos vigentes. De ahí la emergencia de nuevos movimientos sociales cuyo soporte son los medios sociales. De lo local a lo global, del Estado-nación a la economía-mundo, la historia del capitalismo es la historia de la ampliación y modificación de las condiciones espaciotemporales de desarrollo social que, en el ámbito de la comunicación, se traduce en la alteración de los parámetros espaciotemporales en la experiencia del sujeto moderno.

Como resultado de lo que Giddens denomina el *fenómeno de desanclaje*, prototípico de la modernidad, podríamos afirmar que, a mayor escala del capitalismo, mayor influencia de la comunicación. Muestra de esto es el fenómeno del marketing urbano que asigna a la publicidad y a las estrategias de imagen pública de las ciudades, la compleja tarea de posicionamiento y desarrollo económico del espacio social y cultural.

La sociedad de la información es una sociedad descentrada. Nos encontramos, como señala Ulrich Beck, ante un nuevo entorno que poco tiene que ver con el espíritu positivo de la Ilustración y sus modelos de previsión social, entre otras razones porque la naturaleza del cambio es complejo y difícilmente manejable. Una sociedad de riesgo, pero también de oportunidades que tiende a producir lecturas muy pesimistas sobre la posibilidad de construcción de alternativas colectivas de progreso.

La ciudad digital oscila en una contradicción o paradoja compleja. En una cultura en la que todo habitar es provisorio, un puro efecto de flujo, la

ciudadanía se obtiene por trasmigración, por recorrido y conversión. No se pertenece a una comunidad u otra por origen o estancia, se tiene la marca instantánea del circular del encuentro fortuito (Brea, 2007). No hay fronteras ni límites a los flujos. Los actores sociales transitan continuamente, su cultura es una cultura nómada, construida en muchos casos en tierra de nadie. Cada vez es más difícil territorializar y, sin embargo, es necesario anclar la experiencia, fijar los límites, no de lo físico, sino de lo enunciable.

Nos encontramos con un nuevo modo de ciudadanía, en una comunidad sin sedes ni territorios. La metrópoli es hoy la república de la multitud, un espacio problemático, complejo y conflictivo. En este escenario, debe analizarse la microfísica de potentes procesos productivos de subjetividad que surcan este nuevo entorno urbano y virtual. Los medios sociales constituyen hoy un espacio de comunicación pública en el que se establecen normas y se discuten reglas. Las primeras, según la teoría de Michel Foucault (2014), constituyen el *cemento social y cultural* de las leyes y regulaciones jurídicas. El poder de las normas, en el área de la socialidad, es mucho mayor que el de la ley y el orden. Los métodos contemporáneos de poder son aquéllos que funcionan no ya por el derecho, sino por la técnica; no por la ley, sino por la normalización; no por el castigo, sino por el control (Foucault, 2014).

David Harvey advierte que tenemos otras alternativas posibles y necesarias que, desde una perspectiva crítica, han de ser fijadas como estrategia o alternativa teórica a la hora de pensar la ciudadanía, la comunicación y la cultura urbana en el escenario descrito anteriormente (Harvey, 2013). Pensar la cibercultura y la ciudad tiene implicaciones que exigen integrar aspectos del desarrollo urbano que van más allá de los que fijaba la visión de lo público en la modernidad.

Los nuevos movimientos sociales

Los movimientos sociales constituyen una forma dinámica y flexible de reconstitución de la identidad colectiva, fuera del ámbito de la política formal. Los nuevos movimientos sociales se estructuran a partir de: la constitución y organización informal en redes; la construcción de valores y creencias compartidas; el desarrollo de la acción social en áreas de conflicto; y la independencia de las actividades del colectivo frente a la esfera institucional (Revilla, 1994).

La acción social es el fruto del valor añadido que los actores asignan a las señas de identidad, entendidas como interactivas y compartidas, es decir, más como proceso que como producto. Desde esta perspectiva, los movimientos sociales son conceptualizados como espacios simbólicos de producción, regidos por un código, un lenguaje, una expresividad propia y, en última instancia, por una identidad que determina y orienta el sentido último de la acción. Melucci (1994) distingue tres dimensiones elementales de los movimientos sociales:

1. Las estructuras cognoscitivas relativas a los fines, medios y ámbitos de acción.
2. Las relaciones entre los actores que negocian, se comunican y adoptan colectivamente las decisiones operativas.
3. Las inversiones emocionales, las plusvalías afectivas que invierten los actores.

Los ciudadanos que participan en los movimientos sociales actúan a partir de la información a la que socialmente pueden acceder y que, en muchas ocasiones, el propio grupo les proporciona, configurando a través de múltiples mediaciones su actitud, sus aspiraciones y su comportamiento. Es a través de un proceso de contrato comunicativo, en el diálogo y la participación pública, como se crean nuevos códigos culturales y posibles alternativas simbólicas, en el momento de construcción de la identidad común. Hoy este proceso se complejiza por la acción de los nuevos medios de interacción social.

Los movimientos sociales pueden ser concebidos como sistemas de comunicación estructurados en múltiples redes de relaciones sociales, donde los grupos formales actúan como nudos encargados de recepcionar y retransmitir los mensajes que propician las movilizaciones tendentes a reivindicar tanto cuestiones concretas y puntuales, como genéricamente nuevos modelos culturales, siempre performativamente. En otras palabras, los movimientos sociales son sistemas de acción que operan en campos socioculturales que limitan y ofrecen determinadas posibilidades de transformación del contexto tanto en el plano físico de ocupación como en la articulación proactiva del ciberespacio o mundo virtual (Sierra Caballero, 2016, p. 79).

El sentido que atribuyen los nuevos movimientos sociales a la acción social sitúa epistémicamente a la comunicación como un potencial eje transformador que puede vertebrar localmente las posibilidades de éxito de los

proyectos sociales. La comunicación se constituye en uno de los principales medios de intervención y transformación social. De este modo, los ciudadanos logran reconocerse y reconocer socialmente a *los otros* gracias a los medios digitales distribuidos de representación e intercambio.

Los procesos de hibridación cultural y de reorganización del universo simbólico, producto de un mercado en imparable progresión globalizadora, han generado, por necesidad, nuevos modos de asentamiento de las identidades culturales, fragmentando los discursos grupales en la intersección entre lo masivo, lo culto y lo popular desde el dominio de los nuevos medios de interacción y comunicación social (Sierra Caballero, 2016, p. 80). Para visualizar y comprender el fenómeno desde las mismas prácticas situadas a continuación tomaremos dos casos, uno en relación a los usos de una aplicación en los museos de la ciudad de Rosario y el segundo sobre adultos mayores y el acceso a la *ciudadanía digital*.

Caso Adultos mayores y el acceso a la *ciudadanía digital*

En este caso trataremos el acceso a la *ciudadanía digital* en adultos mayores. El análisis será a partir del dictado de talleres del programa *Adultos Mayores* de la UNR. En primer lugar, creemos necesario aclarar que cuando hablamos de adultos mayores y comunicación digital por lo general tendemos a pensar en la categoría acuñada por Marc Prensky de *nativos e inmigrantes digitales*, sin embargo, nosotros entendemos que tomar solamente el criterio etario es muy determinista. Consideramos que sirvió en su momento como metáfora para comprender los cambios que se estaban produciendo, pero hoy no nos permite dar cuenta de situaciones más complejas.

Habría que describir dos conceptos claves: por un lado, el de *ciudadanía digital* y por otro el de *adultos mayores* como un paradigma emergente. Cuando hablamos de *ciudadanía digital* podemos pensarla como la condición de aquellos individuos que pertenecen a la sociedad informacional/digital y utilizan la tecnología para desarrollar distintas actividades en su vida cotidiana.

En este sentido, “las TIC se convierten para los mayores como una oportunidad de seguir integrados en la sociedad” (Agudo Prado, Fombona y Pascual, 2013, p. 11). Por ende, la inclusión digital puede inscribirse como una dimensión transversal para la integración social de acuerdo a los principios en favor de las personas de edad ya enunciados en 1991 por las Naciones

Unidas: independencia, participación, cuidados, autorrealización y dignidad (Organización de las Naciones Unidas, 1991).

Por el otro lado, el paradigma emergente plantea una mejor relación del envejecimiento con la actividad y riqueza de redes vincular y social. De este modo, están cambiando las formas de envejecer. Este cambio da un lugar diferente a las personas mayores en la sociedad y a la apropiación de las tecnologías digitales. Es por eso que hay que abordar el fenómeno desde la noción de brecha digital o exclusión digital ya que nos permite pensar un marco para plantearlo en términos de inclusión social, aplicación de derechos y empoderamiento.

Desde esta perspectiva, las TIC permiten –a los adultos mayores- la oportunidad de ser integrados en la sociedad (Casamayou, 2016). Pero esa oportunidad no tiene por qué ser lineal ni continua y puede presentarse en diferentes trayectos.

Estos diferentes trayectos pueden ser representados a través del siguiente esquema (Figura 1), el cual propone 4 tipos y 2 dimensiones: por un lado la instrumental y las destrezas en el uso, y por el otro la atribución de sentido.

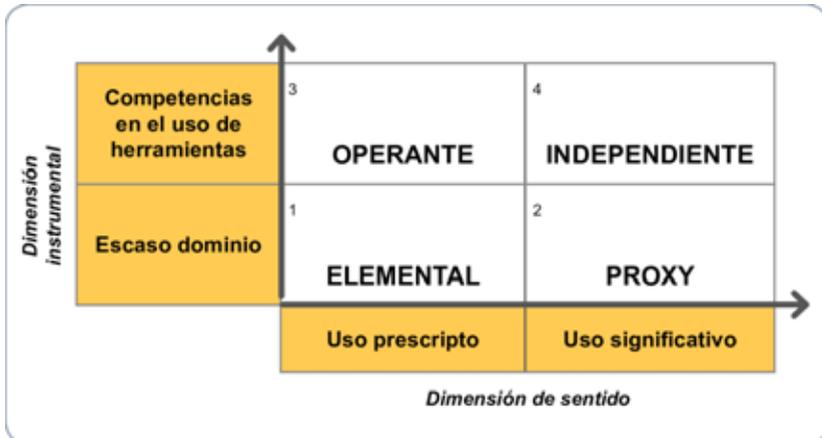


Figura 1. Trayectorias de apropiación. Extraído de Casamayou y Morales González (2017, p. 205)

Casamayou y Morales (2017) nos explican el esquema de la siguiente manera, el cuadrante 1, Elemental, se refiere a quienes inician un proceso de familiarización con las tecnologías o que, por desuso, no desarrollan habili-

dades. El cuadrante 3, Operante, incluye a quienes tienen habilidades en el manejo de los artefactos tecnológicos, pero no presentan diversificación ni creatividad en su uso. Estos dos grupos presentan como estrategia de apropiación la Asimilación funcional (Alonso, 2010) asumiendo pasivamente las prácticas *incrustadas* en la tecnología. El cuadrante 3, Proxy, encuadra a personas que significan positivamente las TIC en relación a proyectos propios, pero recurren a otras personas para concretarlos porque tienen insuficientes habilidades y destrezas en su empleo práctico. En los cuadrantes 2 y 4 las estrategias de apropiación, siguiendo la tipología de Alonso (2010) serían de Incorporación racional, uso con visión crítica; y de Conversión o Reapropiación personal, con transformaciones al objeto y sus aplicaciones según los intereses, necesidades y visiones propias. El cuadrante 4 denominado Independiente, se caracteriza por la autonomía en el uso de la tecnología -dimensión instrumental-, y la construcción de significado que posibilita procesos creativos, productivos y con impacto social (Casamayou y Morales González, 2017, pp. 205-206).

Entendemos, siguiendo a estas autoras, que este modelo incorpora la consideración del nivel de autonomía en el uso de la tecnología y lo relaciona con la dimensión de significado. Por ello, el desafío para las políticas de inclusión digital consiste entonces en promover por un lado las competencias instrumentales y por el otro la construcción de sentido respecto a la comunicación digital, pero esas dos dimensiones interactúan configurando diferentes formas de apropiación.

Caso: Rosario, ciudad creativa, ¿ciudad inteligente?

En el marco dado por las transformaciones vinculadas a la ciudadanía digital y a las estrategias del Estado para conformarse en un actor decisivo, analizamos los usos de una aplicación móvil desarrollada por la Municipalidad de Rosario. La aplicación *Museos Municipales de Rosario* tiene como principal objetivo vincular la idea de relación reticular digital y la noción de ciudadanía considerando el patrimonio artístico e histórico y el espacio público como un territorio de aprendizaje.

A partir de este corpus, nuestra intención fue elaborar un repaso por las nociones de movilidad y espacio público integradas a las prácticas culturales

digitales de la ciudad de Rosario. Este repaso incluyó también un abordaje de las ideas de participación y colaboración en la construcción de los espacios físicos y digitales que esas prácticas culturales pueden implicar.

La aplicación móvil *Museos Municipales de Rosario* muestra toda la información del museo Castagnino+Macro, el Museo de Arte Decorativo Firma y Odilo Estevez, el Museo de la Ciudad Vladimir Mikielievich, el Museo de la Memoria y el Museo Experimental de Ciencias.

Intentamos desentrañar, a partir del análisis de la aplicación, la lógica de acceso de información cultural en el contexto de las conformaciones digitales actuales. Entendemos que la lógica digital dialoga con la conformación de un nuevo tipo de lazo social entre el Estado y las y los ciudadanos.

El análisis de la aplicación contó con una exploración cuantitativa de los usos que fuimos contrastando con los testimonios de algunos trabajadores y trabajadoras de los museos, sobre todo de las áreas de comunicación y de coordinación.

Un conjunto de datos que consideramos significativo para nuestro abordaje indaga el tiempo de duración de la sesión en la aplicación. Allí pudimos obtener algunos indicios sobre los tipos de usos de Museos Municipales de Rosario.

De 975 sesiones iniciadas en durante el año 2017, 711 sesiones duraron de 0 a 3 minutos. Por ello podemos decir que casi el 73% de los usuarios no realiza todo el trayecto de la muestra, sino que usa la aplicación de forma esporádica y con la intención de buscar datos puntuales de resolución inmediata.

De hecho, solamente el 8.7% de las sesiones iniciadas duran entre 10 y 30 minutos. Fragmento de tiempo en el que podemos conjeturar que la aplicación acompañó una buena parte del recorrido por los museos. La duración media de la sesión es de 4 minutos con 4 segundos.

Otro conjunto que elegimos destacar tiene que ver con el flujo de comportamiento de los usuarios en la sesión. De aquí se desprende que, de las 919 sesiones iniciadas en Android, 219 ingresaron solo a la primera pantalla. Es decir, que un 23.8% prácticamente no interactuaron en la aplicación. De las 700 sesiones que accedieron a la segunda pantalla, 447 fueron a la sección *visita*, que podría implicar activar la aplicación para realizar el recorrido en el museo o al menos informarse del mismo. No obstante, de la totalidad de sesiones iniciadas en el periodo del 1 de enero al 31 de diciembre de 2017, el 50.7% llegó a la cuarta pantalla. El promedio del recorrido de los usuarios es llegar a la 6ta pantalla de la aplicación.

De esto, podemos advertir que el flujo de comportamientos no da indicios de un recorrido lineal por una institución en particular: por ejemplo, transitar de la pantalla de inicio del museo a la pantalla *visita*, de allí a *información* o a los objetos de las muestras. Al contrario, el flujo de recorrido indica que, de las 919 sesiones iniciadas, 447 van a la sesión *visita*, es decir un 48.63% y de allí 234 sesiones van hacia *objetos* de las diferentes colecciones.

Ese número representa un 25.46% del total. El resto de las sesiones iniciadas se desvían hacia contenidos de otros museos. Por ejemplo, del total de sesiones iniciadas en la pantalla del Museo Estévez, el 27% van al Museo de la Ciudad, del total de las sesiones iniciadas en el Museo Castagnino, el 26.44% van a la pantalla del Macro, y del total de las sesiones del Macro, el 28.94% van al Castagnino. Podemos deducir aquí que es probable que la app se utilice en tiempos cortos, para encontrar información precisa y sobre todo por fuera de los museos.

Referencias bibliográficas

- Berriel, F., Pérez Fernández, R., y Rodríguez, S. (2011). *Vejez y envejecimiento en Uruguay. Fundamentos diagnósticos para la acción*. Montevideo: Ministerio de Desarrollo Social.
- Berry, D. (2011). *The Philosophy of Software: Code and Mediation in the Digital Age*, Londres: Palgrave.
- Brea, J. L. (2007). *Cultura_RAM*. Barcelona: Gedisa. Recuperado de <http://bit.ly/2FQnR36> el 08/05/2019.
- Casamayou, A. y Morales González, M. J. (2017). Personas mayores y tecnologías digitales: desafíos de un binomio. *Psicología, Conocimiento y Sociedad*, 7(2), 199-226.
- Foucault, M. (2014). *Historia de la sexualidad, Vol. 1, La voluntad de saber*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Gillespie, T. (2010). The politics of platforms. *New Media and Society*, 12(3), London: Sage Publications.
- Harvey, D. (2013). *Ciudades rebeldes. Del derecho a la ciudad a la revolución urbana*. Madrid: Akal. Recuperado de <http://bit.ly/KTgRkl> el 08/05/2019.
- Melucci, A. (1994). Asumir un compromiso: Identidad y movilización en los movimientos sociales. *Revista Zona Abierta*, 69, Madrid.

- Prensky, M. (2001). *Nativos e Inmigrantes Digitales*. Traducción, SEK. Recuperado de <https://bit.ly/2w6wfW6> el 08/05/2019.
- Organización de las Naciones Unidas. (1991). Principios de las Naciones Unidas en favor de las personas de edad. Resolución 46/91. Recuperado de <https://bit.ly/2YhHZQ7> el 08/05/2019.
- Revilla, M. (1994). El concepto de movimiento social: acción, identidad y sentido. *Zona Abierta*, N° 69, Madrid. Recuperado de <http://bit.ly/2yBGjVI> el 08/05/2019.
- Sierra Caballero, F. (2016). Cibercultura, ciudad y nuevos movimientos urbanos. En J. Candón Mena y L. Benítez Eyzaguirre (Eds.), *Activismo digital y nuevos modos de ciudadanía: Una mirada global*, (pp. 60-95). Barcelona: InCom-UAB Publicacions. Recuperado de <https://bit.ly/2vKW24D> el 08/05/2019.
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores. Recuperado de <http://bit.ly/2FF5vC6> el 08/05/2019.