

Consolidación de las redes sociales en Latinoamérica



Efraín Londoño Tamayo

Resumen

La participación de los jóvenes en las redes sociales dejó de ser una posibilidad para convertirse en su principal herramienta de expresión e identidad. Un análisis a esta realidad y algunos ejemplos de los movimientos sociales creados desde las redes sociales es el objetivo de este artículo. La idea es presentar una visión panorámica de las posibilidades de expresión y movimiento social que existen en las redes sociales, desde la percepción de los jóvenes. Si bien los jóvenes siempre han querido generar un cambio, ahora hay una conciencia juvenil para efectuar una transformación y movilización social. En estas líneas hay unos ejemplos sobre cómo es posible ese cambio en la sociedad latinoamericana.

Palabras clave: red social, plataforma, Millenials, movimiento político, transformación, expresión, Latinoamérica.

Según un estudio europeo realizado por Euro RSCG Worldwide Knowledge Exchange, "Millennials and Social Media", publicado a finales de 2010, las redes sociales son una plataforma de expresión y una herramienta de transformación social. El 92 % de los Millennials que viven en Estados Unidos, Reino Unido, Francia, India y China, piensan que el mundo debe cambiar y el 80% consideran que el cambio está en sus propias manos. Ellos consideran que los medios sociales enriquecen sus posibilidades de cambio. El 50% está de acuerdo con que ellos tienen más posibilidades de cambio en comparación con sus padres cuando eran jóvenes. Solo 16% estaba en desacuerdo con lo anterior.

Así como la participación de las jóvenes generaciones dentro de las redes sociales aumenta, la expectativa de un cambio en la conformación de la sociedad en el siglo XXI parece una realidad. Sin embargo, ¿qué sucede con los Millennials de Latinoamérica? En lugares marginados, ¿habrá iniciativas a través de las redes sociales que sean parte del cambio? ¿Cómo podría contribuir la participación de los jóvenes latinoamericanos en la composición de la sociedad global? Aquí presentaremos algunos casos estudiados en Colombia que reflejan el poder de transformación social que las redes sociales están alcanzando.

El 61% de los Millennials cita a los medios sociales como el nuevo "poder de los jóvenes"¹. Por tanto, hay elementos para pensar que no estamos ante una moda pasajera, sino ante un fenómeno con implicaciones a largo plazo². La participación de los jóvenes en las redes sociales dejó de ser una posibilidad para convertirse en su principal herramienta de expresión e identidad. Desde una visión positiva, las posibilidades de expresión y movimiento social que existen en las redes sociales son múltiples y crece cada día cuando los intereses se masifican. Si bien, los jóvenes siempre han querido generar un cambio a lo largo de la historia, ahora hay una conciencia propia de los mismos jóvenes sobre cómo hacer realidad ese posible cambio³.

El mundo y especialmente los jóvenes están tomando un rol protagónico en el desarrollo global de las nuevas tecnologías de la información. Para algunos, pensar en la vida, alejados de la pantalla del computador, del teléfono celular y de la televisión es imposible. El contexto global tiene cada día más influencia y repercusiones dentro de las costumbres juveniles en los diferentes continentes, no es una realidad particular, es un mundo interconectado, es una generación global.

En el pasado, los movimientos juveniles en las décadas del 50 y del 60 influyeron en el futuro de la sociedad. Cuando en la sociedad de post guerra, apareció "youth consciousness" –la conciencia de los jóvenes– la juventud enfrentó activamente desde la educación y la política el momento coyuntural y creó un movimiento anti-guerra. Posteriormente en los EE.UU. y



1 Artículo: Euro RSCG Worldwide Knowledge Exchange Millennials and Social Media, 2010 URL= http://www.eurorscgsocial.com/wp-content/EuroRSCG_Millennials+SocialMedia.pdf Consultado 29 de marzo 2011

2 Ibid. p. 15

3 Este trabajo es el resultado de la reflexión planteada en la línea Sociedad de la información y el conocimiento del Grupo de Investigación en Comunicación Urbana, GICU, de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana, liderado por la Doctora Beatriz Elena Marín Ochoa.

en el Reino Unido los hippies buscaron el poder en la imaginación; en Francia el espíritu de Mayo del 68 incursionó y en China, se dio una revolución cultural⁴.

Actualmente, existen circunstancias mundiales que reúnen a los jóvenes. El cambio climático global, la protección animal, la pirámide poblacional invertida en los países más desarrollados, la visión de un futuro incierto y la distancia en edad con otras generaciones hacen parte de los interrogantes bajo los cuales los "Millenials" son conscientes del cambio que necesita el mundo y sobre todo de la responsabilidad que tienen ellos para alcanzarlo. Pero ¿cómo hacer un cambio? ¿Cómo influir en los jóvenes del mundo? Para ellos, el poder está en las redes sociales y su identidad es lo digital donde construyen su propio lenguaje y las expresiones pueden transformar el entorno.

El término "Millenials" que hace referencia a milenios, precisamente describe a los jóvenes que serán los protagonistas de este milenio, las edades de estas personas están entre los 18 y los 25 años. Los resultados del estudio de Euro RSCG *Worldwide Knowledge Exchange* son contundentes.

Cuando se preguntó por la identidad de esta generación y su principal diferencia con las anteriores, sólo el 15% escogió "Mi generación es la más informada" y el 5% escogió "Mi generación es *greener*". Sin embargo, el 40% escogió "Mi generación es más digital" haciendo de lo digital el factor diferenciador. En proporciones, los resultados son más altos en los Estados Unidos con 53%, Reino Unido 49% y Francia 46%. El número en China y en India es menor con 25% y 28% respectivamente, porque en estas naciones para los jóvenes la diferencia es que "Mi generación es más global" (34% en China y 31% en India)⁶.

En cuanto a los resultados del estudio Euro RSCG a la pregunta sobre usted cree que el mundo necesita un cambio, 92% de los jóvenes están de acuerdo y sobre el interrogante "Mi generación tiene el poder para realizar el cambio, 91% de los *Millenials* en India están de acuerdo, en EE.UU. 88%, en China 83% y en Francia el 80%. Ahora, ¿cuál es el poder de cambio? ¿Cómo esta generación puede transformar el mundo? Según Euro RSCG, 86% en India cree que las redes sociales

tienen el poder de cambio, 73% en Reino Unido y 72% en EE.UU.⁷.

Pero, ¿cómo están constituidas las redes sociales? ¿Qué les da a los jóvenes una identidad? ¿Cómo acceden a ellas? Son algunos interrogantes que a lo largo de este análisis se intentarán contestar. Los jóvenes tienen una percepción propia sobre las posibilidades que los medios sociales brindan a los usuarios. La participación activa y la configuración de contenidos no necesita de expertos, son los mismos usuarios quienes proponen las ideas y configuran grupos de interés con el fin de entablar discusiones, debates y argumentaciones sobre temas de actualidad. Los movimientos sociales, las grandes compañías, las universidades, los gobiernos y diferentes instituciones comienzan a invadir las redes sociales con el fin de aprovechar el potencial de esta herramienta tecnológica.

Las redes sociales

Una red como plataforma de comunicación posee una serie de elementos característicos. Desde la perspectiva de la comunicación para el desarrollo, la activación y la acción permanente de una red de comunicación se compone de hilos, nudos y huecos.

Los Hilos: son los mecanismos y estrategias que enlazan a los diferentes nudos de manera que "tocar un nudo haga vibrar a toda la red" (medios tradicionales y medios apropiados como los electrónicos, la radio, los impresos, los video-foros, la imágenes, los mensajes, entrevistas, chats⁸).

Los Nudos: son personas y organizaciones de la sociedad (comunidades, proyectos, iniciativas, profesores, comunicadores, autoridades locales), como contrapartes externas (organizaciones y personas dedicadas a la comunicación que compartan objetivos comunes⁹).

Los Huecos: representan la tarea de selección de prioridades, interpretación y priorización temática para el trabajo de la red. Se trata de aprender a priorizar en red y a actuar conjuntamente sobre temas de interés común. *Los Huecos* simbolizan la capacidad de aprender en el trabajo, de reconocer y actuar de manera

4 Artículo: Euro RSCG Worldwide Knowledge Exchange Millenials and Social Media, 2010 URL= http://www.eurorscgsocial.com/wp-content/EuroRSCG_Millennials+SocialMedia.pdf Consultado 29 de marzo 2011 p. 13

5 Término utilizado para designar a los jóvenes que tiene afinidades con el cuidado del medio ambiente y la protección animal.

6 Ibid. p. 12

7 Ibid. p.18

8 Artículo: Almeda, Vilma: Palabra y acción para la movilización URL=<http://foros.uexternado.edu.co/ecoinstitucional/index.php/comciu/article/viewFile/1839/1645> Consultado 29 de marzo 2011 p. 44

9 Ibid. p. 44

oportuna y apropiada sobre prioridades colectivas utilizando los medios de la forma más eficiente y viable¹⁰.

El desarrollo de las redes sociales ha involucrado a los jóvenes desde diferentes perspectivas. Si bien al principio se presentó una crisis, una ruptura con el pasado, los intereses de los adultos que inicialmente se preocupaban por el tiempo de uso de las tecnologías por parte de los más jóvenes, es ahora una ventana al mundo juvenil. En las redes sociales el número de usuarios se incrementaba exponencialmente, los perfiles y las conversaciones no dejaban de girar alrededor de lo que había pasado el fin de semana. Los contactos entre los usuarios eran superficiales y parecían no influir en las costumbres culturales.

Sin embargo, el poder de estas redes sociales empieza a mostrar ambientes de cambios profundos, *los huecos* se están jerarquizando dentro de las redes y *los hilos* cada vez remueven y concientizan a *los nudos*, los generadores de contenidos, los *Millenials* que pretenden transformar el entorno actual. Sin duda, quienes participan en el medio digital evidencian el alcance que tiene la conexión global de estas redes y las repercusiones sociales del presente permiten predecir que a largo plazo habrá cambios significativos.

Ahora bien, las redes sociales tienen una estructura particular que bien vale la pena analizar. Los participantes de las redes administran un perfil donde suben fotografías, videos, expresan ideas, responden interrogantes y constantemente entablan relaciones con personas de cualquier lugar del planeta. Una iniciativa propuesta por un solo usuario puede desencadenar respuesta en miles de millones de personas de todo el mundo. Ese eco o réplica de la información levanta una nube de difusión que puede perfectamente ser causa de acciones solidarias de transformación. Esas acciones pueden ser movimientos sociales, estructurados con sentido y conciencia.

Con respecto al usuario, según un estudio realizado en Santiago de Chile titulado, "Soy Digital 2010" para el usuario ya no es "un problema de tecnología", porque ellos ya están hablando entre sus pares sobre las múltiples experiencias que viven minuto a minuto. Un 47,9% de las personas recomienda sitios, videos o aplicaciones a sus cercanos, un 45% sube fotos y/o videos a Internet, y un 34,7% administra o colabora con un blog, sitio web o foro; lo que nos habla de usuarios ávidos en la producción y consumo de medios digitales¹¹.

10 Ibid. p. 45

11 Artículo: SOY DIGITAL 2010: Reporte sobre consumo digital en Chile, URL= <http://soydigital.ayerviernes.com/wp-content/>

My Space fue una red social que nació en octubre de 2003 en Estados Unidos, creada por Tom Anderson y Chris DeWolfe. El objetivo inicial del sitio era ofrecer a los músicos independientes espacio en internet para publicar sus creaciones. Con el tiempo pasó a ser un hogar para millones de personas, donde publicaban fotos, videos, canciones y blogs; un sitio para expresarse y comunicarse con otros usuarios. En 2009, contaba con 165 millones de usuarios en todo el mundo, de los cuales 12 millones eran europeos¹².

La red pionera en Internet comenzó como una tienda de subastas y comercio electrónico, desde sus inicios Ebay.com ha dependido completamente de sus usuarios, que son los que ponen a la venta o compran productos de todo tipo. En diciembre de 2006, eBay contaba con 222 millones de usuarios registrados en su plataforma de comercio electrónico. En ese año obtuvo ingresos por 600 millones de dólares, 31% más que en el 2008. Sus beneficios alcanzaron los 1.100 millones de dólares¹³.

Mark Zuckerberg un joven de 22 años creó en 2004 la red social más popular, Facebook, en los Estados Unidos. Esta red en 2007 contaba con más de 19 millones de usuarios activos¹⁴ y a finales de 2010, tenía más de 500 millones. Según Euro RSCG *Worldwide Knowledge*, los *Millenials* gastan 700 millones de minutos interactuando en la red, por mes. Al menos 30 millones de piezas con contenido son compartidas por los usuarios cada mes y el 70% de los usuarios no son estadounidenses y 150 millones de usuarios activos acceden desde su teléfono celular –los usuarios que participan desde su teléfono celular son dos veces más activos que los usuarios que acceden desde su computador.

De igual forma, en *Twitter* según cifras de Euro RSCG hasta junio de 2010, 93 millones de usuarios visitaron *Twitter.com*, aumentando en un 109% las visitas con respecto al año anterior. De igual forma, en el Mundial de Sudáfrica, después del triunfo de Japón 3 por 1 ante Dinamarca, se rompió el record, llegando a 3.282 mensajes por minuto¹⁵.

uploads/2011/01/reporte-experiencias-consumo-digital.pdf
Consultada el 29 de marzo de 2011. p. 9

12 NAFRÍA, Ismael. Web 2.0. *El usuario el Nuevo rey de Internet*. Barcelona, Gestión 2000; 2008 p.174

13 Ibid. p.172

14 Ibid. p.176-178

15 Euro RSCG Worldwide Knowledge Exchange *Millenials and Social Media*, 2010 p. 9-10

Aunque la arquitectura de la red parte de la estructura de Internet, los perfiles, los grupos, los seguidores y las iniciativas no solo están dentro de los conocidos medios sociales. Comienzan también a aparecer redes sociales independientes que políticamente son más activas y que a través del software libre escalan posiciones. *Los nudos* que a su vez emiten información y establecen las conexiones están promoviendo acciones puntuales, aumentando la oferta de medios sociales abiertos y diversificando las formas de pensamiento. Un desarrollo humano pluralista y con libertades de expresión que enriquece el panorama social, el activismo político y la defensa de los derechos del hombre.

Poder de cambio

Ya no sólo los jóvenes hacen parte de estas redes, otras generaciones también incursionan para hacer parte de la transformación del mundo que estas tecnologías permiten. Es un panorama inmenso que dejó de ser una teoría y se convirtió en una movilización social con una conciencia definida. Que tiene una identidad más allá de las fronteras territoriales y que abre las puertas a la pluralidad y al desarrollo humano con sentido social y libertad de expresión.

En las elecciones presidenciales de Irán en 2009, diferentes usuarios iraníes de las redes sociales inconformes con el candidato elegido, Mahmoud Ahmadinejad, lideraron la revolución verde, a través de *Twitter*, el mundo se enteró de la situación política. Aunque el gobierno bloqueó el acceso a Internet y a las redes sociales, los mensajes y videos fueron capturados por teléfonos celulares. El mundo interconectado se solidarizó con Irán y las marchas en diferentes países no se hicieron esperar, el movimiento político iniciado por los *Millenials* y replicado desde diferentes lugares del mundo levantó una nube de acciones para detener la represión política y el bloqueo masivo a la libertad de expresión.

En 2011, los movimientos de presión política en contra de los sistemas dictatoriales del Oriente son otro ejemplo. En Egipto las comunidades digitales incentivaron y apoyaron la caída del régimen impuesto durante 41 años por Mohamed Hosni Mubarak, y de igual forma las acciones en Libia por parte de los opositores al régimen de Muamar el Gadafi, que le han dado la vuelta al mundo. Las réplicas en las redes sociales han ejercido presión para el derrocamiento de sistemas políticos que condenan las libertades, entre ellas la libertad de expresión. El constante movimiento de estas tecnologías está influyendo en un nuevo orden mundial.

Movimiento social en Latinoamérica

De la misma forma, hay acciones que surgieron con iniciativas en las redes sociales e impactaron al mundo. Erika Salamanca escribió en su perfil de *Twitter*: "Debemos hacer una marcha de protesta contra las Farc, no más *shows*", el 4 de marzo de 2011, fecha en la que en 2008 de igual forma por las redes sociales se realizó una manifestación pública en contra de las Farc. Ese mensaje llegó a los colombianos de otros países y la movilización causó efecto en millones de personas de diferentes continentes. El movimiento social es un fenómeno de las redes sociales.

Es importante aclarar el concepto de movimiento social, y se define como "una colectividad que actúa con cierta continuidad para promover o resistir un cambio en la sociedad (o grupo) de la que forma parte"¹⁶. En cada momento histórico, "la movilización social da cuenta de un proceso que, desde lo cotidiano, busca influir en los modos de pensar, decidir, actuar, e imaginar un proyecto de sociedad garantizando la participación de sectores diferentes"¹⁷. Por consiguiente, si lo que se desea es sensibilizar e informar para la acción, deben considerarse tres variables: el objetivo; los sujetos que pueden suscitar movilización; y, la participación ciudadana, en tanto que



16 Artículo Marín, Margarita: *Movilización social una apuesta en el mundo de la vida*. URL= <http://foros.uexternado.edu.co/econstitucional/index.php/comciu/article/viewFile/1837/1643>. Es la definición de Turner y Killian, retomada por Federico Javaloy, et al. *Comportamiento colectivo y movimientos sociales*, España, Prentice Hall, 2001, p. 39. Consultado el 29 de marzo de 2011 p.10

17 Art. Marín, Margarita: *Movilización social una apuesta en el mundo de la vida*. URL= <http://foros.uexternado.edu.co/econstitucional/index.php/comciu/article/viewFile/1837/1643> Universidad Externado de Colombia. p.10: Unicef. (2006). *Abogacía en medios y movilización social*, en [www.unicef.org/argentina/spanish/cuadernillo-6.pdf]. (Consultada 7 de marzo de 2009),

posibilita la incidencia en la política pública¹⁸.

Actualmente, las redes sociales tienen un poder inmenso para movilizar, para consolidar una herramienta de expresión y acción que antes no tenía un efecto tan contundente. Y si bien las redes sociales, en su mayoría tienen capturada la atención de los jóvenes, algunos de ellos sin edad para votar, estamos ante una posibilidad de cambio a largo plazo porque estos jóvenes en un tiempo determinarán el rumbo de las sociedades, del mundo, del planeta.

En Colombia, específicamente en Medellín, producto de la plataforma que ofrece la red, la joven Catalina Ramírez fue la gestora de un proyecto que presentó a *Global Voices* un programa de la Universidad de Harvard, y que al mismo tiempo envió a *Rising Voices*. El proyecto se titulaba Video Barrio. Sin embargo, la iniciativa que tuvo éxito en *Rising Voices* compartió el premio con otro proyecto presentado por Juliana Rincón y Jorge Montoya, jóvenes residentes en otra área periférica de la ciudad. Así unieron esfuerzos y nació *HiperBarrio*.

HiperBarrio es un medio ciudadano anclado en una comunidad territorial, donde se producen contenidos de la comunidad para que a través de la Web sean difundidos para todo el mundo. Jóvenes visionarios emprendieron talleres de producción audiovisual e incursionaron con sus historias en escenarios de las redes, como los blogs, los videos, las imágenes. En un sector donde hay un orden social complejo, las iniciativas para generar un cambio en la comunidad lograron alcances inimaginables.

En 2007, se creó el blog *ConVerGentes*, un sitio donde se publicaban historias, noticias y hechos narrados por sus protagonistas, en palabras de sus creadores: "El objetivo es generar cohesión social, permitir que la gente se haga preguntas y se exprese. Cuando uno puede expresarse se liberan muchas cosas, se hace más sano y se convive mejor", expresa Catalina Ramírez. Para ella, "Lo que hizo *HiperBarrio* fue conectarlos con el mundo, nos permitió mostrar que teníamos un lugar en él y pudimos interactuar con otros pares en lo global y en lo local", dice Gabriel Jaime Vanegas.



Este propósito de visibilizarse en la esfera global cobró mayor impulso cuando *HiperBarrio* recibió el galardón Nica de Oro, otorgado por *Prix Ars Electrónica* en la categoría comunidades digitales. En esta modalidad, que otorgó 10 mil euros y la estatuilla dorada de la diosa Nica, en la que también fue premiada *Wikipedia* en 2004¹⁹.

"Por medio de *blogs, podcasts* y videos en *DotSub* y *YouTube*, aprendemos a reflexionar críticamente y a publicar nuestras experiencias, sentimientos y puntos de vista. Los principales intereses del proyecto son el periodismo ciudadano, la memoria histórica y cultural de nuestras localidades, las Bellas Artes, la libre expresión y la Cultura Libre y abierta para todos"²⁰.

Fue una propuesta que se elaboró en una comunidad marginada por problemas sociales pero que en la red encontró, con sus jóvenes como pioneros, un espacio de inclusión, de expresión y de identidad. Es un proyecto que se consolida en la medida que son sus habitantes los que quieren trabajar para conectar sus experiencias con el entorno global. Es un ejemplo más del alcance a futuro de los *Millenials* cuando son conscientes del cambio y la transformación que tienen entre sus manos.

No obstante, en la política colombiana existe otro ejemplo de movimiento social a través de las redes sociales, donde lo jóvenes son protagonistas. Por Internet la campaña de las elecciones presidenciales del 30 de mayo de 2010 generó un dinamismo de expresión en la red que nunca antes se había logrado. El candidato del Partido Verde, Antanas Mockus, llegó a ser el séptimo político con más seguidores en *Facebook* a nivel mundial²¹.

En febrero, el candidato verde no superaba el 3 % en la intención de voto, estaba rezagado, detrás del oficialista y ex ministro de Defensa Juan Manuel Santos y de la conservadora Noemí Sanín. Pero el uso de las nuevas tecnologías y la espectacular actividad de sus

19 Mazo César: *Medios Ciudadanos en la Red*, trabajo de investigación de Especialización en Comunicación Digital, Universidad Pontificia Bolivariana. 2010. p. 50

20 Ibid, p. 51

21 Artículo: Agencia Efe URL= <http://solidaridadjovenes.blogspot.com/2010/05/jovenessolidarios-redes-sociales.html> Consultada el 29 de marzo de 2011.

18 Ibid. p. 10

jóvenes seguidores en las redes sociales consiguieron que Mockus adelantara en tiempo récord a la mayoría de los aspirantes²².

Mockus alcanzó a ser el séptimo político que más seguidores en *Facebook*, con 611.762 fanáticos, según el portal *Facebakers.com*, que computa estadísticas de esa red social. Este "boom" virtual también le destaca como el político con el mayor aumento a nivel internacional de seguidores mensuales (352.123) y semanales (69.382)²³.

Pero si bien *Facebook*, con 9,6 millones de usuarios en Colombia, tiene una alta capacidad de movilización, *Twitter* aparece como otra de las herramientas más utilizadas en estas elecciones. Gracias al apoyo que ha recibido a través de esas redes, el ex alcalde de Bogotá, Antanas Mockus, un matemático y filósofo de 58 años, pasó en menos de cuatro meses de ocupar el último lugar en las encuestas a ser la pareja que disputó en la segunda vuelta la Presidencia de Colombia²⁴.

Transformación de la sociedad en el siglo XXI

Los medios sociales son el nexo de unión social que conecta a los *jóvenes* al instante, continuamente. Son un medio para establecer: conexión, conversación y movimientos sociales. De hecho, una gran parte de los jóvenes a nivel global considera que los medios sociales son una de las principales formas de estar conectado con el mundo. En general, los jóvenes se citan "más digitales" como la principal diferencia entre ellos y las generaciones anteriores. Sin embargo, en países como India y China, se consideran principalmente "más globales".

Los jóvenes son participantes activos en las noticias. Crean contenidos, conversaciones e historias intuitivamente, no necesitan la ayuda de ningún experto. Los medios sociales son una herramienta de cambio, una fuente de poder. No sólo aparecen redes sociales reconocidas, también existen estructuras sociales independientes que permiten la libre expresión y la diversificación de los contenidos, como factores de cambio y defensa de los derechos humanos.

La influencia cultural de las redes sociales y el desarrollo de las tecnologías de la información han modificado las formas de comunicación y el lenguaje de los

jóvenes, dándoles una identidad y una apertura a la libre expresión. No es que ahora los jóvenes nazcan con un "chip" para la tecnología, no, es su capacidad para utilizar las herramientas, es la habilidad con la que asumen su rol dentro del contexto de las redes sociales y es la tendencia actual que presiona a estar conectados permitiéndoles oportunidades de expresión, de intercambio de ideas y globalidad.

Definitivamente, las redes sociales se han convertido en una plataforma de comunicación y de acción social que moviliza masas y que puede personalizar contenidos. No obstante, la percepción de los jóvenes hacia el poder de cambio es una inmensa posibilidad para llegar a los *Millenials* a través de iniciativas que se estructuran como una red social.

Si bien los *Millenials* incursionan con una percepción de cambio, en Colombia y en el mundo, diferentes iniciativas de expresión en las redes sociales no sólo están generando pluralismo e identidad, también consolidan oportunidades de transformación en el tejido social con repercusiones en el futuro. La libertad de expresión en la plataforma de las redes sociales es un avance social que contribuye al dinamismo de una tolerancia pacífica.

Bibliografía

Nafría, Ismael. *Web 2.0, El usuario el Nuevo rey de Internet*. Barcelona. Gestión 2000. 2008

Barret, Edward/ Redmond, Marie. *Medios contextuales en la práctica cultural, la construcción social del conocimiento*. España, Paidós, 1997

Mazo, César. *Medios Ciudadanos en la Red, prácticas de empoderamiento HiperBarrio, Colombia*, trabajo de grado, especialización periodismo electrónico, Universidad Pontificia Bolivariana, 2010

Almeda, Vilma Rocío. *Palabra y Acción para la movilización*, Universidad Autónoma de Occidente, Cali, pp. 42-51 URL= <http://foros.uexternado.edu.co/ecoinstitucional/index.php/comciu/article/viewFile/1839/1645>

Estudio realizado por Euro RSCG *Millenials and Social Media*, 2010 URL= http://www.eurorscgsocial.com/wp-content/EuroRSCG_Millennials+SocialMedia.pdf

Estudio: SOY DIGITAL 2010: Reporte sobre consumo digital en Chile, Ayer Viernes, 2010 URL=

22 Ibid.

23 Ibid.

24 Ibid

<http://soydigital.ayerviernes.com/wp-content/uploads/2011/01/reporte-experiencias-consumo-digital.pdf>

Marín, Margarita. *Mobilización social una apuesta por la vida*, Universidad Externado de Colombia, Bogotá pp.6-17 URL= <http://foros.uexternado.edu.co/ecoinstitucional/index.php/comciu/article/view-File/1837/1643>

Artículo: Agencia de Noticias internacional Efe: **Jóvenes solidarios Redes Sociales Revolucionan elecciones presidencial en Colombia** URL= <http://solidaridadjovenes.blogspot.com/2010/05/jovenessolidarios-redes-sociales.html>