

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**TESIS DE GRADO**

Usos y apropiaciones de la Red Social Facebook: entre el control y la vigilancia en la era global. **Caso:** Estudiantes de cuarto año de la Facultad Comunicación Social de la Universidad Internacional SEK.

María Augusta Yépez Riofrío

Director: Xavier Brito

Quito- Ecuador

Agosto, 2010

## Índice

Introducción.....	9
-------------------	---

### CAPÍTULO I

1. Primera Entrada .....	12
1.1 La comunicación en el mundo contemporáneo.....	12
1.2 Un nuevo paradigma: De lo industrial a lo informacional.....	20
1.3 Los cambios tecnológicos de la información.....	21
1.4 Nuevas tecnologías de la Información y la Comunicación.....	28
1.5 Comunicación Mundial.....	31
1.5.1 El Internet: La red de redes.....	35
1.5.1.1 Origen militar de Internet.....	35
1.5.1.2 Uso de Internet por civiles .....	38

### CAPÍTULO II

2. Encuentros y desencuentros en las Redes Sociales .....	42
2.1 Conceptos básicos e historia de las Redes Sociales.....	42
2.2 Las Redes sociales en Internet .....	49
2.2.1 Seis grados de separación .....	52
2.3 Comunidades Virtuales: Aplicación de las Redes sociales.....	55
2.3.1 Correo Electrónico.....	58
2.3.2 Sistemas de Chat y Mensajería Instantánea.....	60
2.3.3 Blogs .....	64
2.3.4 Redes P2P .....	66
2.4 Encantos y contrariedades de las Redes Sociales en Internet .....	66
2.5 Paradojas .....	69
2.5.1 Cibersexo.....	70
2.5.2 Una sociedad vigilada: El Panóptico.....	74
2.5.2.1 La gran oreja .....	82

2.5.3	El Sinóptico .....	84
2.5.4	Multiplicación del yo.....	86
2.5.4.1	Los Yoes .....	89
2.6	Las Redes Sociales más utilizadas .....	91
2.7	Facebook.....	92
2.7.1	Historia del Facebook.....	93
2.7.2	Utilidades y aplicaciones que ofrece Facebook .....	94
2.8	Redes sociales y Facebook en el Ecuador.....	102
<b>CAPÍTULO III</b>		
3.	Estudio de Caso de Investigación.....	115
3.1	Caso Concreto.....	115
3.2	Segmentaciones.....	115
3.3	Usos de Redes sociales y Facebook.....	120
3.4	Hábitos “ <i>on-line</i> ” de los usuarios de Facebook.....	126
<b>CAPÍTULO IV</b>		
4	4. Facebook y las organizaciones en el mundo global .....	134
4.1	Clientes externos y Facebook .....	135
4.1.1	Reputación “ <i>On-line</i> ” .....	135
4.1.2	Nueva propuesta de Marketing.....	138
4.1.3	¿Cómo se da el Marketing en Facebook? .....	139
4.2	Clientes internos y Facebook .....	143
4.2.1	Redes informales de comunicación .....	143
4.2.2	Productividad del personal .....	147
4.2.3	Relación Facebook y productividad .....	149
4.3	Aplicación de Facebook en Organizaciones .....	152
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....		156
BIBLIOGRAFÍA.....		160
ANEXOS.....		165

## **Resumen de la tesis**

Este trabajo de investigación muestra un análisis de una de las principales herramientas de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's): Las Redes Sociales en Internet que hoy han tomado un papel muy importante dentro de la vida tanto pública como privada de gran parte de la humanidad.

Este escrito expone las fortalezas como también las debilidades de la famosa red social: Facebook y presenta un análisis profundo acerca de ésta tomando en cuenta los nuevos tipos de interacciones entre las personas, la formación de nuevas costumbres y culturas en línea, los motivos que impulsan a las personas a unirse y buscarse en el Internet, etc.; y también resume la importante interrelación que hay entre estas redes sociales y las organizaciones en la actualidad.

## **Abstract**

This research presents an analysis of one of the main tools of the New Technologies of Information and Communication Technologies (ICT): The Social Network in Internet that today has taken a very important role in the in private life as in public of all people.

This paper exposes the strengths and weaknesses of the leading social network Facebook and presents a deep analysis about it taking into account new types of interactions between people, the formation of new online customs and cultures, the motives people to join and browse the Internet, etc.; and also attempts to summarize the important interrelationship that exists between social networks and the organizations and companies nowadays.

## **Agradecimientos**

*Agradezco a Dios, por sus bendiciones;*

*A mis padres, por su dedicación, paciencia e infinito cariño siempre;*

*A mi hermana, quien ha estado junto a mí en todo momento;*

*A Pablo, mi mejor amigo, por su amor, compañía y apoyo incondicional;*

*A Xavier Brito, mi director de tesis, mis profesores y decana*

*Que siempre supieron darme una mano amiga*

*Y a todos quienes me ayudaron y acompañaron en este camino.*

## **Dedicatoria**

*Dedico este trabajo a Dios por brindarme todos los días el regalo de la vida y a mis padres y mis abuelos que siempre creyeron en mí y estuvieron allí para inspirarme.*

## **Declaratoria**

Yo, María Augusta Yépez Riofrío, con Número de cédula 172139688-3, declaro que la presente tesis es de mi propia autoría y que en ningún caso es copia total o parcial de alguna otra tesis u obra. Asumiendo de esta manera mi total responsabilidad y el plagio de la misma.

Firma

## **Introducción**

El tema de las redes sociales en Internet se encuentra en auge, gracias al poder comunicacional que ha surgido alrededor del Internet, la interacción social en línea juega hoy en día un papel cada vez más importante dentro de la organización social en su conjunto. Gracias a las redes sociales se han podido constituir comunidades virtuales, las que han concedido a los individuos trascender las fronteras del espacio y tiempo que caracterizaban a la interacción cara a cara, Es por esto que se hace menester el estudio de este tipo de interrelación que se da actualmente entre los individuos de diferentes culturas y las repercusiones sociales que se pueden dar tanto dentro del a vida privada como en la pública y laboral.

En la actualidad son muy pocos los estudios en Ecuador, acerca de este tema de interés, aumentando la brecha digital que existe es todavía considerable.

La finalidad que se persigue con esta investigación es dar un aporte y promover un debate académico y social dentro de la Universidad Internacional SEK, para poder identificar los pros y contras de la utilización de este tipo de redes virtuales aún dentro de la misma institución así como impulsar investigaciones futuras acerca de este tipo de temas.

En la primera parte del trabajo se podrá encontrar una breve descripción de las distintas escuelas de la comunicación desde las que se desarrolló este trabajo

investigativo, especialmente el estructuralismo y post estructuralismo así como una reseña del nacimiento y desarrollo de las TIC's.

En el segundo capítulo se puede encontrar una visión profunda de una de sus herramientas: las redes sociales en Internet; lo que se pretende es visibilizar los beneficios como la parte nociva de este tipo de redes, con dar una mirada más profunda dentro de ellas, sobretodo en una de las más importantes en la actualidad Facebook y hacer un análisis crítico de esta red. Desde un punto de vista poco tomado en el presente, tomando en cuenta la posición de Michael Foucault, filósofo y psicólogo francés fallecido en 1984, asociado a los movimientos post-estructuralistas fue profesor Colegio de Francia, en la cátedra Historia de los Sistemas de Pensamiento y uno de los pensadores más importantes en los relacionado al poder, el cuerpo, el orden y las exclusiones y discriminaciones de la sociedad, en las sociedades contemporáneas, sobre todo en los sistemas de vigilancia sobre el cuerpo y las acciones sociales, igualmente se abarcará el sinóptico propuesto por Bauman, presentes en la cotidianidad.

El tercer capítulo, se concentra en la investigación a los y las estudiantes universitarios, investigación basada en la recopilación de datos y análisis de los mismos, que se presentan como gráficos estadísticos.

Finalmente el último capítulo muestra la relación que puede darse entre Facebook y las organizaciones en la era actual porque al ser una tesis perteneciente a la carrera de

Comunicación Organizacional es menester incluir este tema no solamente como complementario sino como un tema de trascendental importancia a ser tomada en consideración por los comunicadores organizacionales de la actualidad.

# CAPÍTULO I

## 1. Primera Entrada

### 1.1 La comunicación en el mundo contemporáneo

El mundo contemporáneo se ha convertido en un escenario, en el cual la cultura, la ciencia y la tecnología y por ende la comunicación, se articulan redefiniendo de forma inédita los modos de ser y estar de los seres humanos en el mundo. En la última mitad del siglo XX concurren en un mismo espacio temporal tres importantes procesos que dieron como resultado una nueva estructura social y comunicacional, basada principalmente en *redes*. Los dos primeros procesos aluden tanto a la necesidad de flexibilizar la administración de la economía y la globalización del capital, y como la demanda de libertad individual en la sociedad, el tercer proceso se refiere a un adelanto tecnológico que ha pasado de ser un oscuro artilugio científico, a consolidarse como un nuevo paradigma de organización social: las redes. En efecto, en los últimos años del siglo XX los y las ciudadanas han sido testigos de la consolidación de Internet como el medio global por excelencia, y una parte indispensable en la vida de muchos seres humanos.

Las sociedades se han dinamizado vertiginosamente gracias al impacto de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación, TIC's, que han englobado a las

sociedades tanto en los centros como en las periferias. El uso y apropiación de las TIC's han modificado el concepto de espacio y tiempo, produciendo nuevas formas de organizaciones y de interacciones sociales, originando la posibilidad de simultaneidad entre diferentes grupos humanos sin importar barreras sociales como: lingüísticas, geográficas o históricas y también ha posibilitado la creación de espacios de encuentro.

La comunicación en Red, rebasa las categorías locales, nacionales para dar paso a una nueva forma espacial, cultural y eminentemente no geográfica, que comparten personas que pueden llegar a sentir las mismas experiencias entre ellas, configurando nuevas subjetividades y universos simbólicos.

Es en este nuevo universo simbólico donde se articulan nuevos sujetos y grupos sociales, esto implica la necesidad de repensar y analizar la formación de identidades que aparecen y comparten la producción, recepción y consumo de bienes simbólicos.

El mundo contemporáneo se muestra como un escenario lleno de complejidades bajo cualquiera de las denominaciones que se le ha asignado: Sociedad del Conocimiento, de la Información, de la Comunicación, en las diversas versiones que plantean pensadores de última generación como, Norbert Bolz, Manuel Castells, Anthony Giddens, Piere Lévy, Foucault, entre otros. Este mundo propone una definición totalmente distinta respecto de la constitución y el carácter de lo humano, su perfil se ha modificado, de la misma manera la visión teleológica de su existencia.

Como en ningún contexto histórico, esta nueva sociedad presenta como característica fundamental la intervención directa y determinación de todos, o casi todos, los órdenes de la vida cotidiana de los seres humanos por cualquier tipo de insumo tecnológico; la tecnología se ha vuelto un elemento omnipresente y, quizás, el de mayor importancia en nuestras vidas.

Los subsistemas que componen el gran sistema de lo social, que para el caso nos referimos específicamente a la cultura y la política, tienen como eje articulador y modelador a la comunicación. Ésta es la centralidad del mundo contemporáneo: en el plano de lo cultural ha determinado gran parte de las costumbres y ritualizaciones que actualizamos las personas, al igual que interviene en nuestros valores y en las valoraciones que permanentemente producimos del mundo.

Las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación TIC's están produciendo cambios insospechados, frente a la producción tecnológica que revolucionó la sociedad de principios de la Modernidad como fueron la imprenta y, posteriormente, la electrónica, que devino en telemática o informática, en los diferentes contextos que permitió la revolución industrial.

Los efectos y alcance, no sólo ocurren en el campo comunicacional sino que se articulan con una nueva estructura social, económica, laboral, jurídica y política. Y ello se debe a que no sólo se centran en la captación de la información, sino también en la posibilidad que se tiene de manipularla, almacenarla y distribuirla. Manuel

Castells describe estos nuevos modos de vida del siguiente modo: *“Las tecnologías de la comunicación están ampliando y cambiando, nuestra productividad, creatividad cultural y nuestro potencial de comunicación y al mismo tiempo está privando de sus derechos ciudadanos de las sociedades”* (Castells, 1996).

Se asume la premisa de que las categorías conceptuales propias de las ciencias de la información y la comunicación se muestran, en muchos casos, inadecuadas para explicar la naturaleza y el alcance de los fenómenos de la información y el conocimiento a la luz del surgimiento de un nuevo espacio-tiempo, que otorga contexto a una estructura socio-cultural signada cada vez más por el uso extensivo de las tecnologías telemáticas e interactivas, lo cual obliga a repensar los conceptos de sociedad y de hombre que se han utilizado históricamente en las ciencias de la información y la comunicación, vinculadas a su vez con las ciencias sociales y humanas.

Los problemas conceptuales que han impedido la realización efectiva del proceso de comunicación-mediación, por parte de las organizaciones sociales e conocimiento, están asociados con la concepción y percepción social que se tiene de éstas y de los profesionales que las dirigen. Por ello, para reposicionar la acción que desde estos espacios se debe realizar, es necesario adoptar drásticas decisiones sobre la concepción misma de las profesiones y los profesionales que las representan.

Esta concepción, debe verse más allá de una relación fría entre los sujetos emisores y los receptores, mediante el préstamo, suministro

de información, o realización de actividades y procesos técnicos, rutinarios y tradicionales, para dar cabida a una dimensión más dinámica y compleja, vinculada con la comunicabilidad, la relación, la mediación y facilitación no de documentos, sino de conocimientos, lo cual permitirá optimar los procesos de comunicación de la inteligencia social en el contexto regional, nacional e internacional (Páez, 1992).

Con el desarrollo de Internet nadie duda de que la humanidad está ante un nuevo espacio social en el que la comunicación está tomando diferentes rumbos y no simplemente ante un nuevo medio de información y comunicación. Un entorno de socialización donde el hombre crea su propia autoconciencia, se relaciona y siente.

Diferentes autores han pretendido conceptualizar los cambios que están afectando a las dimensiones del mundo como una red extensa de comunicación de puntos interconectados donde todos y todo está al alcance de la mano, una aldea global. De acuerdo con Martín Barbero:

Estamos habitando un nuevo *espacio comunicacional* en el que “cuentan” menos los encuentros y las muchedumbres que el *tráfico*, las *conexiones*, los *flujos* y las *redes*. Estamos ante nuevos “modos de estar juntos” y unos nuevos dispositivos de percepción que se hallan mediados por la televisión, el computador, y dentro de muy poco por la imbricación entre televisión e informática en una acelerada alianza entre velocidades audiovisuales e informacionales. (Barbero, Jóvenes: comunicación e identidad, 2002, pág. 1)

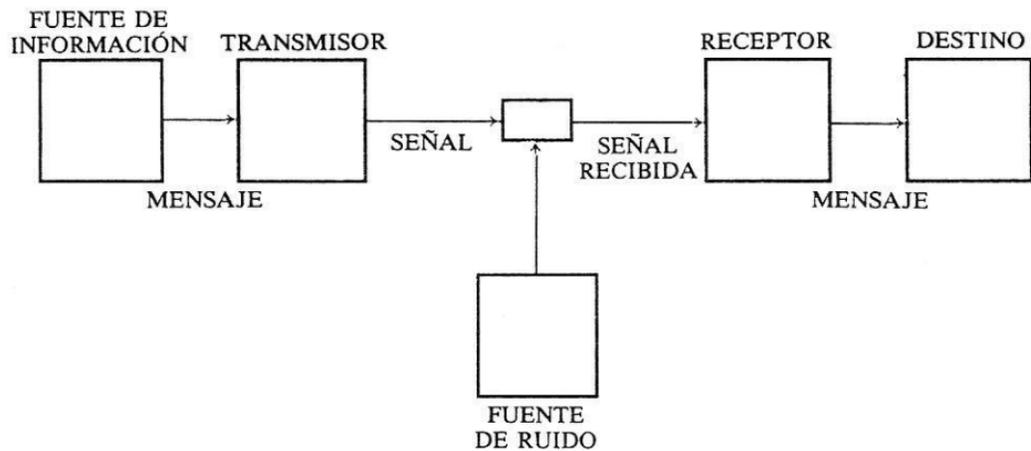
Entonces, todas las personas actualmente se encuentran en un espacio dominado por la virtualidad que nos dará una definición nueva del ser humano.

Desde estas perspectivas de cambio sociales y culturales también han tenido modificaciones desde su parte conceptual de las tres principales escuelas de la comunicación que son: el funcionalismo o escuela matemática de la comunicación, siendo sus máximos exponentes Shannon, Webber y Lazarsfeld, la escuela estructuralista con Saussure, Roland Barthes, y la teoría crítica llamada escuela de Frankfurt o marxista que tienen como exponentes Adorno, Hockraimer, Benjamin y Habermas. Las mismas que han contribuido para entender los procesos comunicativos a lo largo de la historia.

Cualquiera de estas 3 teorías puede ayudar a comprender los procesos sociales mencionados, la escuela funcionalista que abarca la comunicación lineal (emisor-mensaje-receptor) ayuda a comprender la interfaz tecnológica es decir máquina-hombre, la escuela estructuralista nos ayuda a entender todas las estructuras de nuevos lenguajes, de nuevos roles sociales en un mundo altamente tecnologizado, mientras que la última escuela puede ayudar a entender las nuevas formas de construcción no solamente de grupos de poderes económicos políticos sino que también ayuda a comprender nuevas formas de dominación (sobre todo de manera cultural), sin embargo se ha escogido las teorías estructuralistas y post estructuralistas de Michael Foucault para comprender esta nueva sociedad que se encuentra atravesada por los usos y las apropiaciones de las TICs; es decir hoy por hoy las TICs

pueden ser estudiadas por estas 3 escuelas y por otras incluida la latinoamericana encabezada por Martín Barbero.

El profesor de la Universidad de Barcelona Miguel Rodrigo Alcina, describe el siguiente modelo de la comunicación desde el punto de vista funcionalista.



Miguel Rodrigo explica el modelo anterior diciendo:

El modelo de Shannon y Weaver aunque se centraba en un aspecto concreto de la comunicación: la eficacia en la transmisión de mensaje, sin embargo se partía de una concepción amplia del fenómeno comunicativo. Weaver (1981: 20) consideraba la comunicación como el “conjunto de procedimientos por medio de los cuales un mecanismo (...) afecta a otro mecanismo.”. Como puede apreciarse esta idea sintoniza perfectamente con uno de los elementos fundamentales del proceso de comunicación como es su capacidad de influencia.

Para el Estructuralismo la sociedad se compone de manera que tiene establecidas reglas o estructuras, las que dan un sentido a los acontecimientos, que, a al mismo tiempo, son el producto de las normas que los seres humanos han adoptado en sociedad y que les que permiten pensar en común los mismos significados. Así, los mensajes se dividen para enviarse a cierta parte de la sociedad y para limitarse a otra.

El enfoque Estructuralista acerca de la comunicación, sostiene que los sentidos engañan, y por lo tanto, la comunicación debe asimilarse mediante la construcción de estructuras lógicas, que admitirían descubrir las interrelaciones que crean el sentido y las reglas que constituyen a las normas sociales.

Así, los seres humanos se encuentran acoplados dentro de estructuras, las mismas que sirven como pautas para informar la acción con los datos que se obtienen. De la misma manera, en el interior de los individuos están todas las reglas productoras de normas y signos sociales, aplicables a cada caso.

Blanca Muñoz desde una perspectiva de la teoría crítica, describe la comunicación como un proceso para *“tratar de establecer la estructura y función de ésta dentro del conjunto de las instituciones y de los sistemas normativos y simbólicos de la sociedad y de su interacción con el individuo y sus grupos”* (Muñoz, 2010, pág. 1).

Por otra parte Jesús Martín Barbero, describe el proceso comunicacional desde el estructuralismo como un proceso llamado recepción, que está conformado por las

resistencias y las distintas formas de apropiación de los contenidos de los medios. Así la comunicación viene a ser una cuestión de cultura, que exige revisar todas las turbulencias de los *mass media* con el objetivo de “*leer adecuadamente- y de manera crítica- las imágenes que se imponen sobre el texto o lo acompañan*” (Barbero, 2003, pág. 28).

## **1.2 Un nuevo paradigma: De lo industrial a lo informacional**

Durante más de doscientos años, la sociedad occidental estuvo estructurada de acuerdo al modo de progreso industrial. La revolución industrial supuso un cambio profundo en cuanto a la organización del sistema de producción pues se pasó de ser una sociedad artesanal y agrícola a una sociedad industrializada y eminentemente urbana.

Esta conversión económica como todas las revoluciones estuvo acompañada de cambios socio políticos. En la actualidad el estilo de desarrollo industrial está dejando al informacional, como lo afirma el sociólogo Marí:

“Las transformaciones de fondo tienen que ver con los nuevos modos de orientar la producción en la sociedad informacional. El nuevo sistema social emergente, más que promover el desarrollo industrial, busca como actividad prioritaria el acceso a la información y su posterior procesamiento, ya que ésta es la actividad que mayor nivel de beneficios genera” (Marí, 2002, pág. 22).

Los hechos y las tendencias que se generan en la esfera económica no se quedan ahí encerrados, en un mundo globalizado, como el actual, una de las características

principales que lo define es que el aspecto económico condiciona el reto de las esferas política, social y cultural, entre otras esferas sociales.

Tomas Kuhn, epistemólogo estadounidense, en su libro *La estructura de las revoluciones científicas*, atribuye a la palabra paradigma el siguiente sentido: “*Toda constelación de opiniones, valores y métodos, etc., compartidos por los miembros de una sociedad determinada*” (Kuhn, 1996, pág. 175). El paradigma hegemónico de una sociedad en una época determinada siempre es el pilar fundamental en el que se apoyan las actividades.

En base a esta información, los individuos son actores del surgimiento del paradigma informacional, que no solamente se queda en el espacio económico y en el de los medios de comunicación. Su influencia llega hasta las formas de conocer, de aprender, de organizarnos socialmente, de relacionarnos.

### **1.3 Los cambios tecnológicos de la información**

En las últimas cinco décadas del siglo XX, la sociedad ha experimentado una revolución de la tecnología de la información, fue después de la Segunda guerra mundial cuando se desarrollaron los principales avances en la electrónica y en las comunicaciones: surgió el primer ordenador programable; el transistor, fuente de la microelectrónica; el circuito integrado, etc.

El transistor inventado en 1947 en los Laboratorios Bell de Estados Unidos por John Bardeen, hizo posible procesar los impulsos eléctricos a un ritmo más rápido en un modo binario con lo que se logró la codificación de la lógica y la comunicación con máquinas y entre ellas (se denominan a estos dispositivos de procesamiento semiconductores y se los conoce como chips). A partir de allí se desató una descarga tecnológica *“Entre 1959 y 1962, los precios de los semiconductores cayeron un 58% y en los diez años siguientes la producción se multiplicó por veinte, el 50% de la cual fue para usos militares”* (Braun, 2003, pág. 120) .

Durante la década de los setenta el movimiento tecnológico, se dio de manera vertiginosa gran medida gracias al acelerado crecimiento de la tecnología de fabricación de productos destinados a los medios de comunicación, y se dando un impulso al perfeccionamiento del diseño de los chips destinados a la elaboración de computadoras, que requerían de dispositivos microelectrónicos más rápidos, eficaces y más económicos.

El poder de la microelectrónica se incrementaba. La capacidad informática iba en crecida inexorablemente,

El salto gigante hacia delante en la difusión de la microelectrónica en todas las máquinas llegó en 1971 con la invención efectuada por un ingeniero de Intel, Ted Hoff, del microprocesador, esto es, el ordenador en un chip. De este modo, el poder de procesar información podía instalarse en todas partes (Braun, 2003, pág. 65)

Los primeros ordenadores surgieron conjuntamente con la Segunda Guerra Mundial, a raíz de un afán por descifrar los códigos enemigos que ayudaban en cálculos de aviación, se inventaron aparatos de uso bélico con ese fin; pero aún mucho más importante que ellos eso fue que la mayor parte del esfuerzo aliado bajo el patrocinio del ejército estadounidense se concentró en los programas elaborados por algunas universidades del mismo país principalmente en el Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) y la Universidad de Pensilvania.

El primer computador electrónico pesaba 30 toneladas y ocupaba una superficie de un piso. Su consumo eléctrico era tan alto que la red eléctrica de Filadelfia chispeaba.

La primera presentación comercial de esta máquina primitiva (INIVAC-1), producida en 1951 (...) bajo la marca Remington Rand, tuvo gran éxito en el procesamiento del censo estadounidense de 1950 (...) la microelectrónica cambió todo esto al introducir una revolución dentro de la revolución. El advenimiento del microprocesador en 1971 con la capacidad de colocar un ordenador en un chip, cambió de arriba abajo el mundo de la electrónica y, en realidad el mundo. (Castells, 2002, pág. 69)

Hasta ese entonces, la informática era un asunto intrincado ya que gran parte de la población mundial no sabía cómo usar los computadores que necesitaban cientos de códigos para su funcionamiento. La empresa tecnológica informática Apple contribuyó a instituir una computación más amigable con su Macintosh lanzada al mercado en 1984, que introdujo una interfaz de fácil acceso y que estaba basada en el

ícono que originalmente fue desarrollada por Xerox en el Centro de Investigación de Palo Alto de California.

A la par con el desarrollo de los computadores también se daba un progreso en el software que se adapte al funcionamiento de los nuevos aparatos. El software para los computadores “*también surgió a mediados de los años setenta por el entusiasmo generado por Altair: dos jóvenes que habían abandonado sus estudios en Harvard, Bill Gates y Paul Allen, adaptaron el BASIC para que funcionara en la máquina Altair en 1976.*” (Castells, 2002, pág. 71) Una vez que se dieron cuenta de lo que eran capaces de realizar fundaron Microsoft, actual gigante del software que asciende de manera exponencial y monopolícamente.

A los avances de microelectrónica y programas operativos para los computadores hay que sumarle los avances realizados en cuanto a la capacidad de interconexión entre máquinas. Desde mediados de 1980 no se podía concebir un ordenador aislado pues actuaban en redes y con una traslación progresiva gracias a las computadoras portátiles.

Esta extraordinaria versatilidad, y la posibilidad de añadir memoria y capacidad de procesamiento compartiendo potencia informática en una red electrónica, cambió de forma decisiva la era del ordenador en la década de 1990 de un almacenamiento y procesamiento de datos centralizado a la utilización compartida de la potencia del ordenador interactivo en red. No solo cambió todo el sistema tecnológico, sino también sus interacciones sociales y organizativas. (Castells, 2002, pág. 71)

Otros cambios radicales se dieron en las telecomunicaciones por la interconexión de los computadores. Los adelantos en la optoelectrónica que no es más que la utilización de fibras ópticas y transmisión de datos por láser y en la tecnología de la transmisión de paquetes digitales ampliaron de forma enfática la conexión de ordenadores.

Toda esta revolución de la tecnología de la información tuvo su origen innegable en Estados Unidos, en el estado de California. Lógicamente científicos de otros países desempeñaron un papel significativo tanto en el descubrimiento, en el desarrollo como en la propagación de las recientes tecnologías.

Con el objetivo de entender los orígenes sociales de la revolución de la tecnología de la información nombrada anteriormente, es importante describir a Silicon Valley, que es parte del Condado de Santa Clara en Estados Unidos al sur de San Francisco, California que se convirtió a partir de la década de los setenta en *“un medio de innovación para la convergencia en ese sitio del nuevo conocimiento tecnológico; de un gran mercado de expertos ingenieros y científicos de las principales universidades de la zona”* (Castells, 2002, pág. 80) fue allí donde se desarrolló el circuito integrado, el microprocesador, el microordenador, entre otras tecnologías que fueron el soporte para la informática de hoy en día. Castells asegura que:

Los orígenes de la ubicación (...) de la industria electrónica en una agradable zona semirural de California del Norte pueden

remontarse hasta el establecimiento en 1951 del Parque Industrial de Stanford, realizado por el visionario decano de Ingeniería y vicerrector de la universidad, Frederick Terman. Había apoyado personalmente a dos de sus estudiantes doctorales, William Hewlett y David Packard, para crear una empresa electrónica en 1938. La Segunda Guerra Mundial fue una bonanza para Hewlett – Packard y otras empresas electrónicas que acababan de ponerse en marcha. Así que, naturalmente, fueron los primeros inquilinos de una nueva y privilegiada ubicación donde sólo las firmas que Stanford juzgara innovadoras podían beneficiarse de una renta de alquiler simbólica. Como el parque se llenó en seguida, las nuevas firmas electrónicas comenzaron a localizarse a lo largo de la autopista 101 hacia San José (Castells, 2002, pág. 80).

El hecho definitivo para el crecimiento de esta ciudad como centro de la electrónica mundial fue la contratación por parte de la Universidad de Stanford de William Shokley que es considerado el padre del transistor e impulsador de la microelectrónica, fue un prestigioso científico de los años cincuenta, después de haber soportado el rechazo de sus ideas de otros centros educativos en otras ciudades. Así, tan pronto Silicon Valley tuvo a su disposición el conocimiento, la energía de su orden industrial y la incesante integración de empresas nuevas lo avalaron en el resto del planeta como el centro mundial de la microelectrónica a comienzos de 1970.

A partir de allí se fueron sumando más productores e inventores de otras partes del mundo a contribuir con el crecimiento de la industria de la tecnología de la información. La agudeza de la compañías japonesas ha sido trascendente para la mejora de los procesos sobretodo de fabricación y manufactura en la electrónica y en la inserción de estas tecnologías en la vida cotidiana de las personas pues produjeron

equipos de similares características y prestaciones que los producidos a mayor costo en Estados Unidos de América, a demás de un aluvión de productos innovadores como los video juegos y los buscapersonas.

Desde los comienzos de la década de los setenta, la innovación tecnológica se orientó principalmente al comercio; sin embargo si no hubiera existido todos estos propietarios de empresas y sobretodo visionarios como los de Silicon Valley o los computadores clonados de Taiwan, *“la revolución de la tecnología de la información habría tenido características muy diferentes y no es probable que hubiera evolucionado hacia el tipo de máquinas tecnológicas (...) que se están difundiendo en todos los ámbitos de la actividad humana”* (Castells, 2002, pág. 87).

Lo que provoca una aceleración y difusión de la innovación tecnológica es la constante creación de empresas dedicadas a la producción y mejoramiento de los medios tecnológicos que surgieron gracias a la revolución tecnológica de la información; llevadas por la codicia y el ímpetu, escudriñan constantemente la industria buscando nichos de mercado en productos y servicios.

A causa de este imparable surgimiento a nivel mundial –sobre todo en los países desarrollados- *“de programas de macroinvestigación y extensos mercados desarrollados por el Estado, por una parte, y la innovación descentralizada por una cultura de creatividad tecnológica y modelos de rápido éxito personal, por la otra,*

*por lo que las nuevas tecnologías de la información llegaron a florecer” (Castells, 2002, pág. 87)*

#### **1.4 Nuevas tecnologías de la Información y la Comunicación**

La tecnología es un menester en la comunicación de hoy en día. Las tecnologías de la información y la comunicación y su utilización son una importante diferencia entre una civilización desarrollada y otra en vías de desarrollo. Éstas poseen la característica de reforzar nuestra comunicación como seres humanos. De acuerdo con Marí:

Cuando se habla de nuevas tecnologías de la información se está aludiendo a un conjunto de artefactos que, ensamblados, configuran un sistema técnico (compuesto de telefonía, satélites, redes e informática), y la materia con la operan es fundamentalmente la información (Marí, 2002, pág. 23)

Así se denominan a las TIC's, a la agrupación de elementos tecnológicos que conceden la toma, elaboración, acumulación, almacenamiento, tratamiento, transmisión, intercambio, recolección y revelación de mensajes contenidas en señales origen acústico, óptico o electromagnético.

Dentro del concepto general de las TIC's no solamente se puede se ubicar a la informática y sus tecnologías relacionadas como telemática y multimedia, sino también a los distintos medios de comunicación de todo tipo: los medios de

comunicación social mass media y los medios de comunicación interpersonales tradicionales con soporte tecnológico como el teléfono convencional y celular, agenda electrónica, fax, etc.

Las TIC's están directamente ligadas con el hecho de utilizar la tecnología para el servicio del ser humano que reduce los problemas de los individuos a su más mínima expresión a través de la reducción del tiempo y la automatización.

La presencia de las TIC's en los diferentes ámbitos de la vida cotidiana de la sociedad es cada vez más indudable: enviar un correo electrónico, comprar artículos en Internet, mantener una conversación por chat, mirar la televisión vía satélite o consultar el estado del tráfico vehicular desde el teléfono celular, retirar dinero del cajero automático, por citar algunos ejemplos, son acciones relacionadas directamente con el avance de las TIC's son cada vez más habituales e incorporadas a la sociedad de la información.

TIC's son un fenómeno social y tecnológico, que ha tomado importancia en todos los sectores de una gran parte de la humanidad, desde el profesional hasta el entretenimiento, los procesos de enseñanza y aprendizaje, la economía, etc. Además han impuesto una transformación en las relaciones interpersonales como: laborales, económicas, culturales y sociales, como también un cambio en la forma de pensar de los propios individuos.

Las TIC's permiten la descongestión de las tareas que, antiguamente, se concentraban en un espacio físico determinado, a causa de los enlaces y a la oportunidad de la conexión por computador en tiempo real, cualquier departamento de una empresa puede estar enlazado con otro sector de la misma pero en un lugar físico diferente.

El filósofo alemán, Norbert Bolz, afirma que *“las tecnologías de la comunicación surgen con una necesidad social de anexarse de la que ya nadie puede sustraerse. Hoy en día, al que no tiene casilla de correo electrónico se lo considera como un paria de la evolución de los medios”* (Bolz, 2006, pág. 26). Quien no sabe utilizar hojas de procesamientos de datos u hojas de cálculos o almacenar datos sean del formato que sean en un ordenador son relegados y considerados rezagados informáticos.

Como las TIC's han tomado tanta importancia dentro de la vida de los individuos, se hace necesario en todos los países tener una política de educación que incluya el estudio de las TIC's para entrar en igualdad de condiciones a este encuentro informático del que todos formamos parte, como plantean los sociólogos Mora y Rodriguez en un estudio realizado en el año 2006 que dice:

Frente a un futuro asociado ineludiblemente al uso de las TIC's, saber leer y escribir convencional es insuficiente para afrontar esta vertiginosa innovación tecnológica, requiriéndose una segunda alfabetización con nuevas formas de comunicarse y aprehender el

entorno. Un mundo asentado en la producción e intercambio de flujos informativos cada vez más instantáneos, cuya irrupción en el ámbito laboral, educativo, militar, científico económico, etc. Es arrollador. (...) Herramientas que día con día se renuevan en sus formatos y potencialidades obligando a sus usuarios a involucrarse en nuevos saberes, los cuales no solo abordan el manejo técnico del aparato sino a entender la lógica del procedimiento que incluye aprender a utilizar un lenguaje específico. (Mora & Rodríguez, 2006, pág. 74)

El protagonismo de las TIC's no habita solamente en los aspectos económicos, políticos o en la comunicación a través de medios audiovisuales, adquiere su real influencia hasta los rincones extremos de la vida cotidiana, se puede sostener que las TIC's tienen la intención de ser totalizantes, es decir, de llegar a todos los habitantes del planeta y envolver todos los espacios de la vida no solo pública sino privada de las personas. *“La tecnología pasa, entonces, de ser algo concebido al servicio de la persona a utilizar a la persona al servicio de grupos de poder que controlan el desarrollo tecnológico”* (Marí, 2002, pág. 35).

### **1.5 Comunicación Mundial**

La penetración de las tecnologías de la información en la vida cotidiana de los ciudadanos es, sin duda la nota más distintiva de la nueva comunicación mundial. Las fronteras espacio temporales se han desmoronado paulatinamente en las últimas décadas.

La globalización de la sociedad es un hecho innegable desde que inició en el siglo XVIII, la actual es una sociedad marcada por las tecnologías de la información porque están modificando los estilos de vida de los individuos, sus modelos de conducta, y sus hábitos, éste fenómeno sólo es entendible desde una perspectiva de una revolución tecnológica, que si bien afecta en todos los grados de la vida, es en el ámbito de la comunicación donde más secuelas está dejando a nivel mundial.

La figura de las TIC's en gran parte de las actividades económicas y sociales hacen que se las contemple, por una parte como un segmento de la cotidianidad y por otra, que gocen de admiración por su capacidad de realizar en poco tiempo diligencias que serían mucho más costosas y algunas prácticamente imposibles, para el ser humano.

Esto está relacionado con lo que Bolz, señala en su libro *Comunicación mundial*

La modernidad, que se ha reflejado y reafirmado en la propia posmodernidad, es la era de la comunicación mundial (...) Comunicación mundial significa: liberar el espacio para atar el tiempo. La pérdida de importancia del espacio se pone de manifiesto sobretodo en el hecho de que las redes de comunicación se emancipan cada vez más de las redes de tránsito. Ya no se puede localizar a la sociedad mundial. Lo que sigue importado es el tiempo, cada vez más escaso (...) Los grandes temas de nuestra época son la prisa, la urgencia, la aceleración y los plazos. (Bolz, 2006, págs. 7,8)

Una de las características fundamentales de la actual comunicación mundial es la instantaneidad y por otra parte *“la simultaneidad de lo acontecido en otra parte”* (Bolz, 2006, pág. 9). Nos convertimos en nómadas electrónicos.

Según el filósofo canadiense De Kerckchove La diferencia radical entre el presente y el pasado consiste en que los límites del pasado eran fijados de acuerdo con las divisiones geográficas, el poder militar, el tiempo mientras que hoy dependen enteramente de el acceso que se tenga o no a las TIC's. *“Las ideas, los sentimientos y las expresiones de la cultura y la tecnología están configurando el mundo actual”* (DeKerckchove, 1999, pág. 213)

La era de la comunicación mundial se caracteriza sobre todo porque la idea de la comunicación sustituye a la percepción del mundo. *"Comunicación mundial -dice Bolz- significa: el mundo es lo que es comunicado, es el marco de accesibilidad comunicativa"* (Bolz, 2006, pág. 9).

Para Ignacio Ramonet la información en la comunicación mundial actual se caracteriza por tres aspectos fundamentales:

- a) **Superabundante:** Hace algunos siglos era muy escasa y en algunas partes del mundo prácticamente nula. Ahora a través de los medios se puede obtener información acerca de casi cualquier contenido y en cualquier formato (textual, imagen o sonoro), especialmente a través de la televisión y el Internet pero también a través el acceso colecciones de discos en CD-ROM y DVD.
- b) **Rápida:** Se pasó de un ritmo relativamente parsimonioso y pausado de otros tiempos a un ritmo extremadamente rápido. Los sistemas informáticos integrados

por computadores y el software desarrollado en las últimas décadas, nos permiten realizar cualquier tipo de proceso de datos de forma rápida y eficaz: escritura y reproducción de textos, cálculos, elaboración de bases de datos, tratamiento de imágenes, utilización de cajeros automáticos, transferencias de dinero, entre otras.

- c) **Es una mercancía:** Hoy en día se cuenta con dispositivos apropiados con los que se puede captar cualquier información, procesarla y finalmente convertirla a cualquier formato para recopilarla, distribuirla o comercializarla.

Por medio de la lente de una cámara, de los parlantes o la pantalla de una computadora, *“todos los media (prensa, radio, televisión – y ahora Internet–) intentan poner al ciudadano directamente en contacto con el acontecimiento. Por tanto existe la creencia de que uno puede informarse solo”*. (Ramonet, 2006, pág. 49)

Para esto todos los medios deben basarse en un precepto de actualidad, que es un concepto significativo en materia de comunicación mundial que *“hoy esta marcado por el medio dominante –a mi modo de ver, el Internet –, si éste afirma que algo es actualidad, el conjunto de estos media se hará eco”* (Ramonet, 2006, pág. 50) Dentro de dicho contexto es importante citar a Bolz quien en el año 2006 recalca que:

La televisión, la radio y los medios gráficos cultivan la contemplación desinteresada de los acontecimientos mundiales, o sea el hecho de que en principio todo esté al alcance del espectador, cuya pasividad queda técnicamente asegurada. El gusto por el

sensacionalismo, la curiosidad y el placer de desenmascarar tienen la continuidad asegurada. Sin embargo, como se sabe, los medios masivos no son los medios nuevos. La red de la comunicación mundial se vuelve más espectacularmente densa allí donde se llama por su nombre: en Internet. (Bolz, 2006, pág. 9)

## **1.5.1 El Internet: La red de redes**

### **1.5.1.1 Origen militar de Internet**

Los ordenadores y sobretodo el Internet surgió en una época de la historia mundial bastante compleja, la Segunda Guerra mundial había terminado y Rossevelt, Churchill y Stalyn, llegaron a un acuerdo en la llamada Conferencia de Yalta en Europa. Poco de tiempo después, Benito Mussolini, y su amante a poca distancia de Milán, fueron ejecutados tras haber sido sorprendidos cuando pretendían huir hacia Suiza. Por otro lado, Adolfo Hitler y su esposa se suicidaron en un búnker subterráneo en la ciudad de Berlín.

Después de todos estos hechos, se pensaba que la Unión Soviética y los Estados Unidos de América mantendrían lazos de paz y relaciones armoniosas tras haber dado fin a una guerra que en ese entonces acabó con el mundo. Pero, no fue así, entonces se dio comienzo a la denominada Guerra Fría, que abarcó todos los aspectos importantes en la existencia de una nación, los campos ideológicos, políticos, informativos, económicos y militares se volvieron a ver afectados. Se denominó así a este enfrentamiento pues fue un conflicto que no se declaró en ningún momento de

manera formal. Fue un gran enfrentamiento política y económicamente hablando, pero en palabras formales nunca se dio lugar un conflicto bélico entre las dos superpotencias.

Se dieron dos bloques de países claramente diferenciados a causa de la guerra fría, estaba el bloque occidental que incluía Europa Occidental, América, Oceanía, Países Orientales como Japón, Korea del Sur y Taiwán. El otro bloque se identificaba a Europa Oriental, el Sudeste asiático, China, Cuba y algunos países provenientes de África. Los países de ambos bloques se caracterizaban por tener una política antagónica, el primero era identificado por el bloque capitalista mientras el otro era denominado el socialista.

Estos enfrentamientos no ocasionaron una Tercera Guerra Mundial por la intervención diplomática de sus gobernantes, ya que se temía una guerra nuclear, pero de todos modos el conflicto llevó una pugna sin cuartel en la que se trataba de demostrar la superioridad de una nación sobre otra, y de una política sobre otra, desencadenando nutridos conflictos económicos, sociales y hasta tecnológicos.

En este contexto se dio paso a una cantidad inigualable de avances tecnológicos que acarrear su influencia hasta hoy como el Internet que es una red de redes que permite una difusión y transmisión de datos muy segmentada y precisa. Es el resultado de una red de computadores establecida por *Advanced Research Projects Agency*

(ARPA) en septiembre de 1969 llamada ARPANET, fundada por el Departamento de Defensa de los Estados Unidos con el fin de alcanzar la superioridad tecnológica militar sobre la Unión Soviética utilizando recursos y datos provenientes de las investigaciones universitarias de ese entonces.

La historia del Internet es importante pues sirve para comprender su posterior evolución, es por esto que brevemente se indica una reseña de la creación del Internet. Detrás de la creación del ARPANET, estuvo una propuesta de la Rand Corporation al Departamento de Defensa para construir un sistema de comunicaciones militar que tenga la capacidad de sobrevivir a un ataque nuclear y que además sea una red de comunicaciones flexible y descentralizada.

El diseño de ARPANET, se llevó a cabo a manos de BBN (BOLT, Beranek y Newman), que era una empresa bostoniana de ingeniería acústica en un principio que después se pasó a la rama de la informática aplicada y que fue fundada por docentes de MIT, que estaba integrada principalmente por científicos de MIT y Harvard. Durante un congreso internacional en 1972 tuvo lugar la primera demostración de ARPANET que tuvo mucho éxito.

*“El siguiente paso consistió en posibilitar la conexión de ARPANET con otras redes de ordenadores, comenzando por las redes de comunicación que ARPA estaba gestionando: PRNET y SATNET, esta posibilidad trajo un nuevo concepto: la red de*

*redes*” (Castells, 2001, pág. 86). Así se crearon los primeros nodos de esta gigantesca red llamada Internet, los nodos iniciales se encontraron en la Universidad de California en los Ángeles, la mayor parte de los cuales se encontraban en centros de investigación universitaria y en número no llegaban a ser más de quince.

La DCA (Defense Communication Agency) siguió dando un uso solamente militar a la reciente creada red, de hecho decidió crear una conexión entre las distintas redes existentes pero que estuviera bajo su control, poco a poco se fueron creando más redes entre ellas se destaca NSFNET (NSF: National Science Foundation – de Estados Unidos–) en 1984 y a pesar de que utilizaba a ARPANET como eje principal siguió avanzando hasta dejar la tecnología de ARPA obsoleta, así finalmente en 1990, terminó por ser desmontado totalmente, y se liberó al Internet de su uso meramente militar para dar un uso comercial.

“Para 1990, la mayor parte de los ordenadores de Estados Unidos estaban capacitados para funcionar en red, sentando así las bases para su interconexión (...) A principios de los noventa, una serie de proveedores de servicios Internet construyeron sus propias redes (...) con fines comerciales” (Castells, 2001, pág. 81).

### **1.5.1.2 Uso de Internet por civiles**

A pesar de que el papel de ARPANET fue decisivo en la constitución de lo que hoy conocemos como Internet, también fue importantísimo el aporte dado por Ward Christensen y Randy Suess, estudiantes universitarios de Chicago que se idearon la

manera de pasar información entre sus computadoras diseñando un programa al que le denominaron Modem además les permitía archivar información y transmitir mensajes entre ellos.

Así podemos ver que de todos los componentes que forman parte las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, sin vacilación el más influyente y revolucionario es Internet, que nos muestra las vistas de una nueva era, la Era Internet, en la que se ubica la actual Sociedad de la Información.

Internet nos proporciona un tercer mundo en el que podemos hacer casi todo lo que hacemos en el mundo real y además nos permite desarrollar nuevas actividades, muchas de ellas enriquecedoras para nuestra personalidad y forma de vida (contactar con foros telemáticos y personas de todo el mundo, localización inmediata de cualquier tipo de información, teletrabajo, teleformación, teleocio...). Y es que ahora las personas podemos repartir el tiempo de nuestra vida interactuando en tres mundos: el mundo presencial, de naturaleza física, constituido por átomos, regido por las leyes del espacio, en el que hay distancias entre las cosas y las personas; el mundo intrapersonal de la imaginación y el ciberespacio, de naturaleza virtual, constituido por bits, sin distancias.” (Marqués, 2008, pág. 3)

El Internet ha sido comparado algunas veces con un organismo vivo pues está lleno de procesos predeterminados, De acuerdo con DeKerckchove:

La red es como una computadora monumental, con asombrosos bancos de memoria orgánica y procesadores paralelos que hoy se cuentan en más de veinte millones (...) Es un cerebro que nunca cesa de funcionar, de pensar, de producir información, de clasificar y de combinar (DeKerckchove, 1999, pág. 82).

Precisar lo que es Internet en un capítulo, llega a ser complicado pues es tan difícil como describir el mundo en el que los seres humanos viven y en que la comunicación mundial se ha desarrollado. Se podría establecer un paralelo entre Internet y un mercado: todos los individuos pueden ir al mercado de Internet, en cualquiera de los papeles, como espectador, comprador, cliente o vendedor, y sea del nivel social que sea.

La importancia del Internet en la actualidad desborda todo lo conocido anteriormente, se ha convertido en el medio de comunicación global, incluso los teléfonos celulares ya cuentan con el servicio de Internet, ya que es innegable que cada vez más va ganando espacio en la vida de las personas, el rotundo éxito del Internet, cambiará en el futuro no sólo la vida profesional, sino decidirá el porvenir de los productos y servicios en general. La aceptación que tiene el Internet en la vida actual es comparable a la que alguna vez tuvo el teléfono o la televisión. El crecimiento en el uso del Internet es cada vez más frenético, como señala Lackerbauer:

A principios de la década de los 90, sólo profesores, estudiantes universitarios y gente muy interesada en nuevas tecnologías conocían la palabra “Internet” y, en apenas siete años, este medio a pasó a ser uno de los temas centrales de la cultura y de la economía. (Lackerbauer, 2001, pág. 14).

El Internet es una red similar a un tejido extendido por todo el mundo con millares de computadores y millones de usuarios unidos bajo un techo común, en Internet, cada

uno puede ser director de sus acciones, puede ser dueño de lo que publica o deja de publicar.

En caso de que un usuario de una computadora con Internet decide desconectar dicha máquina no ocurre nada grave, ya que gracias a la extensión de la red, a lo ancho y a lo largo del globo terráqueo la información acaba encontrando un camino u otro. El Internet está construido sobre miles de proveedores de información. *“La tarea principal de Internet se sostiene sobre los hombros de miles de personas que trabajan en universidades, empresas o entre sus propias cuatro paredes y que proporcionan información a Internet (y de forma desinteresada)”* (Lackerbauer, 2001, pág. 16) .

Por lo tanto, al ingresar en la web, no se está utilizando los servicios de ninguna empresa, sino varias ofertas de diferentes personas e instituciones con los mismos derechos y deberes. Gracias a esta estructura un tanto anarquista, los costos no son descomunales en lo concerniente al acceso a Internet, por esto cada vez es mayor la cantidad de personas que pueden acceder a esta red, convirtiéndola en una herramienta vital de la comunicación mundial.

## CAPÍTULO II

### 2. Encuentros y desencuentros en las Redes Sociales

#### 2.1 Conceptos básicos e historia de las Redes Sociales

De acuerdo al diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, el término red viene del latín *rete* que significa *lazo* y en sentido más amplio quiere decir:

Aparejo hecho con hilos, cuerdas o alambres trabados en forma de mallas, y convenientemente dispuesto para pescar, cazar, cercar, sujetar, etc., labor o tejido de mallas, conjunto de elementos organizados para determinado fin, conjunto de personas relacionadas para una determinada actividad, conjunto de ordenadores o de equipos informáticos conectados entre sí que pueden intercambiar información (RAE, 2008, pág. 2553).

Cabe notar que el término red abarca las nociones de: lazo, vínculo, flujo, conjunto, grupo, trama, conexión, etc. Sin embargo, un término más concreto de lo que actualmente se conoce como redes sociales sería una infraestructura que permite el transporte de materia e información, que se caracteriza por sus nudos o nodos de comunicación (cada individuo) y adquiere un carácter social cuando nos referimos a los distintos conjuntos y sistemas humanos unidos por diversos tipos de vínculos y organizados por un propósito social. Así, el ser humano por su naturaleza gregaria tiende a buscar la compañía de otros individuos semejantes, dicha tendencia tiene especial importancia en todos los ámbitos de la vida de las personas, para la salud, el

ajuste y el bienestar del ser humano, lo que constituye un tipo de apoyo social que se inicia desde el momento que nacemos y continúa manifestándose y fortaleciéndose durante toda la vida.

En medio de la psicología social se ha hallado que esta tendencia implica en el grado de adaptación que los individuos tienen al momento de hallarse en ambientes tensionantes. Esto se debe a que habitualmente las personas buscan apoyo mutuo cuando se encuentran en las mismas situaciones de inquietud.

Uno de los elementos en los que los seres humanos buscan apoyo generalmente son las redes sociales a las cuales pertenecen, que es un elemento que ha acompañado a la humanidad al o largo de todos los tiempos y que representa una forma de organización social en la cual se origina el intercambio permanente de ideas, servicios, objetos y modos de hacer las cosas. La red social es una estructura también social en la cual las personas y la sociedad hallan soporte y refugio, además de recursos. Para Madariaga psicólogo y estudioso del desarrollo social, el concepto de red implica:

Un sistema abierto a través de un intercambio dinámico entre sus integrantes y con integrantes de otros grupos, que posibilita la potenciación de los recursos que se poseen y que se enriquece con las múltiples relaciones entre los diferentes miembros que la componen. Las Redes sociales son, en esencia, procesos dinámicos a través del tiempo y de las circunstancias sociales concretas. (Madariaga, 2003, pág. 3).

La investigación de las redes sociales tiene sus orígenes en la década de los cuarenta en Estados Unidos, para posteriormente alcanzar un desarrollo más profundo en los sesenta, principalmente gracias a la sociología y la antropología.

A pesar de que su estudio es relativamente actual, las redes sociales se remontan milenios atrás, desde la aparición del ser humano en la tierra, éste tuvo que enfrentarse con las dificultades comunes de la convivencia, esto quiere decir también, con la conformación de un orden social.

Es muy probable que la estructura y composición de la sociedad humana de ese entonces no haya sido muy distinta de la actual, sin embargo a medida que los individuos fueron evolucionando, el desarrollo de la inteligencia permitió a los humanos tener más eficiencia en la resolución de conflictos propios de la supervivencia, lo que desembocó indudablemente en el perfeccionamiento de las habilidades para integrarse a una cultura.

Con estos cimientos, entre otros, el hombre debió conformar un orden social para sobrevivir; orden que se complejizaba en tanto la sociedad se hacía cada vez más numerosa. Debido a ello, la estructura primitiva basada en la ley del más fuerte debió transformarse para incluir la creación de canales de intercambio de información, bienes y servicios, lo cual dio lugar a una forma organizativa más compleja, de cuya funcionalidad dependía su supervivencia (Madariaga, 2003, pág. 4).

Así, se constituyeron las primeras Redes sociales, que tenían la misma razón de ser de las actuales: ser equipos humanos de conservación.

### **2.1.1 La Red como rizoma**

El concepto de rizoma en su sentido originario proviene de la botánica, el rizoma es la parte oculta de un tubérculo, la que escapa de la mirada de los seres humanos, el rizoma en otros términos son las raíces que soportan toda la vida de las plantas, una multitud de raíces que parece no responder a ningún orden jerárquico de hecho es algo caótico, pero con un increíble potencial de auto-regeneración que no poseen los animales; el rizoma permite a las plantas crear nuevas plantas a partir del rizoma.



**Ilustración 1 Rizoma. Fuente: [http://bp2.blogger.com/\\_I22Aab0S3Z0/SAYxKOW-bmI/AAAAAAAAAB4/T7bGNXnsZ\\_c/s1600-h/rizoma.jpg](http://bp2.blogger.com/_I22Aab0S3Z0/SAYxKOW-bmI/AAAAAAAAAB4/T7bGNXnsZ_c/s1600-h/rizoma.jpg)**

En un sentido más tecnológico, el rizoma es una propuesta de un nuevo modelo de organización del conocimiento vigente, relacionado con el hipertexto<sup>1</sup>, las principales características que mencionan por su parte Deleuze y Guattari del rizoma son:

Conexión: posibilidad de conexión en cualquier punto del sistema y no siguiendo un orden jerárquico.

Heterogeneidad: capacidad de un resultado que busca aparecer sub variados lenguajes, imágenes, textos, músicas etc.

Multiplicidad: indica que en el ciberespacio no existe un centro de significancia estructurado, jerárquico, lineal con sentido único y referencia fija.

Ruptura –significante: no existe una secuencia lógico-lineal, por ejemplo, de los géneros hasta las especies, de lo general hasta el específico como ocurre en las clasificaciones jerárquicas, no existiendo un centro de significado y, al mismo tiempo, dejando todos los significados posibles para la recuperación

Cartografía: la idea del mapa es ideal para ilustrar el rizoma, pues este no tiene centro o jerarquía, presentando variadas entradas y formas de movimentación. (Deleuze, 2000, págs. 13-14-15-16)

El rizoma metafóricamente es como un motor que permite desembocar toda la información existente en la Red, que se ha convertido en un rizoma, ya que un nodo permite conectar a otro y este a otro y así sucesivamente las conexiones que en términos matemáticos son infinitas conexiones.

---

<sup>1</sup> Es el nombre que se le da al texto que en la pantalla de un dispositivo electrónico conduce a otro texto relacionado. La forma más habitual de hipertexto en documentos es la de hipervínculos o referencias cruzadas automáticas que van a otros documentos.

El texto rizomático o hipertexto permite abrir caminos en un laberinto lleno de conexiones, un camino de redes que puede llevar más profundamente dentro de este laberinto llamado Internet.

Los hipertextos son constituidos por grupos de interconexiones o nudos informáticos, donde se concentran: la escritura, sonidos, secuencias de imágenes y demás elementos de información. Cada uno de estos nudos se vinculan entre si y admiten el intercambio de información de un nudo a otro, de una página a otra, de un ordenador a otro, con este intercambio de información las personas que leen el hipertexto lo hacen con mayor rapidez ya que un hipertexto se puede enlazar con otros hipertextos si necesidad de entrar por los nudos.

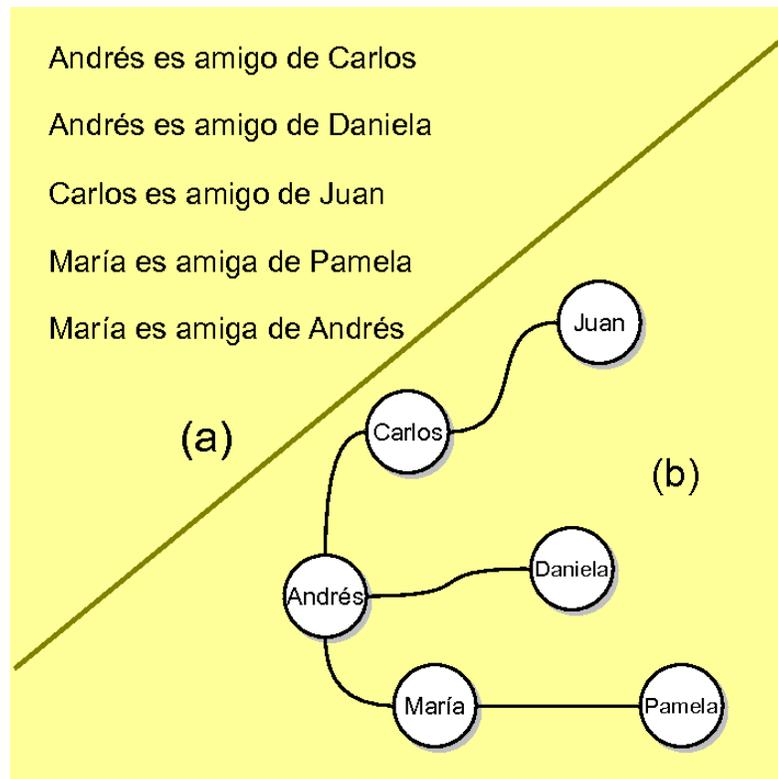
### **2.1.2 La sociedad conectada**

Ya se ha dicho anteriormente que las redes sociales son constituidas por personas o grupos de personas vinculadas entre sí, lo que vendría a ser un conjunto de rizomas interminables, los vínculos pueden ser cualquier cosa que relacione a los individuos, por ejemplo: amor, poder, parentesco, cercanía física, creencias religiosas, política, contactos de correo electrónico, etc.

El Análisis de Redes sociales se ha venido desarrollando como una especialidad desde los años 60's desde diferentes disciplinas de las Ciencias Sociales, con el apoyo de una rama de las matemáticas llamada Teoría de *Grafos*. Esta última permite cuantificar los vínculos entre las personas que pertenecen a una red social y analizar

la estructura de dicha red. En base a la teoría de grafos, el análisis de Redes sociales define a las personas como *nodos*, y las relaciones entre éstas como *aristas*” (Gutierrez, 2008, pág. 113).

Con estas nociones a continuación se presenta un gráfico explicativo acerca de cómo es la conformación de una Red Social común.



**Ilustración 2 Análisis de Redes sociales: Monsalve Moreno<sup>2</sup>**

<sup>2</sup> Red social que modela una situación de amistades. Cada (a) relación de amistad se traduce en un (b) vínculo en el grafo. Los vínculos no tienen dirección, porque la amistad es una relación simétrica o refleja (A es amigo/a de B, B es amigo/a de A).” (Monsalve Moreno, 2008)

Así, se puede ver que a lo largo de nuestras vidas entablamos relaciones con individuos que a su vez se relacionan con otros a quienes podemos o no conocer. Estos vínculos van formando lo que conocemos como nuestra “*red social*”.

Se ha logrado determinar la utilidad de las redes sociales para los individuos que las conforman a raíz de los estudios acerca de la estructura de las mismas, así como su dinámica, por ejemplo, las relaciones formadas en una oficina, más allá de los roles de trabajo hay un flujo de influencia, de la misma manera, estos estudios han permitido han sido importantes en el estudio de la difusión de enfermedades contagiosas, entre otros beneficios.

## **2.2 Las Redes sociales en Internet**

Las Redes Sociales en Internet, surgieron como una manera de potenciar la comunicación que existe dentro de las redes humanas, el aumento en la capacidad informática y el desarrollo y progreso del Internet permitió el impulso de distintos formatos para redes tecnológicas que resisten el funcionamiento de redes sociales y la conformación de unas nuevas.

Las redes sociales que han surgido del Internet están permitiendo desde hace un par de años crear nuevas dinámicas de comunicación diferentes a las anteriores, que no necesariamente implican la interacción cara a cara como antes, de hecho diversos

*“estudios han descubierto que estas redes de software permiten alas personas tanto fortalecer sus Redes sociales actuales como formar nuevas redes de manera efectiva”* (Gutierrez, 2008, pág. 114).

En las redes sociales en Internet se tiene la posibilidad de interactuar con otras personas aunque no las conozcamos, el sistema es abierto y se va construyendo con lo que cada adepto a la red aporta, cada nuevo miembro que ingresa transforma al grupo en otro nuevo.

Las Redes sociales en Internet suelen posibilitar que pluralidad y comunidad se conjuguen y allí quizás esté gran parte de toda la energía que le da vida a los grupos humanos que conforman esas redes. Las Redes sociales dan al anónimo popularidad, al discriminado integración, al diferente igualdad, al malhumorado educación y así muchas cosas más. (Zamora, 2006).

Actualmente la mayor parte de personas que tienen un acceso cómodo y constante a Internet tienen relación directa con las redes sociales ya que aunque no todos tengan un perfil en comunidades virtuales o un blog, por lo menos cuentan con un “*e-mail*” por el medio del cual se pueden mantener en contacto con distintas personas. Las redes sociales en Internet ya no son solamente una preferencia creciente que tienen los adolescentes, de hecho, son los adultos los que tienen más presencia en las edes sociales, datos de “*Pew Internet & American Life*” en diciembre de 2008, el estudio concluyó que el 75% de los usuarios de las Redes sociales son adultos entre los 18 y

24 años pero incluso encontramos un 7% de usuarios con edades superiores a los 65 años.

Una de las características de la comunicación mundial nombrada en el capítulo anterior propuesta por Bolz es que:

Abre una multiplicidad de opciones que no guarda ninguna relación con nuestros recursos temporales. El hecho de cualquiera pueda comunicarse con cualquiera, sobrecarga la atención. En el mundo de las múltiples posibilidades, la escasez de tiempo de todos los días transforma la vida en una competencia por la atención. Esto se puede formular de forma más precisa, es decir, matemática, del siguiente modo: El aumento aritmético del número de elementos en la red de la comunicación mundial conduce a un aumento geométrico del número de posibles relaciones entre esos elementos. (Bolz, 2006, pág. 30).

Entonces las redes sociales son un fenómeno que desde hace un par de años hasta hoy han venido funcionando de acuerdo con la periodista digital Soraya Maturana, estudiosa de las redes sociales, como un elemento viral, ella asegura que:

El elemento novedoso de este tipo de transmisión es la segregación social de quienes no son “contagiados” por esta tendencia. Siendo excluidos del proceso de creación de *inteligencia colectiva* en el plano virtual por su ausencia de participación dentro de la red. Recibiendo los efectos no virtuales del conocimiento generado por esta comunidad a través de los medios análogos de comunicación o en la vida social cotidiana por tener contacto no virtual con quienes si participan. (Maturana, 2009, pág. 2)

Cada una de estas redes informáticas no tendrían ninguna utilidad si no se sustentaran con la comunicación que existe entre las personas; de hecho hay quienes han querido

expresar esto en términos matemáticos. Bob Metcalfe, uno de los inventores de Ethernet<sup>3</sup>, quien determinó, que *“la utilidad de la red crece en relación al cuadrado de la cantidad de usuarios conectados”* (Weinberger, 2002) ; comúnmente dentro del ámbito científico se la conoce como Ley de Metcalfe, entonces, David Reed, actual profesor adjunto de MIT en el laboratorio de media en comunicación vira, aseguró que la fórmula planteada por Metcalfe resultaba insuficiente para describir Internet, porque además de permitir relaciones persona a persona permite la creación de grupos. La ley de Reed postula que *“la utilidad de una red, en particular las Redes sociales, crece en forma exponencial a la cantidad de personas que la integran”* (Weinberger, 2002, pág. 34).

### **2.2.1 Seis grados de separación**

¿Quién no ha escuchado acerca de la teoría que dice que estamos a seis personas de distancia de todo el mundo?, como mundo pequeño *“small world”* o la teoría de los seis grados de separación se conoce a este fenómeno, se da en las redes de personas que tienen una conectividad tal que hace que la distancia promedio entre dos individuos cualquiera sea muy pequeña en comparación con el tamaño (numero de personas) de la red.

---

<sup>3</sup> En 1972 comenzó el desarrollo de una tecnología de redes conocida como Ethernet Experimental- El sistema Ethernet desarrollado, conocido en ese entonces como red ALTO ALOHA, fue la primera red de área local (LAN) para computadoras personales (PCs) / <http://www.textoscientificos.com/redes/ethernet>.

La idea de las redes sociales informáticas surge de la teoría mencionada anteriormente, según la cual toda la humanidad está conectada a través de un promedio de seis personas. Incluso en Estados Unidos existe una patente para esta teoría, la “*Six Degrees Patent*”. “*La teoría fue inicialmente propuesta en 1929 por el escritor húngaro Frigyes Karinthy en una corta historia llamada Chains*” (Asociación de sitios de internet, 2007) que se basa la idea sólo un corto número de personas que enlacen son necesarios para que el acumulado de conocidos resulte en la población humana entera, esta propuesta también fue acogida por Duncan Watts en el libro *Six Degrees: The Science of a Connected Age* (Seis Grados: La ciencia de una era conectada) en el que también asegura que sí es factible tener acceso a cualquier sujeto en seis saltos. De acuerdo con esta teoría:

Cada persona conoce de media, entre amigos, familiares y compañeros de trabajo o escuela, a unas 100 personas. Si cada uno de esos amigos o conocidos cercanos se relaciona con otras 100 personas, cualquier individuo puede pasar un recado a 10.000 personas más tan solo pidiendo a un amigo que pase el mensaje a sus amigos (Asociación de sitios de internet, 2007).

El problema era que hasta ese entonces quedaba en eso, en una teoría, posteriormente, Stanley Milgram, psicólogo estadounidense, en 1967 repasó un modo de probar la teoría de los Seis Grados, al que le denominó “*el problema del pequeño mundo*” o small world, entonces, al azar seleccionó de entre sus estudiantes,

Varias personas del medio oeste estadounidense para que enviaran tarjetas postales a un extraño situado en Massachusetts, situado a varios miles de millas de distancia. Los remitentes conocían el nombre del destinatario, su ocupación y la localización aproximada. Se les indicó que enviaran el paquete a una persona que ellos conocieran directamente y que pensaran que fuera la que más probabilidades tendría, de todos sus amigos, de conocer directamente al destinatario. Esta persona tendría que hacer lo mismo y así sucesivamente hasta que el paquete fuera entregado personalmente a su destinatario final (Asociación de sitios de internet, 2007).

A pesar de que los participantes se mostraron pesimistas acerca de la teoría y aseguraban que la cadena incluía por lo menos cien intermediarios, la entrega de cada encomienda registró como promedio cinco y siete intermediarios. Cada una de las investigaciones y datos hallados por Milgram fueron publicadas en "*Psychology Today*", una revista especializada en temas de psicología e inspiraron la frase seis grados de separación.

Basados en la Teoría de los Seis Grados explicada anteriormente, algunos científicos de la informática decidieron utilizarlo para crear Redes sociales en línea. El origen de éstas se remonta aproximadamente al año 1995, año en el que Randy Conrads, creador de la red social Classmates.com creó una red con el propósito con el propósito de que las personas puedan mantener o rescatar el contacto que tenían con sus antiguos amigos o compañeros de estudios.

Años después, empiezan a promocionarse en la web, los círculos de amigos en línea que no era más que integrar las redes sociales existentes en el Internet, en ese

entonces el término que se utilizaba era comunidades virtuales para definir a este tipo de relaciones informáticas. Las redes sociales empezaron a ser populares alrededor del año 2003 con el advenimiento de sitios especializados en Redes sociales como Friendster, Tribe.net, My Space, LinkedIn, etc.

La fama y aceptación de las Redes sociales en Internet creció de manera vertiginosa, empresas como Google, con su red Orkut lanzada en el 2004 y Yahoo en el 2005, también empezaron a dar la posibilidad a sus usuarios de poder interconectarse con sus amigos. Surgieron sitios como Facebook y Hi5 que cumplían con los mismos propósitos y que hasta la actualidad tienen vigencia dentro de las Redes sociales y cada vez van adquiriendo más y más usuarios.

### **2.3 Comunidades Virtuales: Aplicación de las Redes sociales**

Se puede tener muchas confusiones conceptuales al momento de describir a las comunidades virtuales, ya que se entiende por comunidad a: La existencia física y real de algún tipo de relación concreta como la lengua, la etnia, la religión, que llevan a relacionarse e interactuar a los seres humanos y dichas comunidades se encuentran en un espacio geográfico determinado.

Mientras que las comunidades virtuales están construidas por sistemas simbólicos que al poseer soportes técnicos de intercambios de signos, imágenes u otros símbolos, facilitan la comunicación entre los partícipes de dicha comunidad; pese a esto no hay

que olvidar que existieron comunidades virtuales mucho antes de la aparición de Internet, como: los cinéfilos, los radioescuchas y los televidentes, que gracias a la innovación tecnológica de la comunicación pudieron formar verdaderas comunidades de afición.

Hay que recordar que a estas comunidades pertenecieron los grupos de fans de estrellas del espectáculo, a lo largo de la historia de la humanidad se pueden describir varias formas de comunidades pero destacan la comunidad denominada de *sociabilidad densa*, que es descrita como:

A partir del desarrollo de las TIC's se comenzó a formar un nuevo tipo de sociedad, la que se encuentra íntimamente ligada a la Red y está formada por algunas comunidades, estas comunidades en red pertenecen individuos de lengua, de etnias, de prácticas culturales diferentes, sin embargo, estas personas tienden a reconocerse mutuamente en las dichas comunidades virtuales, así se anula la idea de un espacio físico determinado; el espacio físico es suplido por la velocidad de conexión.

Estas comunidades comienzan a nacer a mediados de la década de los noventa, precisamente cuando Internet comenzó a ser utilizado por una número considerable de la población; sin embargo, fue Howard Reingold<sup>4</sup>, quien comenzó a teorizar su impacto en la sociedad, describe al nacimiento de esta comunidad:

---

<sup>4</sup> Critico y ensayista estadounidense. Especializado en las implicaciones culturales, sociales y políticas de las nuevas tecnologías de la información, como internet y la telefonía móvil.

El paso a este tipo de comunidad que está viviendo en nuestra época, encuentra un parangón en el paso que se produjo en la Europa rural y precapitalista, a la Europa de las ciudades y moderna, Igual que entonces se creó un nuevo tipo de sociedad, de comunidad, ahora estaría naciendo una nueva forma de agrupación en un nuevo espacio de comunidad. (Reignold, 1998, pág. 74)

Estas comunidades electrónicas se han diseminado por todo el mundo gracias a la modernidad que ha permitido la existencia de redes electrónicas de comunicación; por lo tanto, se puede entender la creación de lazos de amistad, solidaridad y de otros afectos sociales; bajo la idea de tener un nuevo tipo de socialización donde los participantes deben, en muchos casos, redefinir su personalidad, su identidad para poder ser incluidos dentro de las comunidades, en cuanto a la existencia de las comunidades virtuales que ha sido una interrogante que han tenido muchos, Castells reflexionó de la siguiente manera:

¿Las comunidades virtuales son comunidades reales? Sí y no. Son comunidades, pero no físicas, y no siguen las mismas pautas de comunicación e interacción que las comunidades físicas. Pero no son *irreales*, funcionan en un nivel diferente de realidad. Son Redes sociales interpersonales, la mayoría de ellas basadas en vínculos débiles, muy diversificados y especializados, pero aun así capaces de generar reciprocidad y apoyo por la dinámica de la interacción sostenida. (Castells, 1998, pág. 432).

La reflexión de Castells, da un ejemplo sobre la existencia de las comunidades virtuales. El filósofo francés y uno de los máximos exponentes de la filosofía tecnológica, Pierre Lévy, propone que las comunidades virtuales fomentan una nueva

forma de inteligencia, llamada *inteligencia colectiva*, que tiene por objeto la posibilidad de unificación de ideas de todos los participantes de las comunidades virtuales, sin la exclusión de ningún individuo. La idea de Lévy, parte de que Internet posibilita a los usuarios convertirse en una parte activa en la red con contribuciones activas que ayudan a otros usuarios a formar ideas, y así fomentar una red global de interacciones basadas en la cooperación intelectual.

Todas las Redes sociales conforman comunidades virtuales que tienen como principales objetivos: intercambiar información, brindar apoyo (empatía, expresar emoción, ayudar a otros), conversar y socializar de modo despreocupado e informal a través de la comunicación simultánea, y debatir (participar en foros, plantear temas de discusión).

Dentro de las aplicaciones de las Redes sociales se pueden nombrar las siguientes:

### **2.3.1 Correo Electrónico**

Comenzó a utilizarse en el año de 1965 en una computadora muy avanzada y para 1966, su uso se extendió rápidamente para emplearse en las redes de computadoras. Se conoce que el correo electrónico precede al Internet, de hecho, fue una de las bases en las que se apoyó el Internet para salir adelante ya que por la necesidad de los científicos de compartir información, en una exposición en el Massachusetts Institute of Technology se exhibió un software que permitía a varios usuarios ingresar a una

computadora IBM desde otras computadoras y de esta manera guardar archivos en el disco de la misma.

La definición de correo electrónico se origina de la similitud con el correo postal: los dos valen para enviar y recibir correos, y se utilizan buzones unos son físicos y otros virtuales, en donde los mensajes permanecen temporalmente antes de enviarse a su destino, y antes de que el receptor los revise.

Aunque de todos modos, el correo electrónico, en vez de ser repartido a domicilio por un cartero, el correo electrónico es enviado a través de una red de computadoras al computador que utiliza el destinatario, y por supuesto, una de las ventajas es mientras el correo tradicional tarda en llegar a su destino, el correo electrónico sólo demanda segundos o minutos.

Las ventajas de la utilización del correo electrónico son múltiples, se tiene la posibilidad de enviar y recibir mensajes, adjuntar imágenes o archivos, transmisión de música; en fin un sinnúmero de actos que facilita y simplifica a la comunicación, pero tal vez uno de los aspectos más llamativos del uso del correo electrónico es la posibilidad de formar parte de una comunidad virtual.

La importancia del correo electrónico aumenta día con día, en comparación con las formas tradicionales de correo, como las cartas y telefax que se usaban anteriormente, la ventaja radica en la posibilidad de almacenamiento, clasificarlos, modificados, y retransmitirlos sin la necesidad de ser impresos. Bajo estas ideas Lévy

reflexiona: “*El correo electrónico se envía directamente en su forma digital inicial. Este rasgo es tanto más interesante por el hecho de que la mayoría de los mensajes se producen hoy en día por medio de los ordenadores*” (Levy, 2007, pág. 73)

Sin dudas, el correo electrónico ha significado un gran ahorro tanto económico como de tiempo, ha sustituido prácticamente en su totalidad al telégrafo y en gran medida al correo tradicional, y sobre todo, el correo electrónico implica una de las características distintivas de la era de la información y comunicación.

### **2.3.2 Sistemas de Chat y Mensajería Instantánea**

*Chat* se conoce a la conversación en línea en tiempo real entre dos o más personas, generalmente se produce a través de textos escritos, aunque después de algunos avances se pudo incluir el sonido e imagen. La diferencia con otras maneras de comunicarse a través de Internet como el “*e-mail*” es que la interacción es de manera simultánea en tanto que en el mail se debe esperar una respuesta del receptor en un tiempo indeterminado.

El primer programa de chat fue ICQ<sup>5</sup>, en los últimos tiempos también han ganado popularidad las salas de chat, que proveen distintos sitios de Internet, que son básicamente lo mismo que el programa pero es online y no se necesita tener un

---

<sup>5</sup> **ICQ** es un popular programa de computadora de mensajería instantánea que fue desarrollado por una la compañía Israelí Mirabilis. El nombre ICQ es un homónimo para la frase “I seek you” (Yo te busco).

software instalado en la computadora para ese fin, suelen crearse a base de formatos y temas específicos, así hay tantas salas de chat como temas de interés de los internautas.

En la actualidad, se ha dado el nacimiento de nuevos lenguajes; lenguajes que no se atienen reglas gramaticales y que han alterado la escritura y los signos convencionales. Esta nueva forma de comunicarse tiene un nombre y se llama *chats*, y poseen una enorme influencia especialmente entre los jóvenes, que experimentan el hecho de imponer una nueva forma de escritura muy particular, desde la manera en la que se colocan los nicknames o nombres de pila hasta la manera en la que se comunican.

Los chats se convierten en algo de lo que muchos hablan y sobre lo que muchos tienen ya una opinión, una experiencia o una historia que han oído y les ha impresionado. Son un referente común y socialmente compartido, aunque, en realidad, el grado en que se los conoce, masivamente, es apenas superficial (Mayans, 2000, págs. 42-50).

El *Chat*, es un espacio de sociabilización flexible donde existe una interacción cuando se desee, es decir, los usuarios pueden entrar y salir de una forma rápida y espontánea. Las conversaciones que se dan en el *Chat*, no pueden ser grabadas ni copiadas y desaparecen al momento del cierre de la sesión, lo que no se puede discutir es que el *Chat*, se ha convertido en un nuevo salón de conversación en el que las relaciones sociales pueden ser tan intensas como una conversación cara a cara.

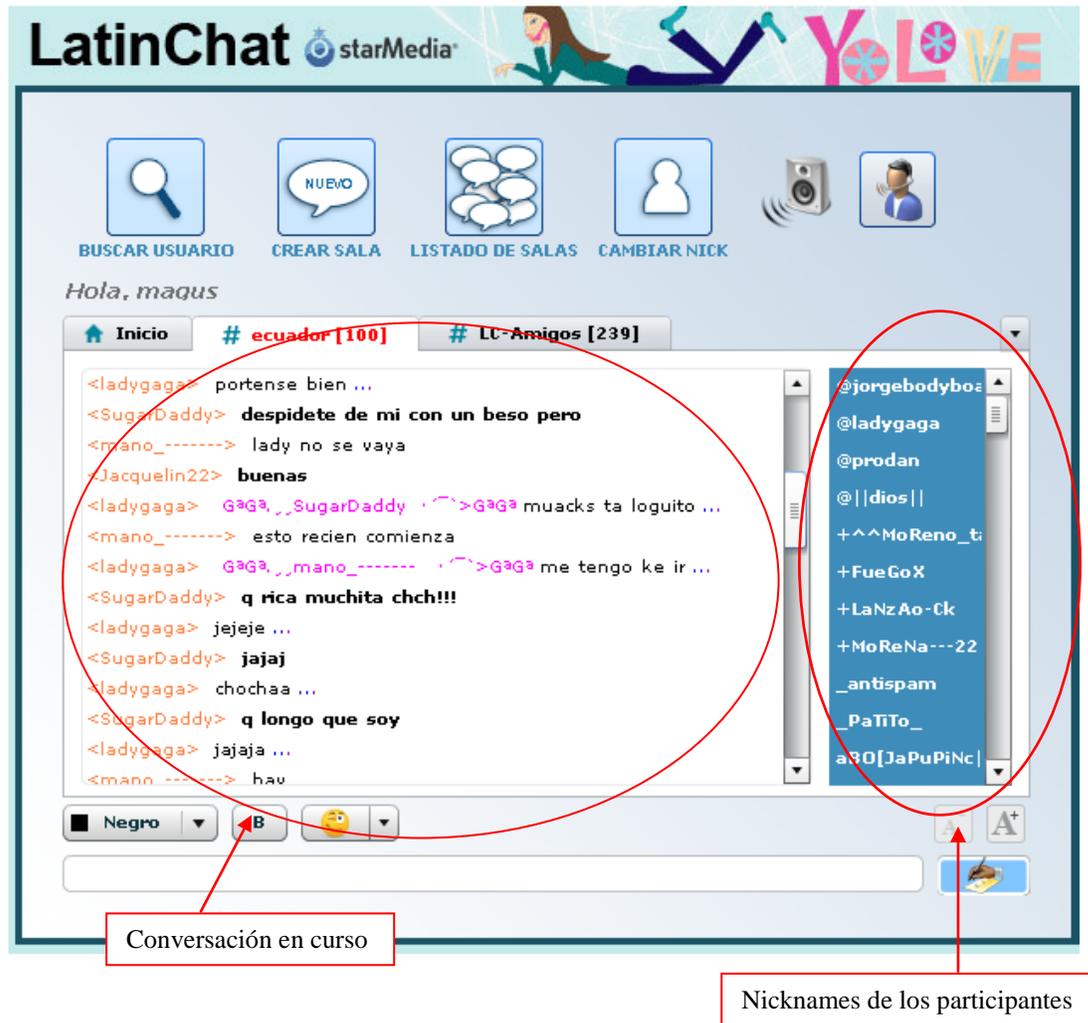
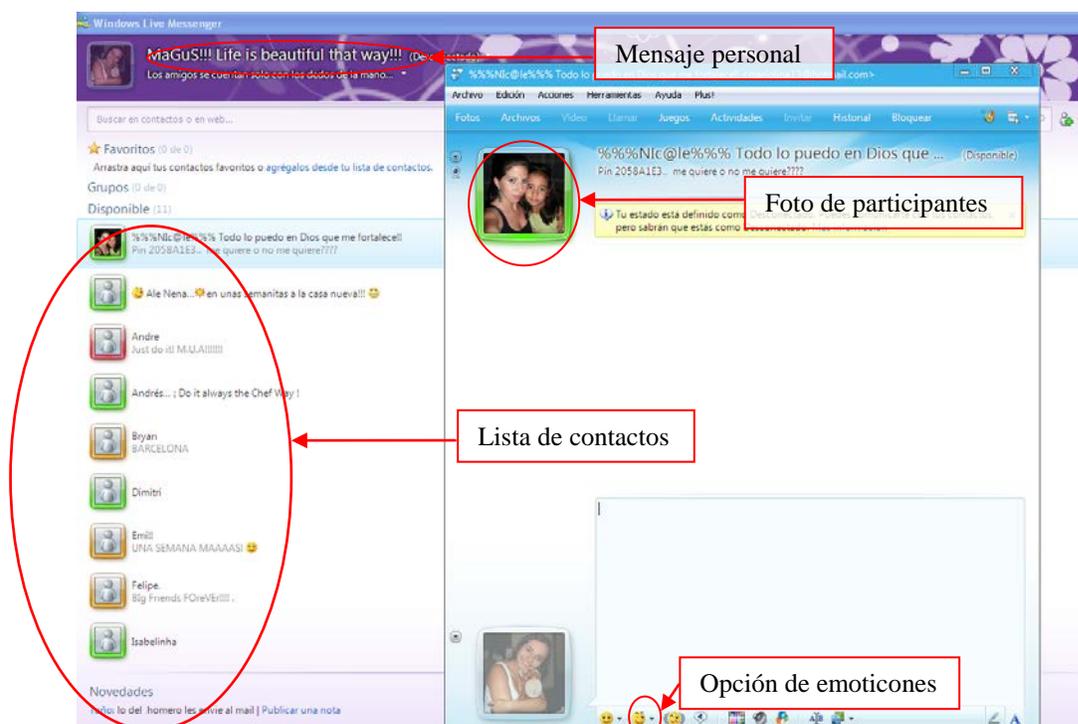


Ilustración 3 Sala de Chat Online

La mensajería instantánea es un punto intermedio entre los sistemas de chat y los mensajes de correo electrónico, las herramientas de mensajería instantánea, son programas regularmente gratuitos que pueden ser instalados en el computados que generalmente se pueden descargar desde el Internet, mientras hay una conexión a en curso, siempre están activos.

Los programas de mensajería instantánea muestran una ventana donde se escribe el mensaje, en texto plano o acompañado de iconos o "emoticons"<sup>6</sup>, y se envían a uno o varios destinatarios quienes reciben los mensajes en tiempo real, el receptor lo lee y puede contestar en el acto, además se tiene la posibilidad de tener una lista de contactos que incluso pueden ser bloqueados para no tener que entablar una conversación con ellos, aparte el usuario del sistema puede colocar una foto y un mensaje acerca de lo que está pensando en ese momento para compartirlo con los demás.



**Ilustración 4 Windows Messenger: software de mensajería instantánea de Microsoft que permite la conversación mediante texto, voz y vídeo.**

<sup>6</sup> Figuras que representan estados de ánimo o gestos.

### 2.3.3 Blogs

Bitácora sería el nombre que tomaría un blog en español, es un sitio web que de manera periódica es actualizado por su autor, quien recopila cronológicamente textos o artículos de su autoría o de uno o varios autores, apareciendo la primera publicación primero pues es la más reciente, es un sitio donde el creador del blog puede conservar la libertad de dejar publicado lo que crea conveniente sin ningún tipo de censura; el blog también puede contar con distintos seguidores que opinan y atienden las publicaciones, hay tantos tipos de blog como tipos de temas propuestos pueda haber.

Los blogs han significado un acercamiento a la literatura, al conocimiento, a los discursos políticos, a los deportes, en fin a cualquier tema cultural del que una persona quiera expresarse. Acerca del origen de los Blogs, todavía existen controversias; a pesar que se cree apareció en 1993 el primer blog, en la página *Mosaic What's New Page*. Esta página, como lo manifiesta Rebecca Blood, se dirigía a los primeros internautas entre los años 1993 a 1996:

Actualizado diariamente, dirigía a los internautas hacia sitios web que pudieran divertirlos al verlos, y en aquellos días, los internautas disfrutaban viendo cualquier página web. Los primeros en adoptarlo invertían incontables horas esperando a que incontables páginas de inicio en las que figuraban incontables imágenes de gatos se descargaran con módems a 120 baudios. (Blood, 2005, pág. 20)

También se conoce a los blogs como *weblog*, que un término utilizado por Jorn Barger en el año de 1997, y en un primer momento su uso estaba determinado como

una herramienta de publicación online de los usuarios de la Red. Con el crecimiento de Internet las organizaciones vieron al blog como una oportunidad para hacer negocios. Con los blogs, comenzó la gran saturación de la Red y como Blood lo describe, esta saturación fue la base para la utilización más acentuada de los blogs.

El punto fuerte de los blogs es su formato, sencillo, rápido, al constituirse como un sistema de gestión de información, que permite de una manera sencilla capturar, organizar, reelaborar y acceder a la información procedente de otros blogs. Este intercambio es la esencia de los blogs, ya que como herramienta de comunicación ayuda a la publicación y combinación de información para compartirla en soportes técnicos de facilidad de manejo por parte de los usuarios. (Blood, 2005, pág. 23)

Es muy difícil calcular el número de blogs existentes en la Red, hay tantos blogs como temas discutibles se pueden encontrar. Se cuentan por millones y también hay que añadir número considerable de páginas diseñadas para la elaboración de los blogs.

El atractivo de cada weblog se basa sobre todo tipo de asuntos que inquieta a los participantes. El atractivo de cada weblog se basa sobre todo en la personalidad de su escritor: sus intereses, opiniones y su mezcla personal de enlaces y comentarios. Estos enlaces apuntan a todo y a nada, desde artículos poco conocidos sobre artistas, al análisis de noticias concernientes a sucesos de la actualidad, hasta sitios web de amigos en la Red (Blood, 2005, pág. 23).

Los blogs se asemejan a los artículos periodísticos, ensayos literarios y cualquier otra forma de redacción, sea académica o aficionada. Generalmente los apuntes que se pueden encontrar en los blogs son de individuos que están aficionados del Internet y

que se dedican a publicar sus opiniones, sin que sea necesario dar una explicación de lo que dicen, de hecho en algunos casos ni siquiera se hace una aclaración de las fuentes de consulta.

En términos literarios los blogs vendrían a ser historias escritas en varios capítulos y narrados en algunos casos en primera persona. Sin duda alguna los blogs han llegado a ser un espacio para aquellas personas que no han tenido sitio en los medios de comunicación tradicionales para poder expresar sus ideas, dan un espacio para aquellos que desean sentirse parte de la Red sin tener que sujetarse a políticas de edición, ni censuras previas que limitan el ejercicio de libertad de opinión.

#### **2.3.4 Redes P2P**

P2P Significa: *peer to peer* (par a par/red de pares), el uso más popular de las redes P2P ha sido el intercambio de música videos entre personas. Cada usuario contribuye con archivos de distintos formatos para que otros puedan descargar los archivos y las personas que descargan la información al mismo tiempo contribuyen con información que sea útil a otros usuarios.

#### **2.4 Encantos y contrariedades de las Redes Sociales en Internet**

El Internet es un gran centro donde se puede obtener información, prácticamente acerca de todo, podemos acceder a todo tipo de conocimiento, pero de la misma

manera así como ofrece infinidad de beneficios también puede presentar inconvenientes.

Refiriéndonos más precisamente a las redes sociales en Internet sucede lo mismo, hay ventajas y desventajas de su uso y es por esto hay que aprender a usarlas y sacarlas el máximo provecho aprovechar sus virtudes y evitar sus desventajas lo máximo que se pueda y para ello hay filtrar los datos más interesantes y aprender de los demás.

<b>Ventajas de las Redes sociales</b>	<b>Desventajas de las Redes sociales</b>
Reunión con conocidos o reencuentro con quienes se ha perdido el contacto a lo largo del tiempo.	Una de las desventajas principales que tiene mucho peso al momento de unirse a una red social en Internet es el tema de la privacidad, especialmente en caso de no configurar la privacidad correctamente ya que exponen la vida privada de una persona, de hecho hay datos que afirman que los hackers pueden obtener información confidencial de los usuarios a través de éste tipo de redes.
Las Redes sociales también ayudan a propiciar nuevos contactos: búsqueda de pareja, amistad o compartir intereses sin fines de lucro.	También pueden darse casos de suplantación de identidad pues cada persona puede tener el nombre y los datos que desee en su perfil de usuario. Así también se da una falta en el control de los datos que proporcionan los internautas.
Compartir y comentar momentos e imágenes de momentos especiales con las	Por ser instrumentos ideados en parte con el afán de entretenimiento las redes sociales pueden restar gran

<p>personas relacionadas y con conocidos que no se encontraron en ese momento.</p>	<p>cantidad de tiempo y en casos crónicos ser adictivas.</p>
<p>Las fronteras geográficas se diluyen, las personas se conectan sin importar las distancias.</p>	<p>Muchas redes sociales se apoderan de todos los contenidos que se publican en ellas, así una foto ya no le pertenece al dueño sino a la red social en la que publicó dicha imagen.</p>
<p>Gracias a la ayuda de las redes sociales también se puede establecer y mejorar las relaciones en el mundo profesional.</p>	<p>Pueden crear una peligrosa dependencia-necesidad- de acuerdo a Brent Coker, aproximadamente un 14 por ciento de los usuarios en Australia muestran signos de adicción y además pueden crear una obligación artificial de ser “oído” o “reconocido” inmediatamente por otros.</p>
<p>Se puede tener acceso a información actualizada acerca de temas de interés, además permiten acudir a eventos, participar en actos y conferencias online.</p>	
<p>Una de las ventajas más importantes que la comunicación puede ser realizada en tiempo real.</p>	
<p>Con las redes sociales también se puede generar movimientos masivos de solidaridad ante una situación de crisis.</p>	
<p>En las Redes sociales se puede ofertar productos o servicios y realizar negocios. Cada vez son más las empresas que</p>	
<p></p>	

<p>inician el uso de las Redes sociales en Internet a su favor pues es un mercado que de una u otra manera ya se encuentra segmentado.</p>	<p>Además son utilizadas en ocasiones por criminales para conocer datos de sus víctimas en delitos: como el acoso y abuso sexual, secuestro, tráfico de personas, etc.</p>
<p>Brindan un espacio para servicios de ayuda social como búsqueda de personas desaparecidas o recolección de fondos para determinados temas.</p>	

**Tabla 1 Ventajas y desventajas de las Redes sociales. Elaboración propia**

Dentro de los beneficios psicosociales de las redes sociales, se puede argumentar que se da un establecimiento de lazos y relaciones con personas que comparten las mismas necesidades e intereses, esto ayuda a que se de un quebranto en el aislamiento de muchas personas, las redes sociales dan la posibilidad de salir del anonimato, o aún de la discriminación, dan paso a la integración y a la tolerancia de diferencias; las redes sociales pueden convertirse en espacios de igualdad en los que todos están en igualdad de condiciones para presentar y hacer pública su vida o parte de ella y a sus conocidos o a una interminable red a la que cada vez se integran más personas.

## **2.5 Paradojas**

La sociedad actual está viviendo en un mundo lleno de paradojas. La TIC's han traído grandes beneficios, la información está al alcance de las manos de muchas personas,

pero paradójicamente, ahora a pesar de tener información abundante sobre cualquier tema, el conocimiento es poco, cada vez son menos las personas que acuden a investigar en libros y se interesan por temas profundos; así también aunque la sociedad se encuentra más conectada, se van agrandando las distancias de la interrelación cara a cara, ya no son muchas las personas que se reúnen con sus vecinos para tener una conversación cara a cara, los tienen como contactos en sus correos electrónicos y nada más en caso de conocerlos.

La libertad de la que pueden gozar los seres humanos en la actualidad es prácticamente ilimitada, pueden tener la posibilidad de incluso viajar (virtualmente) desde sus hogares, pero paradójicamente, gracias a las TIC's las personas también se encuentran más vigiladas y controladas.

### **2.5.1 Cibersexo**

Michael Foucault en el primer tomo de *La historia de la sexualidad*, llamado *La voluntad del Saber*, reflexiona acerca de la importancia que tiene la sexualidad en las sociedades industriales, Foucault denominó a este hecho como *dispositivo de la sexualidad*. La sexualidad tenía un papel muy importante tanto a nivel individual como colectivo; los dos aspectos estaban determinados por el biopoder<sup>7</sup>, es por ello

---

<sup>7</sup> Es un término originalmente acuñado por el filósofo francés Michel Foucault para referirse a la práctica de los estados modernos de utilizar numerosas y diversas técnicas para subyugar los cuerpos y controlar la población. Michel Foucault señala que el surgimiento del biopoder, que absorbe el

que la sexualidad fue tomada como un medio de control de las masas dentro de las tecnologías disciplinarias destinadas a normalizar la intimidad en las sociedades industriales.

La noción de sexo permitió agrupar, de acuerdo con una unidad artificial, elementos anatómicos, funciones biológicas, conductas, sensaciones y placeres, y permitió hacer funcionar esta unidad ficticia como principio causal, sentido omnipresente, secreto a descubrir en todas partes, por esto, el sexo pudo funcionar también por todo eso, el sexo pudo funcionar tan bien como significante único y como significado universal. (Foucault, 2000, pág. 148)

Sabiendo ya la importancia que tiene la sexualidad en la vida del ser humano, considerando que todos son seres sexuales, se puede decir que éste ámbito a pesar de ser considerado un tabú es muy importante en las relaciones sociales que se desarrollan en el ciberespacio, oír lo menos se pueden resaltar tres connotaciones que giran en torno a este tipo de relaciones y a la seguridad; es decir, los participantes no desean ser rechazados en la vida real, estas son un rechazo corporal, el deseo de evitar la angustia y un temor al intercambio carnal. *“En este modo guarda dentro de sí, ese aspecto de escondite en el sentido de ponerse a salvo de, en este caso: la vida misma y la corporalidad de ella”* (Balaguer, 2003, pág. 7) La manipulación sexual por parte de la tecnología ha trastocado los sentimientos más íntimos de la humanidad.

---

antiguo derecho de vida y muerte que el soberano detenta, pretende convertir la vida en objeto administrable por parte del poder. En este sentido, la vida regulada debe ser protegida, diversificada y expandida. Su reverso, y en cierto sentido su efecto, es que para tales efectos es necesario justamente contar con la muerte, ya sea en la forma de la pena capital, la represión política, la eugenesia, el genocidio, la contracepción, etc., como una posibilidad que se ejerce sobre la vida por parte del poder que se fundamenta en su cuidado.

El intercambio pasa a ser textual, los cuerpos a distancia sólo se comunican y dejan saber al otro lo que desean en un encuentro con ese otro "a solas". En esa soledad acompañada, el sida, los ataques, las decepciones y disfunciones sexuales quedan en un comienzo por fuera de órbita de estas relaciones mediatizadas por el ordenador. (Balaguer, 2003, pág. 8)

En la actualidad, el sexo virtual ocupa un lugar privilegiado junto a la pornografía en la Red, donde abunda material sobre estas cuestiones. En el ciberespacio el sexo puede llegar a ser muy intenso y sobre todo no lleva implícito un compromiso emocional ente los practicantes, este hecho también puede ocurrir en los contactos físicos, pero la diferencia radica en la ausencia de la carnalidad.

La sexualidad en la Red ha significado un cambio en los paradigmas de las relaciones sexuales y de la genitalidad; la penetración pene-vagina, pasa a segundo plano porque el contacto corporal entre dos personas no se da. Con este nuevo intercambio sexual también se ha modificado el concepto de género, lo femenino y masculino ya no está dentro de las concepciones culturales y sexuales establecidas en el ciberespacio. *“Cualquier comportamiento es admitido en los encuentros virtuales”*. (Millán, 2009)

Con el avance de las tecnologías se ha dado también la digitalización de los sentidos, en especial el del tacto que han ayudado para el desarrollo del cibersexo, por la creación de toda clase de prototipos de aparatos, sean estos guantes, lentes, sensores, para encontrar el placer y la estimulación sexual a un nivel máximo.

En el cibersexo los participantes no perciben un peligro en lo que respecta a la fertilidad ni las enfermedades de transmisión sexual, que es un temor bastante manifiesto de muchos individuos. Los instintos reproductivos han sido aplacados por la máquinas, por las TIC's, ahora se puede tener el sexo más tranquilo sin temor de un embarazo no deseado, muchos consideran que el sexo virtual puede constituirse método anticonceptivo más efectivo de la historia que permite a los practicantes no privarse de los momentos de placer, que la farmacología y la religión no permitían, así mismo el temor de contagio de enfermedades venéreas se anula, salvo la categorización biológica de algunos elementos virtuales de computadora-como los virus- no existe riesgo de enfermedades en el intercambio sexual por computadora; el sida, sífilis, son parte de la historia de la medicina.

Los temores de los seres humanos que tienen estas prácticas acerca de su cuerpo se desvanecen, todo lo corporal desaparece. Lo importante es la velocidad de conexión al ciberespacio, el sexo virtual se ha convertido en el un lugar donde las fantasías se cumplen sin temores, sin errores y limitaciones, salvo los de la tecnología; los placeres sexuales que da la máquina aún son inciertos y difíciles de comprender por gran parte de la población, pues como muchas otras prácticas se lo considera un tabú. Al igual que lo ocurrido con la masturbación, la homosexualidad, Mark Dery manifiesta que:

El amor con las máquinas y las aventuras en mundos virtuales son una alternativa muy seductora en los tiempos se sida, de embarazos no deseado y de las enfermedades sexuales. En la cibercultura el deseo generalizado por un amor sin riesgos ha hecho nacer juegos sexuales por Internet... Como los programas pornográficos interactivos y esa fantasía pocas veces confesada: el sexo virtual o cibersexo. (Dery, 1998, pág. 226)

Al sexo virtual se lo puede estudiar desde varias posiciones, sean éstas filosóficas, religiosas, sexuales, etc. Puede ser tomado como una alternativa sexual, fuera de toda condición social del individuo, fuera del hombre, mujer, homosexual, andrógino, que busca una satisfacción propia del cuerpo y del sexo sin temor hacia el otro, todos tienen la opción de entrar si se sienten interesados o si gustan, se quedan si les agrada y si no siempre hay la opción de abandonar este tipo de comunidad; sin embargo, también se puede entender al sexo virtual desde la fragilidad de los sentimientos propios de la era de la información y comunicación.

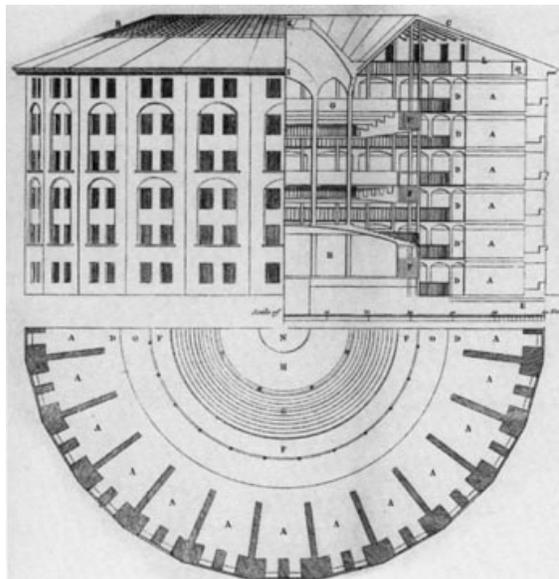
### **2.5.2 Una sociedad vigilada: El Panóptico**

Jeremy Bentham, planteó la idea arquitectónica de una prisión que consistía en:

Una construcción en forma de anillo; en el centro, una torre, ésta, con anchas ventanas que se abren en la cara interior del anillo. La construcción periférica está dividida en celdas, cada una de las cuales atraviesa toda la anchura de la construcción. Tienen dos ventanas, una que da al interior, correspondiente a las ventanas de la torre, y la otra, que da al exterior, permite que la luz atravesase la celda de una parte a otra. Basta entonces situar un vigilante en la torre central y encerrar en cada celda a un loco, un enfermo, un condenado, un obrero o un escolar. (...)Para ello Bentham ha sentado el principio de que el poder debía ser visible e inverificable. Visible: el detenido

tendrá sin cesar ante los ojos la elevada silueta de la torre central de donde es espiado. Inverificable: el detenido no debe saber jamás si en aquel momento se le mira; pero debe estar seguro de que siempre puede ser mirado. (Foucault, 1994, págs. 203,205)

Este un novedoso sistema de vigilancia consistía en inducir en el detenido un estado consciente y permanente de visibilidad que garantiza el funcionamiento automático del poder y fue retomado por Foucault en el libro *Vigilar y Castigar*, en el que retoma la idea del panóptico. A decir de Foucault, la idea principal de un panóptico es la de crear una nueva anatomía política, cuyo objeto y fin son las relaciones de disciplina y no las relaciones de soberanía.



**Ilustración 5 Panóptico de Bentham Fuente: <http://www.enriquedans.com/wp-content/uploads/2010/05/Panopticon.jpg>**

El panóptico está construido para permitir el control interior, para visibilizar a los prisioneros, para modificarlos; en otras palabras, el panóptico es un juego de la mirada que permite inducir efectos de poder. Si bien es cierto que el panóptico de Bentham se ha

presentado como un sistema de poder, esta se basó en el postulado que las sociedades de producción tienen a la vigilancia como un factor determinante: así, los detenidos solo escuchaban las órdenes que se les impartía por medio de un sistema de altavoces, por lo cual estos se encontraban vigilados todo el tiempo; esto es desde ya una especie de juego donde, por primera vez, los humanos juegan el simulacro de ser Dios, a ser escuchados sin ser vistos (Brito, 2008, pág. 27).

La tecnología disciplinaria forma parte indisoluble de la sociedad industrial, que da paso a las formas sociales y de producción que caracterizaron a esta sociedad. No obstante en la sociedad industrial no se inventaron mecanismos de vigilancia sino que comenzaron a utilizarse estos mecanismos que en adelante adquirieron importancia social especialmente en lo que se refiere a disciplinar al cuerpo para que se acostumbre a la rutina impuesta por las fábricas, los hospitales, ejércitos y las escuelas, cuestiones básicas en la sociedad fábrica, la disciplina sólo tiene sentido en una sociedad industrial donde los trabajadores buscan conseguir sus deseos a largo plazo. Foucault en su libro *Vigilar y castigar* de 1994 se refiere a este ámbito social como:

Vemos crecer en el ejército, los colegios, los talleres, las escuelas, toda una domesticación del cuerpo, que es la domesticación del cuerpo útil. Se ponen a punto nuevos procedimientos de vigilancia, de control, de distribución de espacio, de notación, etc. Hay toda una investidura del cuerpo por mecanismos de poder que procuran hacerlo a la vez dócil y útil. Hay una nueva anatomía del cuerpo (Foucault, *Vigilar y Castigar*, 1994, pág. 181).

Con la entrada en escena de la sustitución de la mano de obra, por la tecnificación de las industrias, se está pasando a una nueva sociedad, la del consumo. Ahora estamos frente a sistemas de trabajo flexibles, muy diferentes a los de la era de la industrialización masiva. Gracias a esta flexibilidad laboral las sociedades ya no necesitan de grandes cantidades de trabajadores y empleados, ni tampoco capataces que estén al mando de una cantidad de empleados que trabajan bajo vigilancia.

La sociedad disciplinaria también ha comenzado una mudanza, pero la idea de la vigilancia sigue vigente, ahora la sutileza de vigilar es la característica de las nuevas formas de vigilar y castigar, y tal vez es esta sutileza lo que ha provocado que el mundo se haya convertido en un gran mercado. La disciplina ahora necesita de consumidores dóciles; antes que obreros, estudiantes, amas de casa, resistentes al consumo, hoy debe existir mucha gente ocupada en gastar grandes cantidades de dinero, que en resistir al consumo.

Así, el panóptico es el lugar del gran simulacro, donde se crean situaciones complejas de vigilancia, que hacen que los individuos se sientan amenazados y donde sus acciones son sujetas a observaciones simuladas, gracias a la invisibilidad de quien ejerce la observación. Es precisamente el factor de la invisibilidad lo que provoca que la presencia física no sea necesaria para que se interiorizase la vigilancia, en consecuencia el panóptico es lugar de simulacro de situaciones, como dice Rojas:

El panóptico es un laboratorio de poder que permitirá resolver los problemas de vigilancia. Y la ciudad que se quiere gobernar como un territorio es su arquetipo. El panóptico también es un dispositivo que produce cuerpos dóciles, pues la incertidumbre que produce una vigilancia perpetua permite modificar el comportamiento e intentar encauzar la conducta desviada. Así pues, el panóptico implica una implantación de los cuerpos en el espacio creado para tales fines. El panóptico posibilita que unos pocos, invisibles, pudieran mirar a muchos. La invisibilidad de estos producía el efecto de que su presencia no fuera necesaria para que se interiorizase la vigilancia: es así como aparece la disciplina, tan importante en la sociedad de productores. (Rojas, 2007, pág. 4)

Con la llegada de la sociedad de la información y del conocimiento, el panóptico fue perdiendo terreno, las personas adquirieron tecnología y podían hacer una contraofensiva sobre la vigilancia del poder, sobretodo hasta el 11 de septiembre del 2001, cuando surge de una manera más voraz la vigilancia. En este contexto, el Gran Hermano Orwelliano (1984) ha pasado de ser una ficción para convertirse en algo que todos los individuos de una o de otra manera los individuos viven todos los días. Si el panóptico de Bentham tenía su ámbito en el espacio público, ahora la nueva vigilancia traspasa esta barrera para llegar a los hogares, a perturbar la intimidad.

La psicología ha brindado durante años una infinidad de estudios con los que se puede saber las tendencias, gustos, tipo de personalidad y preferencias que tienen las personas; pero ahora gracias a los resúmenes de las tarjetas de crédito, débitos bancarios, perfiles en Redes sociales o compras por internet se puede saber todos los

aspectos de una manera más rápida, eficaz y disimulada, ahora se puede vigilar así a la población.

De este modo, la pregunta está dada en el sentido de quién se puede salvar de este nuevo panóptico más brutal, se puede concluir que:

Si las tecnologías de producción caracterizan a las sociedades industriales; las tecnologías de poder a las culturas mediatizadas y de comunicación; las tecnologías de signos a las de simulación; las tecnologías del yo, corresponden, en última instancia, a las culturas que buscan la descorporeización y la liberación situándose en los sentidos y la emotividad del individuo. Todas ellas se entrelazan. (Rodrigo, 2004, pág. 28)

Cabe recalcar que para Foucault el panóptico, no constituía la obra arquitectónica diseñada por Bentham, sino que veía que las tecnologías de la información y comunicación, proveían una nueva forma de vigilar y castigar a los ciudadanos; la sociedad asediada por las miradas sean estas del poder establecido o por los mismos sujetos provenientes de la sociedad civil, tiende a producir subjetividades fuera de control, desesperadas por encontrar una salida a la telaraña de cámaras, de circuitos que siguen sus pasos. Es como si las ciudades se convirtieran en un gran panóptico institucional.

La nueva arquitectura urbana ha construido el nuevo panóptico institucional que se caracteriza por una serie de acciones articuladas por la tecnología que se basan sobre todo por el movimiento ciudadano. Si el movimiento físico caracterizó el panóptico de Bethman, ahora el movimiento rápido se ha trasladado a todo acto que realizan las

personas como: deportes, viajes, manejo de cuentas bancarias, estudios; en fin, todo lo que implica las actividades diarias, todo se somete a la vigilancia. Con este movimiento las personas son reemplazadas por números y códigos de barras, basta el número de una tarjeta de crédito, la cédula de identidad o una cuenta de servicios básicos y listos, se obtiene todos los datos de las personas, tan simple como eso, bienvenidos y bienvenidas al panóptico contemporáneo; y no basta solo con eso...

En las sociedades asediadas por las tecnologías de vigilancia, la inmovilidad significa desaparición, no estar en el sistema; es como poseer una tarjeta de crédito, a mayor movilidad los gastos aumentan y por lo tanto entra al sistema deudor; en este caso ahora no sólo se registran sus compras sino el lugar, la hora y el tipo de la compra. El asedio tecnológico llega a un punto de asfixia social, de una paranoia de inseguridad permanente; a más cámaras de vigilancia más inseguridad existe.

No contentos con todo esto, en la actualidad se tiene la posibilidad de crear perfiles en sitios web donde las personas publican su información personal, sus sentimientos, quiénes son sus amistades y familiares, cuáles son sus gustos, cómo se sienten en determinado momento, las últimas cosas que han hecho y publican fotos acerca de todo esto. Así lo que antes era considerado privado se vuelve totalmente público, todos pueden enterarse de los últimos movimientos de una persona con sólo hacer un clic.

El panóptico virtual también nos trae la disciplina como un mecanismo de control. Foucault, relaciona a la disciplina con el cuerpo; claro está, la disciplina sobre el cuerpo no nació con el uso de las tecnologías de la información y comunicación. Foucault ha señalado que el cuerpo ha sido objeto de los castigos a lo largo de la historia de la humanidad; los locos, los presos, los esclavos, los estudiantes, mujeres y prostitutas e incluso los trabajadores en la era industrial, eran castigados corporalmente; garrotazos, baños con agua fría, aislamiento, oscuridad, flagelación y todo tipo de torturas corporales eran empleadas contra los frágiles cuerpos de los olvidados y oprimidos, con el fin de acabar con su vidas o tratar de ser reinsertados en la vida cotidiana.

En el mundo actual, la disciplina reincide en el movimiento más no en el cuerpo, ni tampoco se debe recurrir al panóptico arquitectónico, es decir, al encierro; las formas de movimiento es la clave de disciplina, todo esto para modificar la conducta de los sujetos que, a diferencia del panóptico de Bethnam pretendía crear a partir de los cuerpos encarcelados. En este contexto la disciplina se encamina a marcar los flujos de los individuos, la masa ya no importa, sólo el movimiento es importante ya que delata las actividades de los sujetos.

Se establece trayectorias antes que su sujeción. No es ficción científica pensar en un dispositivo de control capaz de proporcionar en cada instante la posición de un elemento en un medio simulado. En este punto, las bases de datos son todavía más relevantes que el

*password* puesto que señalan la posición, lícita o ilícita y determinan la modulación. (Fonseca, 2008, pág. 67)

Por esto no es extraño que en el mercado se pueda encontrar una gran variedad de artefactos de posicionamiento global, o GPS. La localización y control de la movilidad prima sobre las personas y objetos. Lejos hemos quedado de las películas donde describían la posición de las personas.

Así, las sociedades se han convertido en prisiones sociales donde las máquinas han reemplazado el ojo del carcelario, dando como resultado una *mirada ciega*. Como describe el filósofo Paúl Virilio, “*las relaciones de confianza ya no se pueden mantener iguales, como mirarse los ojos, estrechar las manos; estos actos humanos han sido reemplazados por frías máquinas de control*”; mecanismos de control tan sutiles existen en la sociedad contemporánea como: *passwords*, tarjeta de crédito, cédulas, cuantas de ahorros y corrientes, sirven para clasificar y vigilar a los consumidores, y a la población en general.

### **2.5.2.1 La gran oreja**

La red Echelon, también conocida como la gran oreja, es una red creada en los Estados Unidos por la Agencia de Seguridad Nacional de Estados Unidos como una herramienta para la lucha en contra del terrorismo y está constituida por:

Un entramado de antenas, estaciones de escucha, radares y satélites, apoyados por submarinos y aviones espía, unidos todos esos elementos a través de bases terrestres, y cuyo el objetivo es espiar las comunicaciones mundiales, *teóricamente*, para luchar contra el

terrorismo internacional (el que les afecta a ellos, claro) y el tráfico de drogas. Entre las comunicaciones espiadas se encuentran los correos electrónicos, faxes, comunicaciones por cable, por satélite, radio, conversaciones telefónicas. (Biblioteca pléyades, pág. 1)

Este sistema de espionaje se trata de la escucha de comunicaciones mediante sniffers<sup>8</sup> para su posterior filtración, que se trata en la identificación de ciertas palabras clave anteriormente establecidas en inmensos diccionarios, dichas palabras pueden pertenecer tanto a textos como a voces reales y ser pronunciadas y/o escritas en varios idiomas: inglés, castellano, francés, árabe, chino, japonés, etc. Lo que quiere decir que este sistema tiene poderosos buscadores y programas de reconocimiento de voz., de hecho, se habla de que tiene la capacidad de filtrar cerca de 2.000 millones de mensajes en una hora.

Según declaraciones oficiales de la Sede de Comunicaciones Generales (GB) al London observer en 1992, varias organizaciones “inocentes” están en el “Libro Negro” de ECHELON. Es el caso de Amnistía Internacional, Greenpeace y Christian Aid. ECHELON espía a grupos antiglobalización, movimientos ecologistas o sencillamente, a todos aquellos que promueven un pensamiento crítico y pueden desestabilizar el Gobierno Oculto. Incluso se utiliza a modo particular, en otro artículo publicado por el mismo periódico, un ex empleado del British Joint Intelligence Comité (BJIC), Robin Robinson, admitió que Margaret Thatcher había ordenado a título personal, que se interceptaran las comunicaciones de Lonrho la empresa propietaria del Observer, después de que éste publicara el 1989 un artículo que acusaba a su hijo Mark de haber recibido sobornos en una transacción

---

<sup>8</sup> El sniffer es un software que permite capturar tramas de la red. Generalmente utilizado con fines maliciosos para capturar textos de emails, chats, datos personales, contraseñas, etc.

multimillonaria de armas con Arabia Saudita. A pesar de que se enfrentaba a una acusación por traición, Robinson confesó que él había enviado mensajes interceptados de Lonrho a la oficina de la Sra. Thatcher (ProyectoPV, pág. 6).

Entonces se puede ver en este ejemplo que la red Echelon no solamente tiene la finalidad de ser una herramienta en la lucha con el terrorismo y para investigar a los enemigos latentes, sino también a los individuos, grupos de personas u organizaciones que pueden resultar fastidiosos a ese poder establecido.

### **2.5.3 El Sinóptico**

Las TIC's, especialmente el Internet y las cámaras de video, han prometido y cumplido la creación de nuevas formas de sociabilización, sobretodo Internet que ha creado un mundo paralelo, el Ciberespacio.

Las tecnologías de la información han sido y seguirán siendo utilizadas por el poder, pero por otra parte también es cierto que la sociedad ha sacado ventaja en el uso y apropiación de las tecnologías como es el caso del sinóptico; es decir, en el mundo contemporáneo conviven al vigilancia horizontal, todos vigilan a todos, en este sentido Reight Whitaker describe la contemporaneidad como:

Lo que está claro es que las nuevas tecnologías han reestructurado totalmente el ejercicio del poder panóptico, convirtiendo en una entidad descentralizada y consensual que se extiende mucho más allá del poder que emana de la cima, con la participación de todos los sujetos en su propia vigilancia. También facilitan la comunicación

horizontal inmediata entre los sujetos del panóptico, así como la posibilidad de vigilar al vigilante, de instaurar una posibilidad democrática de vigilancia desde abajo. (Whitaker, 1999, pág. 214)

Las TIC's, posibilitan a los individuos una visibilización máxima, una multitud de miradas observando a otra multitud de personas; estas dos multitudes deseosas de ver y ser vistos.

En este sentido sinóptico funciona como una ventana a mundos personales que desean ser visibilizados y encuentran esta satisfacción en el deseo que tenemos de mirar la intimidad, en el deseo de satisfacer la necesidad de ver a otros. Los ejemplos sobran sobre este tecnificado voyerismo, los medios de comunicación tradicionales siempre han tratado de inmiscuirse en la vida personal de los personajes públicos, de allí la abundancia de programas de farándula, luego los talk shows, empiezan a mostrar a personas comunes para que narren sus vidas (muchas de ellas miserables).

Todos estos son mecanismos que crean nuevos comportamientos, sentimientos y sobretodo proporcionan información sobre las personas, pero sobre todo desnudan el ámbito privado para mostrar lo íntimo de los seres humanos.

Así, el sinóptico se sirve de las tecnologías de la información y comunicación, y sobre todo de las formas de imágenes. Aunque cabe recalcar que el sinóptico no varía mucho del panóptico, pues sigue en manos del poder mediático empresarial. Pero lo interesante en este punto surge cuando la población civil inicia la utilización de la

tecnología para vigilar, puede ser a sus vecinos, amigos y sobre todo al poder. Es en este punto cuándo se perfecciona el sinóptico; es decir, es en este momento en donde todos jugamos el rol de la simulación, somos a la vez el gran hermano y vivimos en la casa del gran hermano, no hay un escape posible.

El sinóptico es global por naturaleza; el acto de vigilar libera a los vigilantes de su localidad, los transporta siquiera espiritualmente al ciberespacio, donde la distancia no importa, aunque sus cuerpos permanezcan en lugar. Ya no tiene importancia si los blancos del Sinóptico, transformados de vigilados en vigilantes, se desplaza o permanecen in situ (Bauman, 2006, pág. 71).

En resumen, mientras en el panóptico la vigilancia se da por quienes ostentan el poder para controlar a los ciudadanos, el sinóptico es lo contrario, los ciudadanos controlando a sus similares y sobretodo a quienes tienen el poder valiéndose de las herramientas tecnológicas que la contemporaneidad brinda.

#### **2.5.4 Multiplicación del yo**

La identidad que tiene un ser humano se construye en base de la percepción interna que tiene y que se ha constituido por la acción de la experiencia tanto individual como colectiva, Castells indica: *“La acción de los sujetos humanos sobre sí mismos, determinada por la interacción de sus identidades biológicas y culturales y en relación con su entorno social y natural”* (Castells, 1998, pág. 55). La percepción

del mundo que cada individuo tiene se construye sobre la ubicación de las similitudes y diferencias frente al resto de seres humanos.

Los cambios tecnológicos de una forma general han modificado el entorno social especialmente en las construcciones de nuevas identidades. En la actualidad las tecnologías de la información y comunicación son mucho más que soportes físicos de transmisión de información. Tienen importantes y poderosas implicaciones en la construcción social de la cultura, en los hábitos y relaciones interpersonales y en la configuración de la percepción de la realidad tanto en los sujetos individuales como sobre el conjunto de la población. (Brito, 2008, pág. 27)

Las TIC's (la multimedia, la telefonía móvil, Internet, etc.) están incorporándose de forma acelerada a la vida colectiva y cotidiana de los seres humanos y consecuentemente, se ha reconfigurado y creado un entorno cultural muy distinto al conocido en la antigüedad, pues se establecen nuevas convivencias entre los usuarios fuera de los patrones culturales tradicionales. Gracias a esta tecnología las personas han podido representar una encarnación de cada uno en un entorno virtual: han creado a los avatares, que no son otra cosa que la representación construida de sí mismos en el ciberespacio.

Paradójicamente las TICs también han fortalecido ciertas identidades que políticamente y geográficamente no han podido consolidarse. Tales identidades han comenzado a utilizar a la Web para construir una *territorialización* y no estar desarraigado de su matriz cultural: *“La red se constituye como una nueva piel*

*cultural, por medio de la cual podemos sentir y percibir el mundo”* (Parra, 2006, pág. 234).

En el Internet se configuran los individuos a sí mismos; la extensión-Red define a las personas exactamente como el cuerpo material definía a las personas desde la biología. En otros términos, el ciberespacio da muestra un nuevo sentido del yo, da paso a un juego sobre la identidad de cualquier persona.

Refiriéndose a la etimología de la palabra persona que es: máscara, máscara trágica, máscara ritual, en el ciberespacio la figura de máscara es usual, ya que quienes utilizan la Red para jugar varias personalidades están utilizando una serie de máscaras. De esta manera el sujeto en línea es una identidad que es asumida, diferenciándose de la vida real donde los sujetos no pueden decidir voluntariamente su nombre, sexo, edad, etc. A raíz de estos hechos Sherry Turkle reflexiona de la siguiente manera:

*¿Estamos viviendo en la pantalla o dentro de la pantalla? Puedes ser quien quieras. Te puedes redefinir por completo si lo deseas. Puedes ser del sexo opuesto. Puedes ser más hablador. Puedes ser menos hablador. Lo que sea. Puedes ser quien realmente quieres ser, quien tienes la capacidad de ser. No tienes que preocuparte tanto de las casillas que te asignan los demás. Es más fácil cambiar el modo en que te percibe la gente, porque lo único que saben es lo que les enseñan. No ven y te miran el cuerpo y suponen cosas sobre ti. No te escuchan el acento y suponen cosas. Lo único que ven son tus palabras, la Red siempre está ahí, 24 horas al día puedes darte una vuelta y encontrarse con unas personas interesantes con las charlas, si has dado con la Red que encaja bien contigo. (Turkle, 1997, pág. 48)*

La Red brinda amplias posibilidades para jugar, configurar la identidad, y por qué no de poner en evidencia otras. Estas posibilidades se dan en gran medida gracias al anonimato que permite tener el Internet, ya que en algunos casos los personajes son invenciones de los usuarios que facilitan que los participantes expresen aspectos del yo escondidos hasta entonces.

#### **2.5.4.1 Los Yoes**

Con el surgimiento del mundo virtual ha surgido la posibilidad de conseguir un *lugar*, donde los seres humanos se pueden liberar de su cuerpo, de las imposiciones familiares y sociales para entrar a un mundo donde se pueden multiplicar en distintos Yoes, mundos donde los seres humanos recrean una realidad distinta a la cotidianidad, un mundo donde su corporalidad y subjetividad mutan en nuevos seres. Vale la pena recordar lo siguiente:

Dios creó al hombre a su imagen y semejanza y al ponerlo en el orden del universo, creó un avatar de sí... Avatar es el desdoblamiento de un dios en un cuerpo por él creado por estar transitoriamente en el mundo; y en segundo, se dijo, es una imagen que se asemeja a un cuerpo que puede interactuar con otras imágenes, que están dentro de un espacio virtual. (Rodrigo, 2004, pág. 152)

El avatar se convierte en nuestra representación en el mundo virtual, ya que este es el nuevo teatro de vida, donde se expresan las nuevas dramaturgias de la cotidianidad. Los participantes de este nuevo teatro, los usuarios, pueden acceder de distintas

partes, por medio de un ordenador donde participan en un juego tan real como en la vida física.

En la virtualidad pueden expresarse varias clases de avatares; en los chats los avatares se constituyen de acuerdo al nombre, edad, sexo, etc. En los videojuegos los avatares están constituidos por la personalidad, ropaje, visión, cualidades físicas y mentales, dependiendo de la actividad que se quiera jugar.

Para Tomás Maldonado, los avatares desvirtúan la noción de desmaterialización del cuerpo físico. En la virtualidad no se pierde el cuerpo físico, sino que se transmite al mundo virtual por medio de redes electrónicas incomparadas al cuerpo anatómico del humano.

Cuando los individuos entran en las comunidades virtuales, los sujetos pueden hacer una reconstrucción de su identidad para crear una re significación social de la identidad. La Red al igual que una ciudad, dispone de variados grupos en la ávida búsqueda de identidades, compartiendo deseos comunes. Las tribus digitales son clasificadas por diferentes grupos caracterizados por sus inclinaciones sexuales, gustos musicales, creencias religiosas, etc. Al final en distintos casos forman identidades alternas, donde la indiferenciación se vuelve más profunda y a la vez sutil. *“El concepto posmoderno apunta que la identidad se puede alterar migrando a*

*un medio de comunicación electrónico supuestamente anónimo, como Internet”*  
(Katz, 2006, pág. 71).

## **2.6 Las Redes Sociales más utilizadas**

De acuerdo a la página electrónica Desarrollo Web: El ranking de las redes sociales más utilizadas alrededor del mundo hasta mayo del 2010 fue el siguiente (Desarrollo Web, 2010):

- 1. Facebook:** Fue fundada por Mark Zuckerberg en febrero de 2004, inicialmente era una red exclusiva para alumnos de Harvard, en cuestión de un par de semanas fue un gran hit, otras universidades solicitaban tener esta red social.
- 2. MySpace:** Es una de las Redes sociales más grandes del mundo, tiene al rededor de 125 millones de usuarios a nivel mundial. Creció rápidamente después se vio compitiendo con Facebook, inició siendo una red utilizada por músicos y bandas de música.
- 3. Twitter:** Fue fundada por Jack Dorsey, Biz Stone, y Evan Williams en marzo de 2006, es una red social que tiene servicio de micro-blogging que permite a los usuarios publicar sus últimas acciones y pensamientos en un muro. Cada actualización puede ser de 140 caracteres, los mensajes deben ser cortos y concisos.

4. **LinkedIn:** en una red social gratuita de negocios que permite publicar el perfil de cada persona creando un perfil profesional. A través de este sitio los individuos pueden mantener contactos de negocios así como contactos de conocidos. LinkedIn ofrece un modo efectivo de relacionarse con las personas haciendo una lista de todos los contactos y las conexiones de esos contactos, (conexiones de segundo grado), y las conexiones de esos (conexiones de tercer grado). Desde esta red social los individuos pueden buscar empleados o trabajos.
5. **Ning<sup>9</sup>:** es una plataforma *online* para usuarios que permite crear sitios web social y redes sociales, fue lanzado en octubre de 2005, Ning fue fundado por Marc Andreessen y Gina Bianchini.

## 2.7 Facebook

Facebook es una red social en Internet, que en un inicio fue de uso exclusivo de estudiantes universitarios, pero en la actualidad está abierto a toda persona, grupo o institución que cuente con un correo electrónico y se ha convertido en uno de los sitios web más visitados del mundo.

---

<sup>9</sup> La palabra "Ning" es el término en chino para "paz".

### 2.7.1 Historia del Facebook

Facebook se creó como una versión on line de los facebook<sup>10</sup> de las universidades estadounidenses. Esta red social, de acuerdo la página web de Computación Aplicada al Desarrollo (2009):

Nació en 2004 como un hobby de *Mark Zuckerberg*, en aquel momento estudiante de Harvard, y como un servicio para los estudiantes de su universidad. En su primer mes de funcionamiento Facebook contaba con la suscripción de más de la mitad de los estudiantes de Harvard, y se expandió luego a las universidades MIT, Boston University y Boston College y las más prestigiosas instituciones de Estados Unidos. Un año después, Facebook tenía más de un millón de usuarios, una oficina en Palo Alto, California y había recibido el apoyo financiero de Peter Thiel primero (...) y de Accel Partners después (\$12.7 millones). Ese mismo año incorporó, a los alumnos de más de 25 mil escuelas secundarias y dos mil universidades de Estados Unidos y el extranjero, logrando un total de 11 millones de usuarios (Computación Aplicada al Desarrollo, 2009).

Así en el año de 2006, Facebook incluyó dentro de su lista más universidades pero esta vez extranjeras y se dieron mejoras en su plataforma ofreciendo nuevos servicios a sus usuarios, ese mismo año Facebook se hizo público permitiendo que no sean solamente estudiantes quienes formen parte de su comunidad sino todas las personas que tengan correo electrónico. *“Facebook se convirtió entonces en una comunidad de comunidades, (...) se conectan estudiantes, empresas y gente que puede elegir*

---

<sup>10</sup> Los facebookson anuarios que hacen las universidades al inicio del año académico, en donde constan las fotografías y nombres de cada uno de los estudiantes, que tienen como objetivo ayudar a los estudiantes a conocerse mutuamente.

*participar en una o más redes. Es una comunidad creada por y en función de sus miembros”* (Computación Aplicada al Desarrollo, 2009).

De acuerdo a la revista “*Newsweek*”, en febrero de 2007 llegó a tener más de 19 millones de miembros en todo el mundo, después gracias a la cantidad de personas que se unían este sitio apareció incluso en la portada de la revista; además de iniciar vínculos con otras páginas web.

En 2008, Facebook quiso atraer más personas a su comunidad y sacó la versión en francés, alemán y español. Mark Zuckerberg, de 26 años, quien se encuentra en el segundo lugar de los jóvenes más millonarios del mundo acorde a la revista “*Forbes*” con una fortuna cercana a dos millones de dólares a su haber, el creador de esta página publicó en gran cantidad de medios que en el año de 2009 que su sitio web había alcanzado los 250 millones de usuarios.

## **2.7.2 Utilidades y aplicaciones que ofrece Facebook**

### **Contactos**

Mediante Facebook se tiene la posibilidad de localizar una gran cantidad de amigos o conocidos con quienes se perdió el contacto, o aún con quien se tiene contacto constante. Además se puede agregar otros nuevos con quienes intercambiar información sea mensajes, fotos, opiniones, etc.

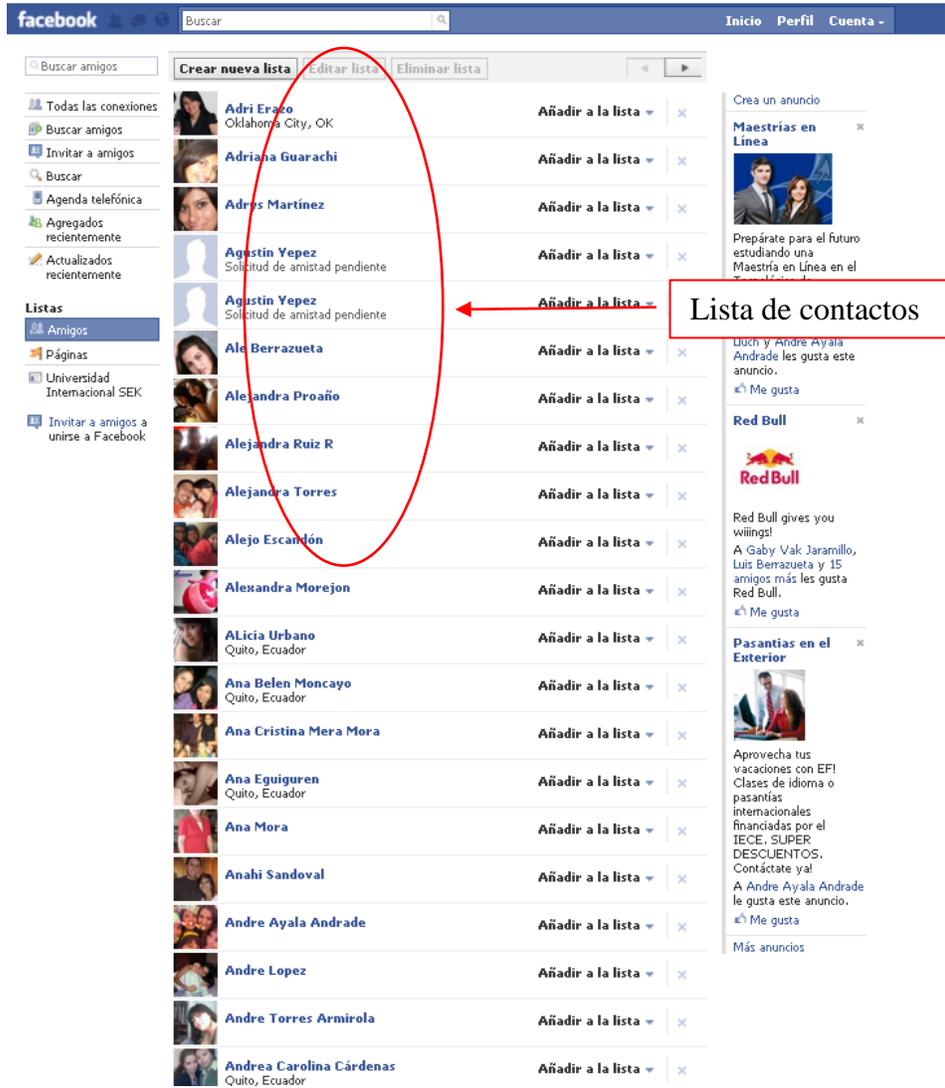


Ilustración 6 Lista de contactos de Facebook. Imagen obtenida de propio perfil de Facebook

## Grupos

El objetivo de los grupos en Facebook es reunir personas con intereses y opiniones comunes, los grupos pueden ser creados por cualquier persona o institución y en ellos se puede añadir videos, mensajes o fotos, pueden ser creados con cualquier temática y pueden unirse las personas que estén de acuerdo con ese asunto o idea. Los grupos creados en Facebook también tienen su reglamento, no pueden crearse grupos con temáticas discriminatorias, que inciten al odio o falten el respeto a la honra y dignidad de una persona. En caso de que esto ocurriera todos los usuarios de la red social están en la posibilidad de denunciar y reportar a cualquier grupo que vaya en contra de esta norma, cada grupo tiene un link que lleva a un cuadro de quejas y reclamos.



Ilustración 7 Grupo de Facebook. Imagen obtenida de propio perfil de Facebook

## Muro

Todos los perfiles tienen un muro que es una zona en la que cada usuario puede expresar en pocas palabras sus sentimientos, sus amigos pueden dejar comentarios y se publican las últimas actualizaciones de una persona. En el muro se pueden añadir fotos, videos, enlaces, retos y puntajes de juegos, etc.



Ilustración 8 Muro de Facebook. Imagen obtenida de propio perfil de Facebook.

## Fotografías

Cada uno de los usuarios de Facebook tiene la posibilidad de publicar fotos en su perfil, incluso se pueden crear álbumes temáticos, las fotos pueden ser cargadas desde la computadora o desde una página web, lo interesante es que no solamente se puede subir una foto sino también se puede etiquetar a las personas que allí se encuentran, ubicándolas por nombre y perfil en caso de pertenecer a la red social, además se tiene la posibilidad de realizar álbumes de fotos clasificándolas por ocasión. Un inconveniente que algunos ven es que al momento de hacer pública una foto mediante esta red social se renuncia a la autoría de dicha foto pues Facebook pasa a ser dueño de la imagen (es uno de los estatutos que hay que aceptar para pertenecer a esta red social).

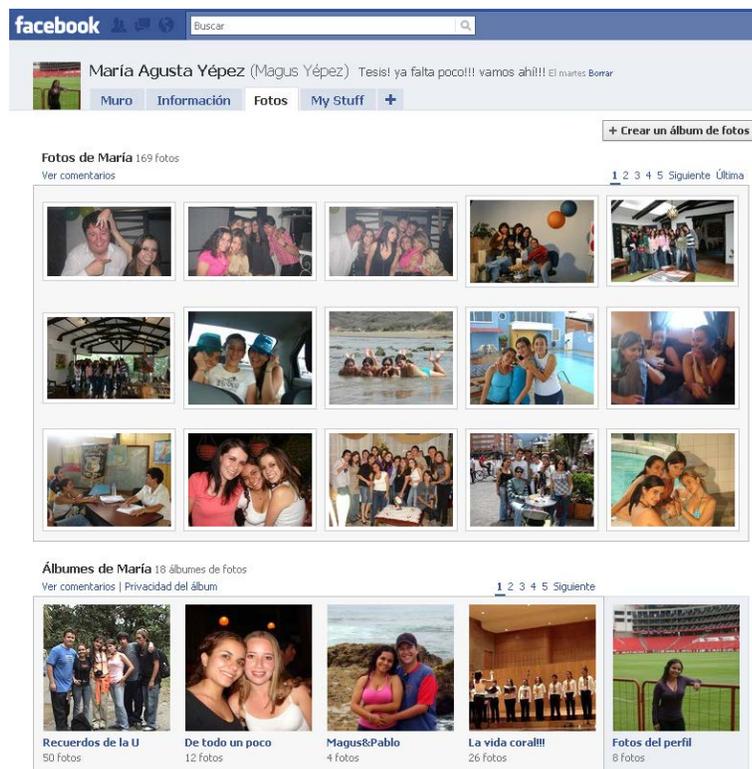


Ilustración 9 Fotos en Facebook. Imagen obtenida en propio perfil de Facebook.

## Regalos

Se puede enviar a través de los muros obsequios a otros usuarios de Facebook o pueden ser enviados de manera privada, son pequeños íconos o imágenes que llevan un mensaje. Generalmente son enviados en fechas especiales pero están disponibles todos los días del año, algunos regalos son gratuitos pero algunos tienen costo por ser enviados, para esto es necesario proporcionar un número de tarjeta de crédito para que se pueda hacer el débito o una cuenta “Paypal”<sup>11</sup>, todo el dinero que se recauda es destinado a fines benéficos.

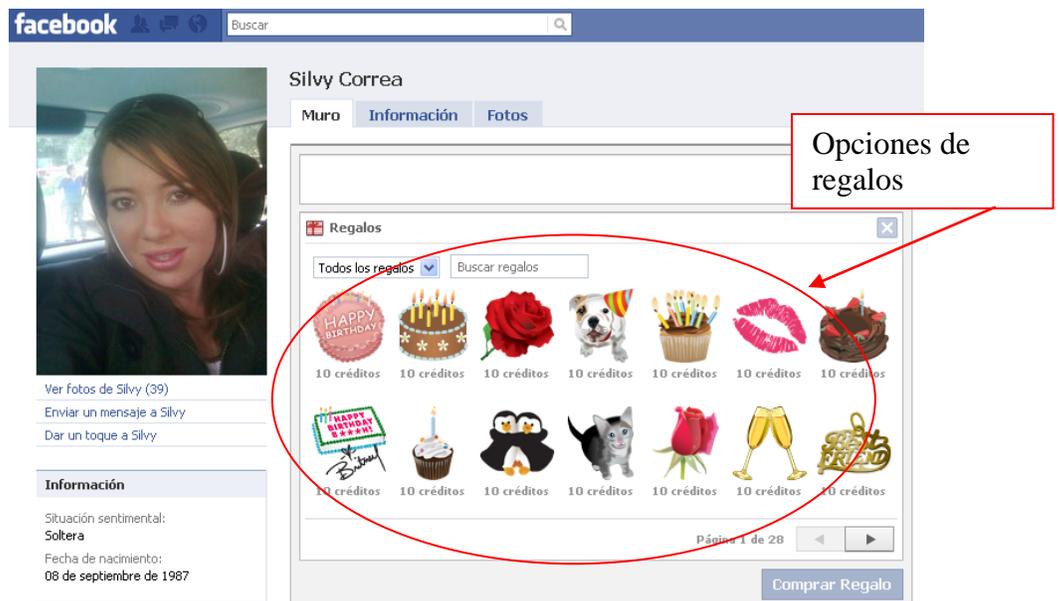


Ilustración 10 Regalos en Facebook. Imagen obtenida en propio perfil de Facebook

## Juegos

Esta también es una de las aplicaciones más utilizada de Facebook, se ha hecho muy popular a través de los últimos tiempos, Hay juegos en los que se puede interactuar

<sup>11</sup> PayPal es una empresa que pertenece al sector del comercio electrónico por Internet, permite la transferencia de dinero entre usuarios que tengan correo electrónico, es una alternativa al método tradicional en papel, sustituye a los cheques o giros postales.

con otros usuarios o juegos en los que se puede jugar individualmente y generalmente en todos se puede establecer records. Esta ha sido una puerta abierta para los programadores especialmente dedicados a elaborar juegos pues han puesto sus juegos en este sitio web; hay juegos con miles de temáticas, como por ejemplo: juego de trivias en el que se consulta a personas cuánto pueden saber de la ciudad de Quito o los usuarios pueden acceder a jugar cuarenta, hay juegos en los que se cuida una granja o una mascota, hay juegos de lógica, etc.



Ilustración 11 Juegos en Facebook. Imagen obtenida en propio perfil de Facebook.

## Eventos

Se puede enviar invitaciones y al mismo tiempo recibir confirmaciones de eventos mediante Facebook, se explica de qué se trata el acontecimiento, la fecha, la hora y el lugar dónde se realizará, algunas empresas han utilizado esta posibilidad para difundir lanzamientos de productos o seminarios, esto hace más visible a un evento, al mismo tiempo los usuarios invitados pueden comentar qué piensan acerca del evento antes y después de que haya sucedido.

The image shows a screenshot of a Facebook event page for "4to Paella Gigante". The event is public and organized by "Unita Universidad Tecnológica América". The details are as follows:

Evento público	Asistiré	Tal vez	No
Compartir			
Hora	Mañana · 9:00 - 16:30		
Lugar	Cruz del Papa ( Parque la Carolina)		
Creado por:	Unita Universidad Tecnológica América		
Más información	Este evento tiene un propósito benéfico ya que los fondos recaudados serán destinados a SOLCA Núcleo de Quito.		
	No Faltas		

A red circle highlights the event details section, and a red arrow points from a callout box labeled "Información del Evento" to this section.

**Información del Evento**

**Muro**

- Valeria Villarroel** Universidad Tecnológica América  
www.unita.edu.ec  
El Modelo Educativo de la Universidad Tecnológica América consiste en impartir cátedras del ámbito profesional y emprendedor, con el fin de brindar a la sociedad profesionales de élite, los mismos que a lo largo de su carrera obtienen un título profesional y la posibilidad de ser el Gerente General ...  
Hace 7 horas · Compartir · Denunciar
- David Del Castillo** A comer ....mhhhh q rico, solo x ayudar me comere 2 platos jejeje...  
Hace 8 horas · Comentar · Me gusta · Denunciar
- Gaby Aguilar** por la U  
Hace 17 horas · Comentar · Me gusta · Denunciar
- Quito Bicentenario** Felicidades por esta iniciativa...con mucho gusto asistiremos.  
Ecuador es tuyo...Descúbrelo  
www.quitobicentenario.com  
Hace 21 horas · Comentar · Me gusta · Denunciar

16 de Asistirán Ver todas

- Pablo Velez Cedeño
- Papá Changó
- Armando Grijalva
- Mauro Peach
- David Del Castillo
- Valeria Villarroel
- Flakita Mayrita Chikit
- TallerSocial Tarjetería Fina

16 de Quizá asista Ver

Ilustración 12 Eventos en Facebook. Información obtenida en propio perfil de Facebook

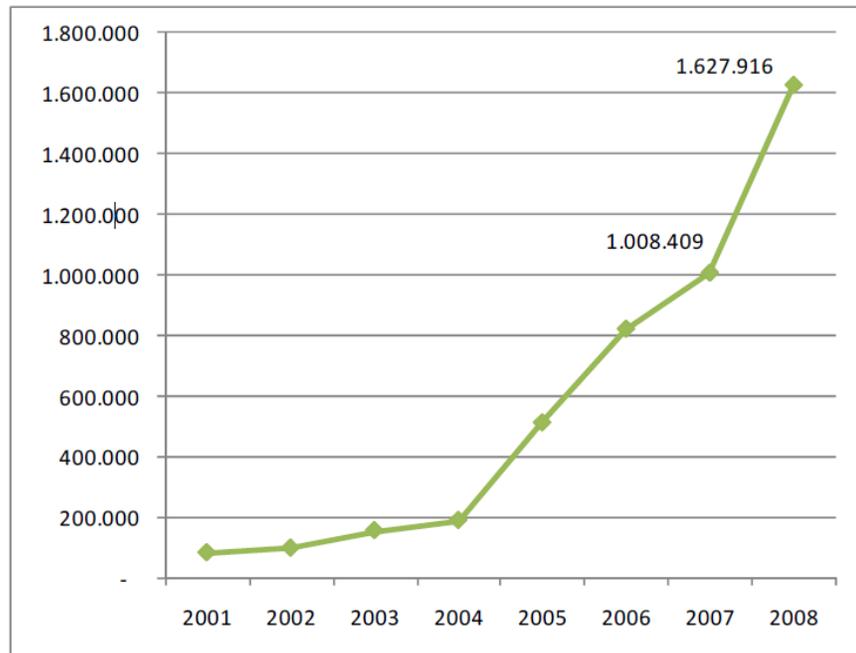
## **2.8 Redes sociales y Facebook en el Ecuador**

El uso del Internet en el Ecuador es aún limitado, se nota todavía una profunda brecha digital, esto quiere decir, la diferencia entre los muchos que no pueden conectarse y los pocos que sí lo hacen. Esta diferencia es evidente, pues de acuerdo a datos publicados por la Superintendencia de Telecomunicaciones casi el 80% de las personas que se conectan a Internet en Ecuador se encuentran en Quito y Guayaquil, además el porcentaje de la población que se conecta al Internet se encuentra entre el 9,5 y el 12,7% de la población total, lo que sigue siendo muy por debajo del promedio latinoamericano que es el 30%.

Sin embargo, la cantidad de ecuatorianos que se conectan y utilizan Internet en el Ecuador tuvo un crecimiento importante del 61% en el año 2008 con respecto al 2007 de acuerdo a datos de la SUPERTEL<sup>12</sup>, a finales del 2009 se registraron 1,840,678 (stats, 2010) usuarios en el Ecuador.

---

<sup>12</sup> Datos estadísticos obtenidos del informe: Internet, Calidad y costos en Ecuador - Año 2009 por Hugo Carrión Gordón.



**Ilustración 13 Evolución de los usuarios de Internet en Ecuador. Fuente: Información histórica de la Superintendencia de Telecomunicaciones, datos a Diciembre d 2008**

Los datos presentados demuestran que no toda la población del Ecuador tiene acceso a las redes sociales de Internet, pero a pesar de esto, lo que demuestra que el Estado debe tomar un papel más activo en la provisión de este servicio como una política pública a sus habitantes, pero a pesar de esto, es innegable que cada vez son más los usuarios de estos sitios web en el país, no solamente personas particulares sino empresas que se han visto en la necesidad de integrarse a estas redes para darse a conocer y tener un contacto más cercano con sus públicos como el caso de diario el

Comercio que dentro de su propia web invita a los lectores a unirse a sus perfiles de Redes sociales (ver Anexo 1).

En los siguientes gráficos se puede notar el incremento del uso de Redes sociales en el Ecuador en el caso concreto de Facebook:

Todos los datos siguientes han sido obtenidos de la página web Facebakers (Facebakers, 2010), donde se encuentran las estadísticas de Facebook de Ecuador, todas las cifras son actualizadas diariamente en dicho sitio basadas en las cantidades que Facebook proporciona a la página todos los días.

Número usuarios de Facebook en Ecuador: **1 108 040**

Número de mujeres que usan Facebook en Ecuador: **543 800**

Número de hombres que usan Facebook en Ecuador: **541 400**

Penetración On-line en el Ecuador: **62.99 %**<sup>13</sup>

En la ilustración número seis se puede notar que Ecuador dobló y casi triplica y el número de usuarios en Facebook en los últimos 6 meses: “en diciembre del 2009 paso de los 400 mil usuarios a más de un millón en Junio” (Espinosa, 2010, pág. 1).

---

<sup>13</sup> De la totalidad de las personas que se conectan a Internet diariamente en Ecuador ese es el porcentaje obtenido.

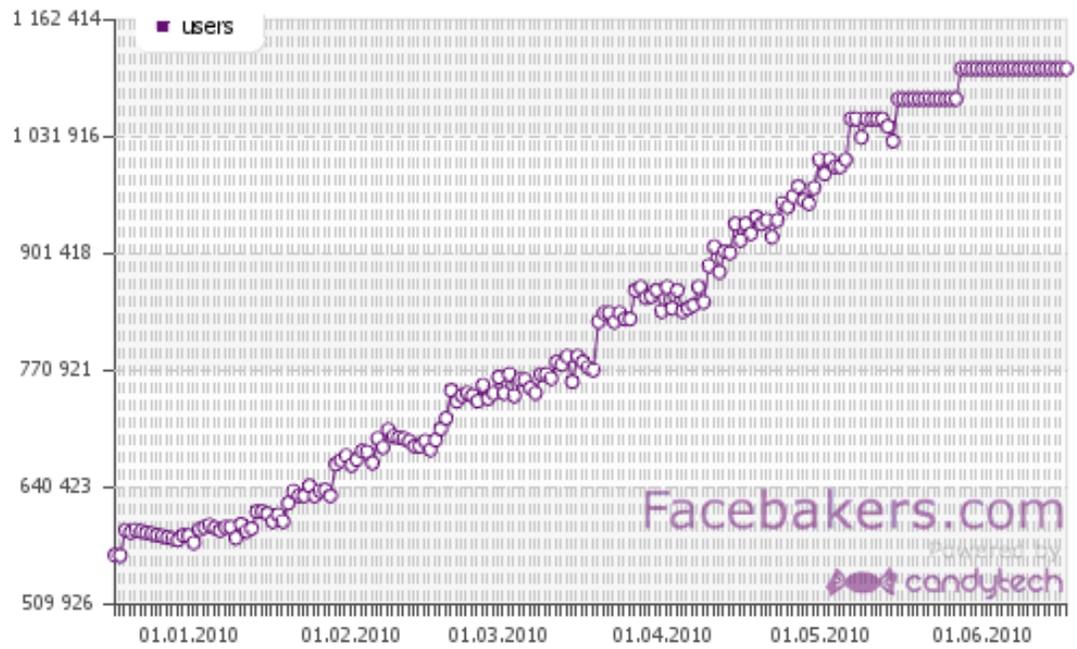


Ilustración 14 Crecimiento de usuarios de Facebook en Ecuador los primeros seis meses del año 2010

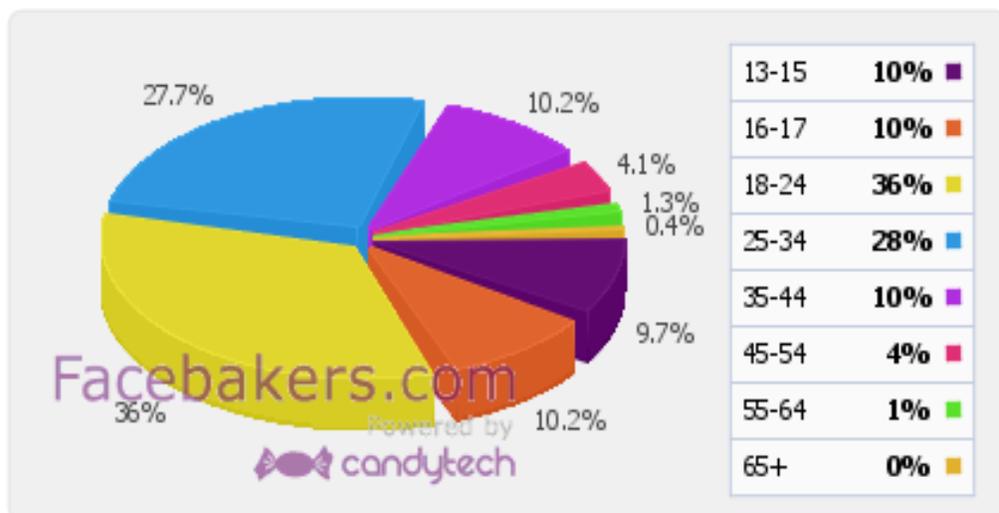


Ilustración 15 Distribución de los usuarios por edades- Ecuador

## 2.9 Un acercamiento crítico de Facebook

El panóptico fue el paradigma por excelencia de la vigilancia y control. Fue diseñado por Bentham a fines del siglo XVIII y dio una nueva estructura a la vigilancia y a la prisión de ese entonces, pero sobretodo a la relación de poder entre vigilante y vigilado. El mayor resultado del panóptico fue la funcionalidad pues desde su principio no sólo servía para vigilar a los detenidos, sino también para observar a los enfermos, los trabajadores o los escolares, por la versatilidad de su aplicación en su arquitectura de torre central-ojo-vigilante. Es la primera forma de invisibilidad del poder de control, que hoy, en nuestro siglo, ha sido perfeccionada por ejemplo con la cámara omnipresente o por los diarios visitantes incógnitos a los perfiles de Facebook.

Lo que fue concebido como una idea arquitectónica para vigilar y aislar locos y presos a fines del siglo XVIII y durante el siglo XIX se ha transformado en una constante para toda la sociedad del siglo XXI que, a diferencia del panóptico original, cuenta con la aceptación de los modernos vigilados. Un ejemplo de esto es el *Mall* o centro comercial, que es el espacio que en las sociedades de consumo ofrece la proyección de lo privado en lo público necesita de la cámara-vigilante, de los guardias observantes y de los detectores contra robos. La ciudadanía plácidamente

sometida hasta los solicita, no hay cuestionamiento para los que observan en la impunidad de la sala de control.

Lo mismo ocurre con el Facebook, ya que nadie puede saber quién o cuándo está accediendo a sus perfiles, la vida privada, deja de serlo para convertirse en pública, la información de las personas, sus últimos movimientos y aún sus sentimientos ya no son algo oculto, de hecho son publicados por los mismos individuos para que otros los observen en cualquier momento.

Cada día más los seres humanos están más inmersos en una sociedad panóptica, Todos circulan por carreteras en las que en cualquier momento se puede ser vigilados: puede dispararse un flash, y automáticamente poner a alguien en la situación de discutir en completa desigualdad de condiciones el hecho de que se circuló a una velocidad o no. Las personas pasean por calles invadidas de cámaras tras las que, en cualquier momento, puede haber un ojo detrás...o no haberlo. Las personas navegan por el Internet en redes en las que sabemos que determinados actores tienen la facultad de acudir a sus proveedores de servicio y a los sitios web que visitan para exigir información de todos sus actos, supuestamente privados.

Es por esto que no constituye ninguna novedad que en los últimos tiempos Facebook también ha servido como una plataforma de vigilancia de las personas, de hecho, Mark Zuckerberg, el fundador de Facebook en unas declaraciones concedidas a

RWW recientemente afirmó que *“la era de la privacidad ha terminado”*, y sustentó su pensamiento diciendo que ahora *“la gente ha llegado a sentirse cómoda, no sólo de compartir más y más variada información, sino también de hacerlo de modo más abierto y con más gente. Esa norma social es sólo algo que ha evolucionado con el tiempo”*. (Salgado, 2010, pág. 1), de acuerdo a esto, se puede ver que ahora se da una promoción de la vanidad, en la que algunas personas quieren ser observadas y exponen sus mejores fotografías para ser admiradas y a la par intentan todo lo posible por verse bien ante los demás.

Hay un punto de partida en el que Zuckerberg está en lo cierto, si algo han avalado los usuarios de internet en los últimos años es que no tienen problema alguno de compartir su vida privada en la red, aún sabiendo que son vigilados, que sus información, fotos y perfiles pueden ser observados por distintas personas: jefes, ex novias o novios, personas con las que no han tenido una buena relación, o personas totalmente desconocidas, quienes pueden o no utilizar dicha utilizada en su contra.

El resultado de todo esto es que Facebook se construye sobre la satisfacción que reciben los usuarios ya sea visibilidad profesional, prestigio, sentimiento de pertenencia, percepción de influencia, contacto humano con gente que le interesa - cuando participan y comparten en la web. Además el creador de Facebook tiene razón al subrayar que la norma social sobre la privacidad se ha transformado, y que de hecho lo está haciendo rápidamente.

No tanto en el sentido de que se ha llegado al fin de la privacidad pero, sí que las nuevas generaciones tienen una preocupación muy diferente que los que crecieron en la era pre-internet (que también se están integrando pero más lentamente a este cambio) un ejemplo de ello son la subida de las fotos (de personas que tienen conocimiento de la existencia de dichas fotos y de personas que no saben nada acerca de ellas) de las reuniones de jóvenes se asume que van a ser compartidas en los muros y vistos por infinidad de personas mientras que en grupos de personas de edad avanzada lo esperado es que primero pidan permiso.

Una similitud indudable con el panóptico, el control de las personas y la red social Facebook, es la forma de la presentación de los datos. La arquitectura del Facebook funciona como un gran fichero policial y psicológico, donde se fusionan el panóptico de Bhetman y el sinóptico descrito por Bauman. Los participantes saben que los vigilan; pero a la vez vigilarán a los demás.

Cada perfil es mostrado como una ficha policial, como las que constan en un panóptico: nombre, edad, fecha de nacimiento, foto, estado civil, son algunas de las informaciones que comparten este tipo de fichas, es decir, Facebook se ha convertido también en un fichero visual en red.

**Ficha Policial:**

**INTERPOL**



30 March 2010

**Wanted**  
SANCLEMENTE VALENCIA, Angie



Home  
About INTERPOL  
News  
Drugs  
Criminal organizations  
Financial and high-tech crime  
Fugitives  
Genocide, War Crimes, and Crimes against Humanity  
Wanted  
Search  
Recent  
Notices  
National wanted web sites  
Fugitive investigations

Legal Status	
Present family name:	<b>SANCLEMENTE VALENCIA</b>
Forename:	<b>ANGIE</b>
Sex:	FEMALE
Date of birth:	25 May 1979 (30 years old)
Place of birth:	Colombia
Language spoken:	Spanish Castilian
Nationality:	Colombia

**Ilustración 16** Ficha Policial. Datos obtenidos en <http://guillermoberto.wordpress.com/2010/04/08/piden-que-no-se-difundan-los-datos-de-los-arrepentidos-en-una-causa-de-narcotrafico/>

## Perfil de Facebook:

The screenshot displays the Facebook profile of Sebastián Piñera E. The interface includes a top navigation bar with 'facebook' logo and links for 'Profile', 'Friends', 'Networks', and 'Inbox'. A search bar and a sidebar with 'Applications' (Photos, Groups, Events, Twitter, Last.fm Music, Marketplace, My Stuff) are on the left. The profile header shows the name 'Sebastián Piñera E.' and a profile picture of a man with his hands clasped. To the right, personal details are listed: Networks (Chile), Sex (Male), Relationship Status (Married), Looking For (Friendship, Networking), Birthday (December 1, 1949), Hometown (Santiago, Chile), Political Views (Liberal), and Religious Views (Christian - Catholic). Below this is a 'Mini-Feed' section displaying 10 stories, including nominations for 'Superlatives!' and 'Most Likely To Have the Best Personality!' by Monica Wilkinson. A 'Mutual Friends' section shows 7 friends in common, with profile pictures of Coty Valenzuela, Magdalena Piñera M., and Lily Pérez San Martín. A 'SUPER WALL' notification is also visible.

Ilustración 17 Perfil de Facebook. Datos obtenidos en: <http://luisramirez.cl/blog/?p=869>

Una vez que alguien accede al perfil de una persona en Facebook puede descubrir mucha información acerca del individuo dueño de dicho perfil, pero no solamente eso, además, puede acceder a la información de sus amigos, y de los amigos de sus

amigos; la sociedad puede ser vigilada a través de los rizomas infinitos que se crean a partir de esta red social, pues una foto y un perfil, lleva a otro y a otro.

Todos los individuos pueden acceder a la información publicada en la red social Facebook, sobretodo a la que se encuentra libre de restricciones (que es bastante), numerosos usuarios de esta red pueden ver muchos perfiles y mucha información, pero no se sabe hasta qué punto la información publicada es verídica, las personas podrían encontrarse vigilando algo totalmente falso.

Por poner un ejemplo para graficar de mejor manera lo expuesto anteriormente: Juan Martínez en la vida real podría crear el perfil de Juan Martínez con creencia religiosa católico, de Juana Martínez con tendencias ateístas y de Pedro Orozco bisexual. Esto es a causa de la multiplicación del yo que se puede dar en las comunidades virtuales hablada anteriormente, pueden encontrarse fácilmente varios perfiles de la misma persona pero realizada por distintas personas (ver anexo 2), o puede darse el caso de encontrar distintos perfiles de personas realizados por una sola persona.

Marcial Herrera, publicista y estudiante de comunicación, quien tenía una cuenta en Facebook hasta hace poco decidió cerrarla temporalmente ya que llegó a tener problemas en su vida personal, él manifiesto acerca de su uso a esta red social que:

Yo ya la manejaba como hace 3 años antes de que sea el boom aquí, tenía en sí amistades de afuera gente que conocía de mis viajes, hasta

ese instante era productivo estar en contacto con seres queridos amigos trabajo etc., luego se dio el boom aquí inmediatamente en un lapso de 2 años acumule amistades de Ecuador, sin imaginarme que existirían luego problemas. Me encontré con perfiles falsos, mal manejo de la información que emitía en mis status y mi muro, y chatee al punto de que estuvo en peligro mi vida pues apareció un tipo que lo agregué por amigos en común e intercambiamos números de celular y él llevó a esa amistad no real frontal a un grado de psicópata; inicie un proceso legal pero la ley es nula aquí, como dicen tiene que haber muerte y sangre, él me envió a chocar mi auto y por ello no lo tengo (Herrera, 2010, pág. 1)

Herrera dijo que la información que él publicó en su perfil fue usada por la persona que trató de atentar contra él: *“unió personas de mi entorno, género, e-mail y salió con gente que no compartían gusto por mí y empezó a hacerme daño”* (Herrera, 2010). A pesar de las experiencias que tuvo ahora ha vuelto a re abrir su perfil, asegura que lo hizo por fines laborales y familiares, pero ésta vez tomó algunas precauciones, borró algunos contactos y ajustó las seguridades en fotos y contactos, ya que asegura que *“estamos en un mundo globalizado y con una cultura informática simplemente hay que saber aprovechar y encontrar el lado positivo con precauciones”* (Herrera, 2010).

Como se puede ver en el caso expuesto, Facebook aparte de ser una red social que mantiene en contacto a millones amigos, conocidos y familiares al alrededor del mundo también ha llegado a ser una ventana para fisgonear y controlar la vida de las personas. Se ha convertido en un panóptico virtual de la sociedad actual que al mismo tiempo puede funcionar como sinóptico ya que por medio de éste también se

puede controlar a las personas que ostentan el poder, se puede saber sus últimos movimientos, saber si lo que publican es cierto en caso de poder corroborarlo con información obtenida por otros medios y se puede publicar información que no sea conveniente para ellos y que sea de interés para otros y para la sociedad en general.

Facebook entonces viene a ser un mecanismo de control y castigo aceptado por muchos que cada vez va teniendo más adeptos y también alguno que otro desertor.

Lo que se pretende con este análisis no es satanizar a la red social Facebook, como una herramienta nociva de las nuevas tecnologías de la Información, pero es importante aclarar las características nocivas a nivel familiar, social, individual y colectiva para la sociedad actual, sino más bien, lo que se aspira es mostrar la otra cara de la moneda, que ha sido muy poco estudiada e ignorada por muchos.

## **CAPÍTULO III**

### **3. Estudio de Caso de Investigación**

#### **3.1 Caso Concreto**

Con el fin de obtener datos estadísticos acerca del uso de Internet y sobretodo acerca de los hábitos y usos relacionados con la Red Social Facebook, se realizó una encuesta que puede observada en el Anexo 3 a todos los integrantes de los últimos años de la carrera de Comunicación de la Universidad SEK de Quito.

Por ser un universo de 32 personas, las encuestas fueron aplicadas al total del universo para lograr tener datos certeros con un margen de error del 0%. Como la muestra es muy pequeña no es posible extender los datos de manera precisa sobre la población general pero los resultados si pueden mostrar una idea de lo que sucede con el uso de las redes sociales, Facebook y los estudiantes universitarios mencionados.

#### **3.2 Segmentaciones**

Los estudiantes encuestados pertenecen a un grupo social de un estatus socio-económico medio alto y alto de sexo femenino y masculino, que en su totalidad tienen acceso al Internet y su edad oscila entre los 20 y 29 años, que tienen un estilo de vida activo (que estudian, trabajan, hacen ejercicios, salen con conocidos, etc.) y

que se caracterizan por ser personas que constantemente utilizan las TIC's, Internet, telefonía celular, computadoras, entre otras, en su vida cotidiana.

La primera parte de la encuesta está dirigida a tener obtener datos generales relativos a su edad, sexo, nivel de usuario de Internet, frecuencia de uso de la web, lugar de conexión y preferencias acerca del tipo de páginas web que visitan los estudiantes encuestados.

### 1) Edad

Edades	Respuestas total	Porcentaje
19	0	0,00%
20	1	3,13%
21	5	15,63%
22	16	50,00%
23	4	12,50%
24	1	3,13%
25	3	9,38%
26	0	0,00%
27	0	0,00%
28	1	3,13%
29	1	3,13%
30	0	0,00%
31	0	0,00%

Tabla 2 Edad. Elaboración propia.

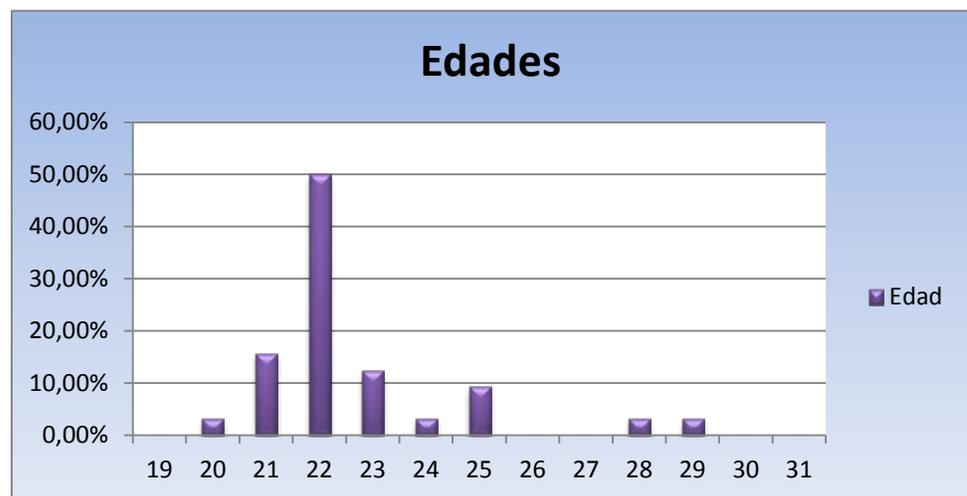


Ilustración 18 Edad. Elaboración propia.

## 2) Sexo

Sexo	Respuestas total	Porcentaje
Femenino	24	75%
Masculino	8	25%

Tabla 3 Sexo. Elaboración propia.

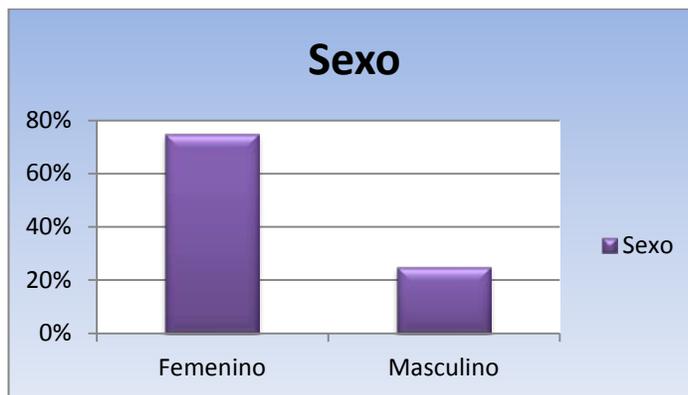


Ilustración 19 Sexo. Elaboración propia.

## 3) ¿Cuál es su nivel como usuario de Internet?

Nivel	Respuestas total	Porcentaje
Básico	1	3,23%
Medio	19	61,29%
Avanzado	11	35,48%

Tabla 4 Nivel de usuario de Internet. Elaboración propia.

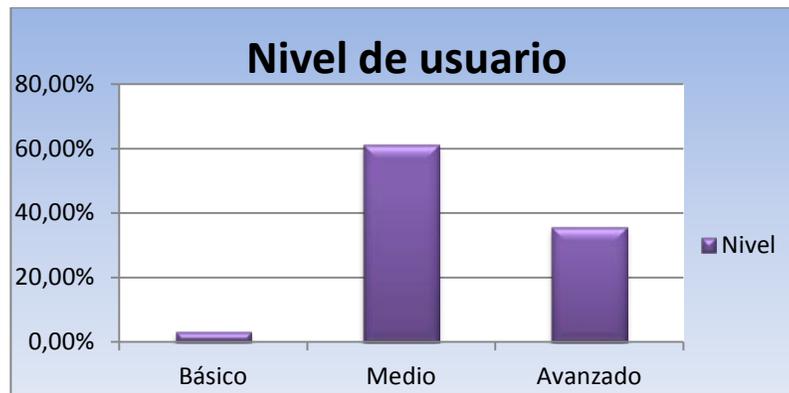


Ilustración 20 Nivel de usuario de Internet. Elaboración propia.

#### 4) ¿Con qué frecuencia usa Internet?

Frecuencia	Respuestas total	Porcentaje
Todos los días, varias horas	27	84,38%
Una vez al día	2	6,25%
Algunos días de la semana	2	6,25%
Una vez a la semana	1	3,13%
Una vez al mes	0	0,00%
Menos de una vez al mes	0	0,00%

Tabla 5 Frecuencia de Uso de Internet. Elaboración propia.

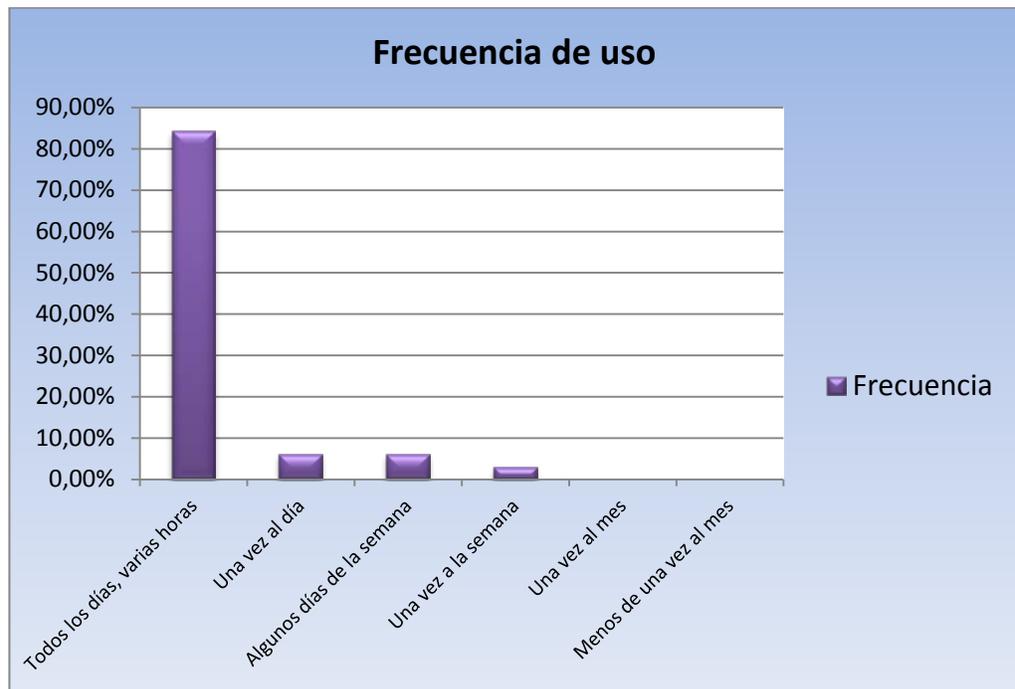


Ilustración 21 Frecuencia de uso de Internet. Elaboración propia.

**5) ¿Dónde realiza un mayor uso de la web?**

Uso de la web	Respuestas total	Porcentaje
En el trabajo	7	21,88%
En el lugar de estudios	4	12,50%
En casa	29	90,62%

**Tabla 6** Uso de la Web. Elaboración propia.



**Ilustración 22** Uso de la Web. Elaboración propia.

**6) ¿Qué tipo de sitios son los que más visita en la Web?**

Tipo de sitios	Nunca los visito	Pocas veces los visito	Los visito frecuentemente	Los visito todos los días
Informativos	3 (9.68%)	10 (32.26%)	13 (41.94%)	5 (16.13%)
Buscadores	1 (3.12%)	2 (6.25%)	11 (34.38%)	18 (56.25%)
Correos electrónicos	0 (0%)	3 (9.38%)	10 (31.25%)	19 (59.38%)
Sitios especializados en ciencias	7 (22.58%)	15 (48.39%)	7 (22.58%)	2 (6.45%)
Sitios especializados en economía	11 (35.48%)	14 (45.16%)	2 (6.45%)	4 (12.9%)
Portales de ocio y entretenimiento	1 (3.12%)	11 (34.38%)	13 (40.62%)	7 (21.88%)
Compras online	11 (35.48%)	9 (29.03%)	9 (29.03%)	2 (6.45%)
Portales de empleo	12 (37.5%)	10 (31.25%)	7 (21.88%)	3 (9.38%)
Sitios Web de Redes sociales	1 (3.12%)	2 (6.25%)	6 (18.75%)	23 (71.88%)
Sitios de aplicaciones Web	7 (21.88%)	10 (31.25%)	10 (31.25%)	5 (15.62%)
Otros	6 (27.27%)	5 (22.73%)	6 (27.27%)	5 (22.73%)

**Tabla 7** Sitios de visita en Internet. Elaboración propia.

Como se puede observar, el grupo de estudiantes encuestado está conformado en un 75% por estudiantes de sexo femenino y el restante 25% por estudiantes masculinos. La mayor parte de los encuestados, un 61% aseguran tener un nivel medio como usuarios de la red y un 84% accede todos los días a la web durante varias horas.

Del 100% de las y los encuestados el 90% accede al Internet desde sus hogares y el tipo de sitios al que más acceso se puede notar es a las redes sociales ya que el 71.88% de los encuestados los visita diariamente, mientras que los sitios menos visitados son los portales de empleo y especializados en ciencias y economía.

### **3.3 Usos de Redes sociales y Facebook**

La segunda parte de la encuesta estuvo dirigida a profundizar en el tema de las redes sociales que es uno de los pilares de este trabajo de investigación, especialmente con la Red Social Facebook, con el fin de saber qué tipo de red social es más utilizada por el sector encuestado y definir cuáles son los hábitos, la frecuencia de uso de esta red, los motivos de uso, el tipo de relaciones que se sostienen que se sostienen en esta red social.

En las preguntas aplicadas los encuestados tenían la posibilidad de seleccionar varias de las opciones que se les presentaron con el propósito de no limitarles a una sola respuesta y tener más resultados más precisos acerca de lo que realizan en Facebook.

Los resultados obtenidos fueron:

**7) ¿Qué tipo de Red Social usa normalmente?**

<b>Tipo de red social</b>	<b>Respuestas total</b>	<b>Porcentaje</b>
Facebook	31	96,88%
Tuenti	0	0,00%
Hi5	3	9,38%
Twitter	8	25,00%
MySpace	6	18,75%
Badoo	0	0,00%
Messenger, msn	26	81,25%
Fotolog	3	9,38%
Sonico	0	0,00%
Netlog	0	0,00%
Orkut	0	0,00%
Xing	0	0,00%
Yahoo	4	12,50%
LinkedIn	0	0,00%
Tagged	2	6,25%
Netby	0	0,00%
Windows Live	12	37,50%
Metroflog	0	0,00%
Flickr	8	25,00%
Meetic	0	0,00%
Bebo	1	3,12%
Otros	7	21,88%

**Tabla 8 Tipo de Red Social. Tabla 7 Sitios de visita en Internet. Elaboración propia.**

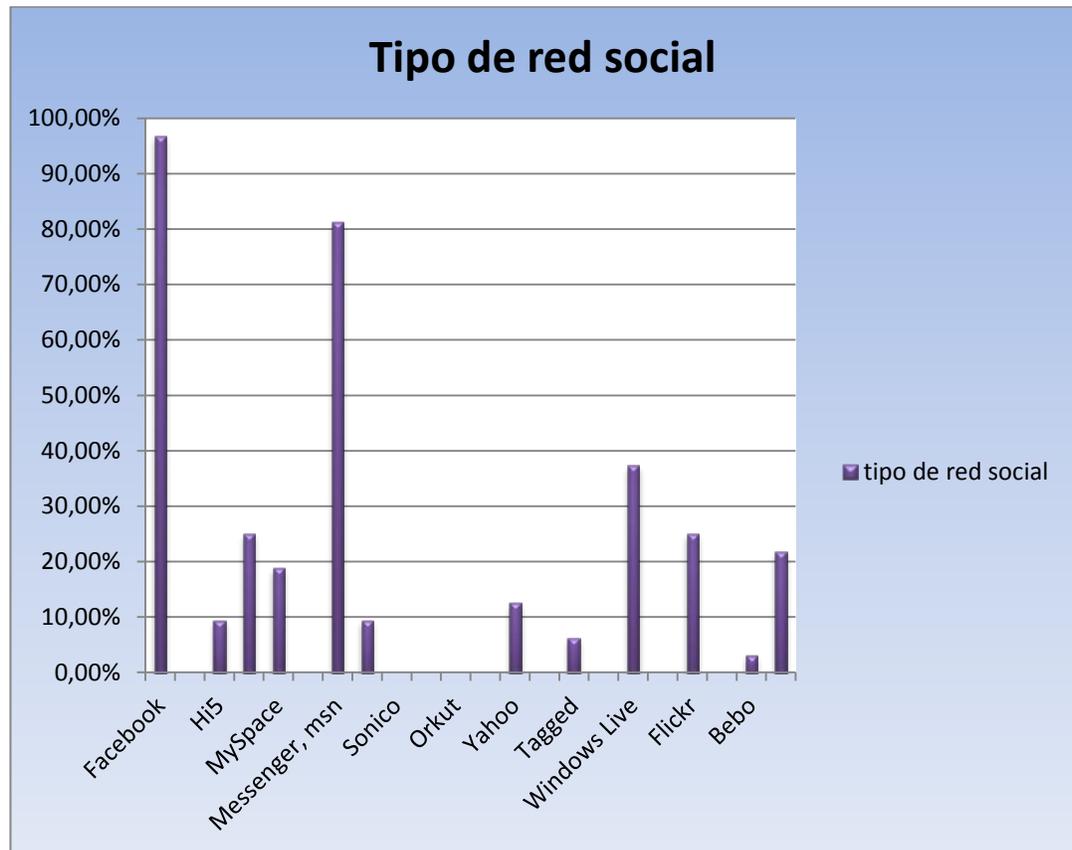


Ilustración 23 Tipo de Red Social. Elaboración propia.

**8) ¿Con qué frecuencia utiliza Facebook normalmente?**

Frecuencia	Respuestas total	Porcentaje
Cada día	26	81,25%
Varias veces por semana	3	9,38%
Al menos una vez a la semana	2	6,25%
Con menor frecuencia	0	0,00%
Nunca	1	3,13%

Tabla 9 Frecuencia de uso de Facebook. Elaboración propia.



**Ilustración 24 Frecuencia de uso de Facebook. Elaboración propia.**

**9) ¿Por qué motivo o motivos suele utilizar Facebook? (marque todas las que correspondan)**

Motivos	Respuestas total	Porcentaje
Para contactarse con amigos/conocidos	28	87,50%
Para buscar ideas para el tiempo libre	12	37,50%
Para actualizar aplicaciones o juegos	5	15,62%
Por trabajo o relaciones profesionales	14	43,75%
Para encontrar pareja/relaciones amorosas	3	9,38%
Para buscar consejo sobre compras	0	0,00%
Para saber acerca de la vida de otros	18	56,25%

**Tabla 10 Motivos de uso de Facebook. Elaboración propia.**



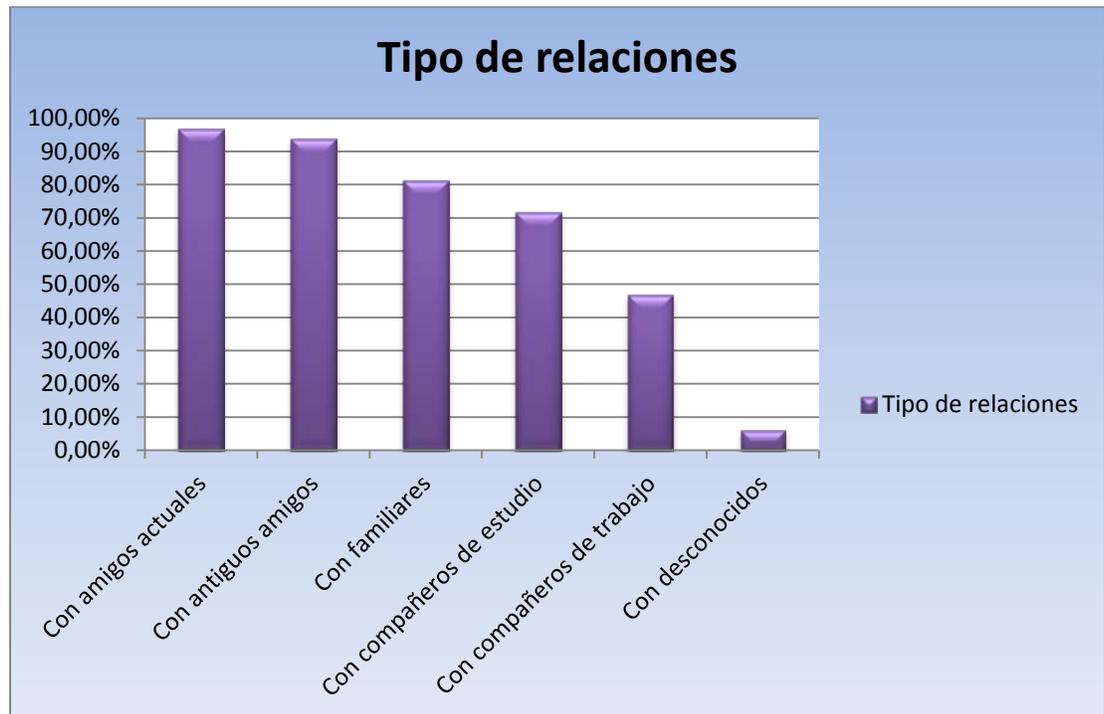
**Ilustración 25** Motivos de uso de Facebook. Elaboración propia.

**10) ¿Cuando utiliza Facebook para relacionarse, con quién se suele relacionar?**

**(marque todas las que correspondan)**

Relaciones	Respuestas total	Porcentaje
Con amigos actuales	31	96,88%
Con antiguos amigos	30	93,75%
Con familiares	26	81,25%
Con compañeros de estudio	23	71,88%
Con compañeros de trabajo	15	46,88%
Con desconocidos	2	6,25%

**Tabla 11** Relaciones que se mantienen en Facebook. Elaboración propia.



**Ilustración 26 Relaciones que se mantienen en Facebook. Elaboración propia.**

De acuerdo a los resultados presentados se puede observar que la red social más utilizada es el Facebook, pues es utilizada por un 96.88% de las y los encuestados seguido por Messenger (software de mensajería instantánea) que es utilizado por un 81.25% de las personas encuestadas. 26 personas que representan el 81.25% de las personas aseguran acceder a Facebook todos los días, lo que demuestra que esta red tiene un lugar importante dentro de las actividades diarias realizadas por el universo de individuos que se encuestó.

Entre los motivos principales para el uso de Facebook mostrado por los las personas que respondieron la encuesta es contactarse con amigos y/o amigas y conocidos y/o conocidas (87.50%) pero también más de la mitad de las y lo encuestados (56.25%) respondió que otro de los motivos de usar Facebook es para saber acerca de la vida de otros y en tercer lugar con un 43.75% se encuentra el mantener relaciones profesionales a través de esta Red Social.

### 3.4 Hábitos “on-line” de los usuarios de Facebook

Otro de los aspectos importantes que pretende evidenciar esta encuesta es el tipo de actividades que los usuarios de Facebook realizan cuando ingresan a esta red social, por otra parte también es importante saber cuál es el lugar de conexión en que los encuestados ingresan a su perfil de Facebook.

#### 11) ¿Qué actividades realiza cuando está en Facebook? (marque todas las que correspondan)

Actividad	Respuestas total	Porcentaje
Enviar mensajes privados	24	75,00%
Enviar mensajes públicos	26	81,25%
Compartir o subir fotos	31	96,88%
Compartir estado de ánimo	24	75,00%
Actualizar el perfil	20	62,50%
Participar en concursos o sorteos	1	3,12%
Hacerse fan o seguir marcas comerciales	21	65,62%
Jugar online	5	15,62%

Tabla 12Actividades en Facebook. Elaboración propia.



**Ilustración 27** Actividades en Facebook. Elaboración propia.

**12) ¿Cuándo utiliza Facebook, dónde suele conectarse? (Marque todas las que correspondan)**

Lugar de conexión	Respuestas total	Porcentaje
En Casa	29	90,62%
En el trabajo	12	37,50%
En el lugar de estudio	10	31,25%

**Tabla 13**Lugar de Conexión a Facebook. Elaboración propia.



**Ilustración 28**Lugar de conexión a Facebook. Elaboración propia.

Del 100% de las personas encuestadas el 90.62% utiliza Facebook desde su hogar y el 96.88 % declara que la actividad que más realiza en Facebook es compartir o subir fotos acerca de su vida, el 81.25% también utiliza esta red para enviar mensajes públicos, el 75% comparte su estado de ánimo al público y enviar mensajes privados y el 65.62% sigue a marcas comerciales o muestra su gusto por ellas a través de Facebook, lo que demuestra que las personas encuestadas que hacen estas actividades en esta red Social no tienen problema alguno con hacer público lo que normalmente se consideraría privado como estado de ánimo, fotos personales o mensajes que le tengan que decir a otra persona, y de hecho más de la mitad se preocupa por actualizar constantemente su perfil para que todos quienes lo visiten estén al tanto de su vida.

### 3.5 Gustos y disgustos que provoca Facebook

Un aspecto importante es saber qué le agrada y qué le desagrada a las personas encuestadas (que como ya se vio son usuarios asiduos de Facebook) acerca de esta Red Social.

#### 13) ¿Qué es lo que más le gusta Facebook? (Marque todas las que correspondan)

Opciones	Respuestas total	Porcentaje
Estar en contacto con amigos, familia	0	0,00%
Conocer gente	14	43,75%
Compartir contenidos (comentarios, fotos, enlaces...)	24	75,00%
Conversar con las personas	14	43,75%
Reencontrarte con antiguos amigos / Familia	27	84,38%
Hablar con gente que vive lejos / de todo el mundo	26	81,25%
Ver fotos / videos	25	78,12%
Se pueden realizar actividades entretenidas / divertidas	10	31,25%
Tienen gran cantidad y variedad de información	12	37,50%
Comunicación rápida / Información actual	18	56,25%
Información actualizada sobre mis amigos	21	65,62%
Todo	7	21,88%

Tabla 14 Gustos acerca de Facebook. Elaboración propia.

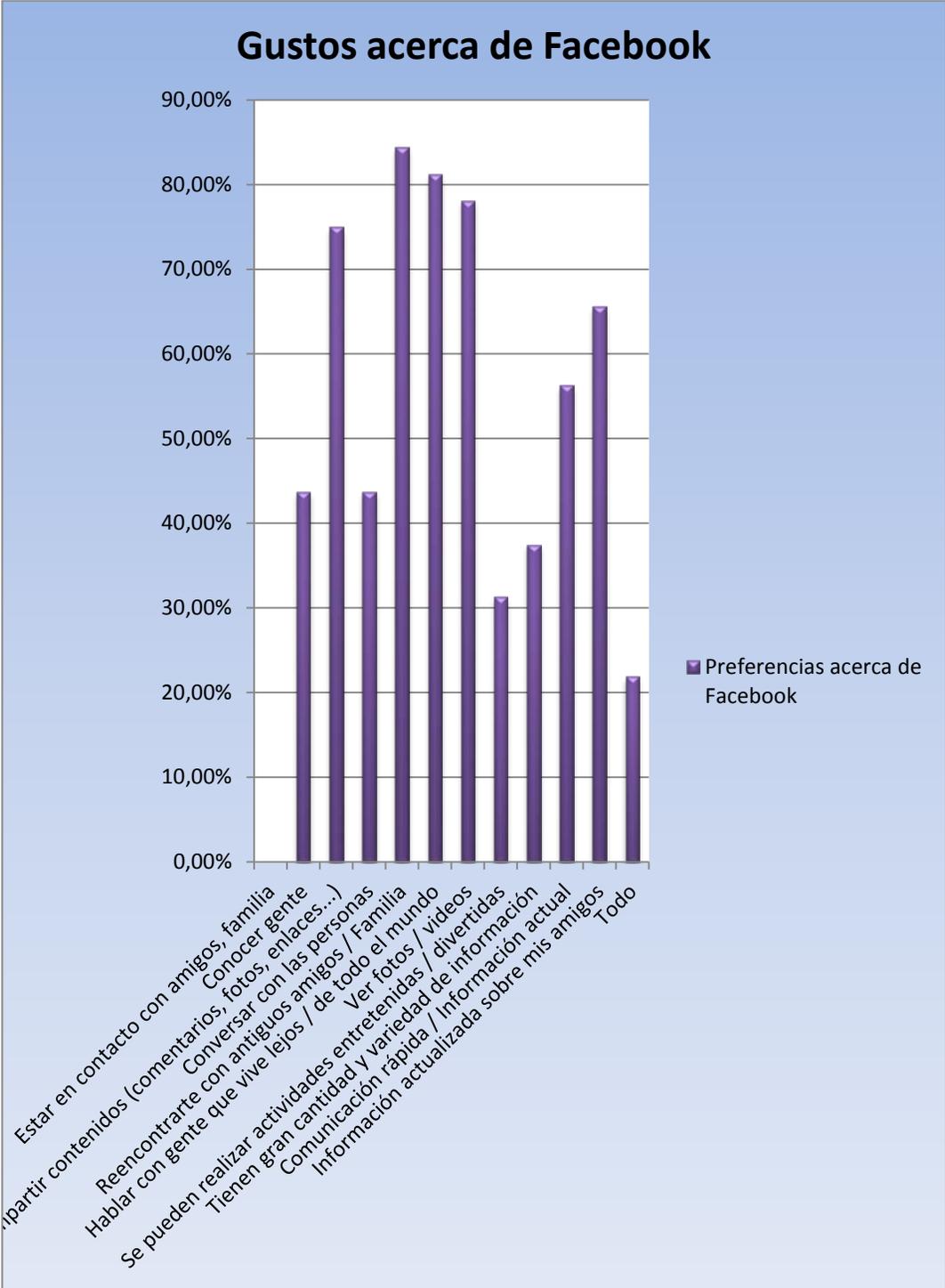


Ilustración 29 Gustos acerca de Facebook. Elaboración propia.

**14) ¿Qué es lo que menos le gusta de Facebook? (Marque todas las que correspondan)**

Opciones	Respuestas total	Porcentaje
Me gusta todo	2	6,25%
Falta de privacidad / Poca intimidad	18	56,25%
La gente que miente / Los falsos perfiles	20	62,50%
Las personas irrespetuosas / pesadas	19	59,38%
El uso inmoral / ilegal de los datos	19	59,38%
La publicidad	1	3,12%
El riesgo de subir tus fotos personales	13	40,62%
Poca seguridad	18	56,25%
Demasiada información	10	31,25%
Aplicaciones	2	6,25%
Requiere mucho tiempo	3	9,38%
Trato demasiado frio / impersonal	6	18,75%
Contactos que son desconocidos	8	25,00%

**Tabla 15 Disgustos acerca de Facebook. Elaboración propia.**



**Ilustración 30 Disgustos acerca de Facebook. Elaboración propia.**

Los datos obtenidos presentan que al 84.38% de las y los encuestados lo que más le gusta de Facebook es poder reencontrarse con antiguos amigos y/o amigas y familiares, seguido por un 81.25% que refleja que les gusta hablar con gente de otros países, otra aspecto que a los encuestados les gusta de Facebook es ver fotos y videos (78.12%) y más de la mitad de los encuestados también gustan de tener una información actualizada acerca de sus amigos y conocidos (65.62%).

Pero a la par, también hay cosas que les disgusta de Facebook, 62.50% opina que lo que más le disgusta de esta red social son los falsos perfiles y la gente que miente sirviéndose de sus perfiles, otra desavenencia que presenta Facebook de acuerdo a un 59.38% de las personas encuestadas es las existencia dentro de sus usuarios de personas irrespetuosas o pesadas y el uso inmoral de datos, a este dato lo sigue otro muy de cerca 56.25% de quienes respondieron la encuesta piensa que hay falta de privacidad y poca intimidad en esta red.

Se puede ver que a pesar de encontrar algunas razones de peso para no tener un perfil de Facebook, los encuestados prefieren publicar su vida y sus actividades a otros y hacerse más visibles.

A través de todos los datos obtenidos se puede ver claramente que Facebook juega un papel muy importante dentro de la vida diaria de las personas encuestadas que utilizan esta red para divulgar su vida pública a través de un medio pero también para

enterarse acerca de la vida privada de otras personas que también decidieron desnudar lo que durante años han sido considerados como aspectos de la vida privada de una persona.

## CAPÍTULO IV

### 4. Facebook y las organizaciones en el mundo global

Tomando en cuenta que el grupo de personas analizado en el capítulo anterior, se encuentran en una edad promedio en la que su inserción en el mundo laboral es inminente, por esto es importante saber cuál es la relación entre las organizaciones y el Facebook y todo que esto implica para los clientes internos como externos, además de las utilidades que se puede tener con la red social Facebook para una organización.

Antes de desarrollar los siguientes puntos, es importante describir quiénes conforman los clientes internos y los clientes externos en las organizaciones.

- **Clientes internos:** Son los individuos que se encuentran vinculados a la empresa y ofrecen su fuerza de trabajo para cumplir los objetivos que la organización se ha planteado. Se consideran también clientes internos a los departamentos de la empresa que solicitan un producto o servicio a otro departamento de la misma empresa y a los proveedores que también tienen una interrelación muy estrecha con la organización.
- **Clientes externos:** Son todas las personas que acuden a la organización en busca de los productos o servicios que ésta ofrece. Vendría a ser la sociedad en general

que dependiendo de la proyección de la empresa puede ser local, nacional o internacional, sin necesariamente tener una relación directa con la empresa.

## **4.1 Clientes externos y Facebook**

### **4.1.1 Reputación “On-line”**

Hace algunos años las personas estaban limitadas a conocer referencias acerca de uno o de otro producto solamente por otras personas, contactos personales y la publicidad en su vida cotidiana pues antes no se contaba con las herramientas que brindan las TIC's. No existía Facebook, Youtube, Google o Messenger recién estaban haciéndose conocer. Cristian Espinosa, catedrático universitario especialista en social media<sup>14</sup> en su página web indica que:

Social Media y todas sus herramientas que ahora utilizamos, a veces incluso antes que Google, nada más simbolizan ese cambio en el que, entre otras cosas, nuestra reputación dejó de depender exclusivamente de medios tradicionales para sostenerse en la nueva sociedad red: personas como cualquiera de nosotros, capaces no solo de tener su propio medio sino su propia audiencia (Espinosa, 2010, pág. 1).

Para el día de hoy el Internet no es solamente una biblioteca gigante en la cual se puede encontrar infinidad de información acerca de cualquier tema, sino que gracias a sus diferentes herramientas en línea se ha convertido en un lugar donde cohabitan usuarios, consumidores, comunidades, empresas, servicios, productos, ocio y todo

---

<sup>14</sup>Se entiende como Social Media a las herramientas tecnológicas en la red como Foros, Blogs, Comunidades Online, Redes sociales, Fotografías, Vídeos, etc.

ello interconectado a través de un entorno de valoración y decisión acerca de los productos, servicios o contenidos que quieran consumir.

Uno de los beneficios más notables que tiene el usuario es que ha adquirido una mayor capacidad de decisión ya que puede informarse de cualquier producto o servicio que quiera consumir antes de comprarlo, por esta razón es un tema importante, los clientes externos cada vez tienen más medios sobretodo en línea para saber y compartir con otros acerca de qué clase de producto o servicio ofrece una organización. El cliente decide, y decide gracias a las valoraciones y opiniones de otros usuarios que han probado el producto y servicio, transmitiendo su experiencia como se puede ver en la siguiente imagen:

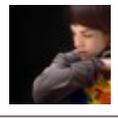
**Mensaje que originó la charla:**

envidado el 25/11/02 a 15:35 por: <b>honev14</b>	Jabón dove, ¿en realidad hidrata la piel? Hola, soy colombiana (a mucho honor...) ja, ja, el caso es que de un tiempo para acá estoy usando el jabón dove, pero la verdad, en lugar de hidratarme creo que me reseca más, a pesar de que en los comerciales salga que "tiene ph neutro y 1/4 de crema humectante". En un foro de estarguapa.com, alguien dijo que dove, realmente no hidrataba, y que lo compro9baban estudios. ¿Alguien me puede aconsejar un BUEN jabón hidratante que no dañe mi cutis? (tengo 14, y con piel normal sensible, a veces seca) gracias! 😊	 <a href="#">Alertar</a>  <a href="#">Responder</a>
--	--	---

**Contenido de las respuestas:**

envidado el 28/10/04 a 17:36 por: <b>kiki271074</b>	Hola Mira por mi tipo de piel no uso ningún jabón perfumado estos jabones siempre resecan. yo utilizo jabón para bebés sin perfume y de color blanco, también puedes utilizar jabón de avena igual sin perfumes. Yo tengo 30 años usando solo jabón de bebé y aplicándome aceite de bebé después del baño y tengo la piel súper suave y nada reseca.  bye 😊	 <a href="#">Alertar</a>  <a href="#">Responder</a>
---	---	---

Envidado el

28/11/02 a 13:43 por: <a href="#">shila01</a>	<p>Jajajajaja</p> <p>En absoluto. Yo he probado encima el q es para pieles secas, y yo creo q la reseca aun mas..... Al menos, esa fue mi experiencia. Prueba el gel dermo aceite de Sanex, ese si que te deja suavita... Aunque claro, sigue siendo recomendable usar una crema hidratante tras del baño...</p>	 <a href="#">Alertar</a>  <a href="#">Responder</a>
envidado el 28/11/02 a 07:51 	<p>Hola</p> <p>Hombre, a mi el jabón dove me gusta mucho, no me seca la piel pero aun así tengo que usar crema tras el baño porque sino no me queda como a mi me gusta. Te recomiendo que uses un jabón de glicerina o de avena esos irán muy bien para tu piel, tb puedes usar uno de aloe vera. Un beso!</p>	 <a href="#">Alertar</a>  <a href="#">Responder</a>
por: <a href="#">ucume</a>		

Foro acerca de Jabón Dove Fuente: [http://foro.enfemenino.com/forum/beaute1/\\_f2641\\_beaute1-Jabon-dove-en-realidad-hidrata-la-piel.html](http://foro.enfemenino.com/forum/beaute1/_f2641_beaute1-Jabon-dove-en-realidad-hidrata-la-piel.html)

Los social media permiten la evaluación de las empresas por parte de la sociedad en línea y esto promueve un nuevo paradigma dentro de las empresas y organizaciones, ya que ha día de hoy se han de enfrentar con un nuevo y difícil reto, manejar su reputación en línea.

De hecho, existen empresas que contratan a otras empresas especialistas para analizar su reputación en línea y a partir de allí desarrollan estrategias de comunicación para limpiar o cambiar su imagen online.

Así, la reputación en línea se convierte en una tarea obligatoria para cualquier profesional, empresa, organización o incluso gobierno, para relacionarse de forma efectiva con la sociedad en red, aunque eso suponga renovar algunas de las estrategias de comunicación, ya que en pocos años la reputación online puede hacer cerrar a una organización en caso de no ser manejada correctamente.

#### **4.1.2 Nueva propuesta de Marketing**

Facebook ha llegado a convertirse en un fenómeno que sin duda ha cambiado la forma de hacer Marketing y Publicidad, pues a través de esta red social se ha permitido que las empresas conozcan fácilmente los gustos de los clientes y se conecten directamente con ellos. Catalina Franco asegura que:

Con 200 millones las personas usuarios en la actualidad, podría conectar a más del 10% de los habitantes del planeta en 2011. Esta red social no sólo se ha hecho con jóvenes de todo el mundo, sino que ha llegado también a padres y abuelos. Las empresas no han querido desaprovechar esta oportunidad y han convertido a Facebook en el líder del Marketing Viral (Franco, 2009, pág. 1).

La idea principal es incorporar a clientes o posibles clientes en una interacción con la marca que, mediante la viralidad de estas redes, y dónde por estar fuera del contexto publicitario, se extenderá brevemente a otras personas que no están vinculadas inicialmente con el producto o servicio, para al final poder crear una notoria comunidad alrededor de la marca.

##### **4.1.2.1 Marketing Viral**

Son las técnicas de Marketing que pretenden explotar las Redes sociales y otros medios electrónicos para desarrollar incrementos exponenciales en el renombre de una determinada marca u organización similar a un virus informático que va pasando de ordenados a ordenador. Generalmente se basa en la Publicidad que se conoce como boca a boca que se genera en los medios electrónicos como las Redes sociales,

o aún la telefonía móvil, para llegar a una gran cantidad de personas de manera rápida y eficiente.

#### **4.1.3 ¿Cómo se da el Marketing en Facebook?**

Una de las estrategias de mercadeo más utilizadas es la creación de grupos en Facebook pues permite que la marca o empresa cree un perfil acerca de una empresa o producto, admite las opciones de clasificación, para mostrar si pertenece a la categoría de negocios, de arte y entretenimiento, deportes, moda, entre otras; de ser abierto o cerrado, es decir, que los que quieran pertenecer a él puedan entrar libremente o tengan que ser invitados por los administradores de dicho grupo; de esta forma se van segmentando y las personas pueden mirar sólo lo que les interesa.

Dentro de cada grupo se puede acceder a distintas aplicaciones que también ayudan a promover la marca y los beneficios de los productos o servicios que se van a ofrecer, siendo las más comunes las fotografías, en donde muestran sus productos, eventos y servicios; hay un espacio en el que se puede realizar una descripción en la que se da la información general de la empresa, explica quiénes son y cuáles son sus objetivos; los videos; el muro, que es un espacio en el que pueden escribir los integrantes del grupo y dar sus opiniones, lo que permite que la interacción entre los clientes externos y la empresa sea más estrecha y que los clientes puedan dar sus opiniones acerca del producto; la sección de noticias, en la que cuentan lo último sobre la

organización; y el tablero de discusión, en el que se proponen temas para hacer debates sobre ellos.



De esta manera, las empresas también pueden extraer información acerca de los usuarios que se encuentran suscritos a su grupo, pueden conocer sus gustos y costumbres, saber cuáles son sus intereses y estilos, tienen las opiniones de los clientes en “bandeja de plata”, y así pueden analizar estos datos junto con las tendencias del mercado y ofrecer los productos y servicios acorde a lo que desean sus clientes.

Las características nombradas anteriormente muestran cómo se consigue de manera mucho más fácil y rápida lo que las organizaciones han tratado de conseguir siempre con procesos largos y costosos, que se resumen en bases de datos, con Facebook obtienen información sobre sus clientes que les sirve para producir lo que pide el mercado, además de llegar a públicos enormes y tener un espacio para mostrar su imagen y productos.

Pero aparte de esto también cabe agregar que las ventajas para las empresas en el ámbito económico son ya que todo lo que se ha dicho previamente se hace con unos costos bajísimos. Crear el grupo no tiene ningún costo, y los integrantes empiezan a multiplicarse si tienen interés en el área. Así, se establece comunicación directa, se pueden enviar a los clientes que gustan de la marca mensajes en los que se les informa de nuevos productos, lanzamientos, eventos y noticias en general, aún se suelen realizar concursos. Se diría que es un modo de correo directo gratuito y dirigido a las personas correctas.

Adicionalmente, existe otra modalidad en la que las personas pueden hacerse fans de empresas, grupos de música, películas, etc. En este caso, en el perfil del usuario de cada individuo sale de quién es fan, estableciendo un espacio publicitario sin costo para la organización, y que además será visto por todos aquellos que visiten la página de esta persona.



**Ilustración 31 Publicaciones de otras personas acerca de un producto.**

**Imagen obtenida de propio perfil de Facebook.**

Con conocimiento del gran impacto y los alcances que ha tenido Facebook en el Marketing y la Publicidad actual, Facebook lanzó por su parte *Facebook Ads*, que es alternativa de Publicidad en línea, consta de una plataforma que brinda dos alternativas:

Páginas de Facebook, para crear un buen perfil de negocio, y anuncios Sociales, que utilizan la plataforma de esta red para crear campañas publicitarias introduciendo los datos específicos de lo que se desea para llegarle al público adecuado (Franco, 2009)

**facebook** Buscar Inicio Perfil Cuenta

**Anuncios de Facebook**  
Llega a más de 400 millones de personas donde se conectan y comparten

[Crea un anuncio](#)  
o administra tus anuncios existentes

Descripción Casos reales

**Llega a tus clientes objetivo**

- Conecta con más de 400 millones de clientes potenciales
- Elige a tu público por ubicación, edad e intereses
- Prueba los anuncios de imagen y de texto y usa el que te funcione

**Profundiza tus relaciones**

- Promociona tu Página de Facebook o sitio web
- Usa nuestro botón "Me gusta" para aumentar la influencia de tu anuncio
- Creá una comunidad en torno a tu negocio

**Controla tu presupuesto**

- Configura el presupuesto diario que te parezca adecuado
- Ajusta tu presupuesto diario en cualquier momento
- Elige si deseas pagar cuando los usuarios hagan clic (CPC) o cuando vean tu anuncio (CPM)

¿Necesitas ayuda para desarrollar la solución publicitaria ideal en Facebook? [Ponte en contacto con nuestro equipo de ventas](#)  
Para obtener más información, [consulta nuestra Guía para los anuncios de Facebook](#)

Facebook © 2010 · Español      Acerca de · Publicidad · Desarrolladores · Empleo · Privacidad · Condiciones · Servicio de ayuda

**Ilustración 32 Facebook Ads./ Anuncios. Imagen obtenida en Facebook.com**

## **4.2 Clientes internos y Facebook**

### **4.2.1 Redes informales de comunicación**

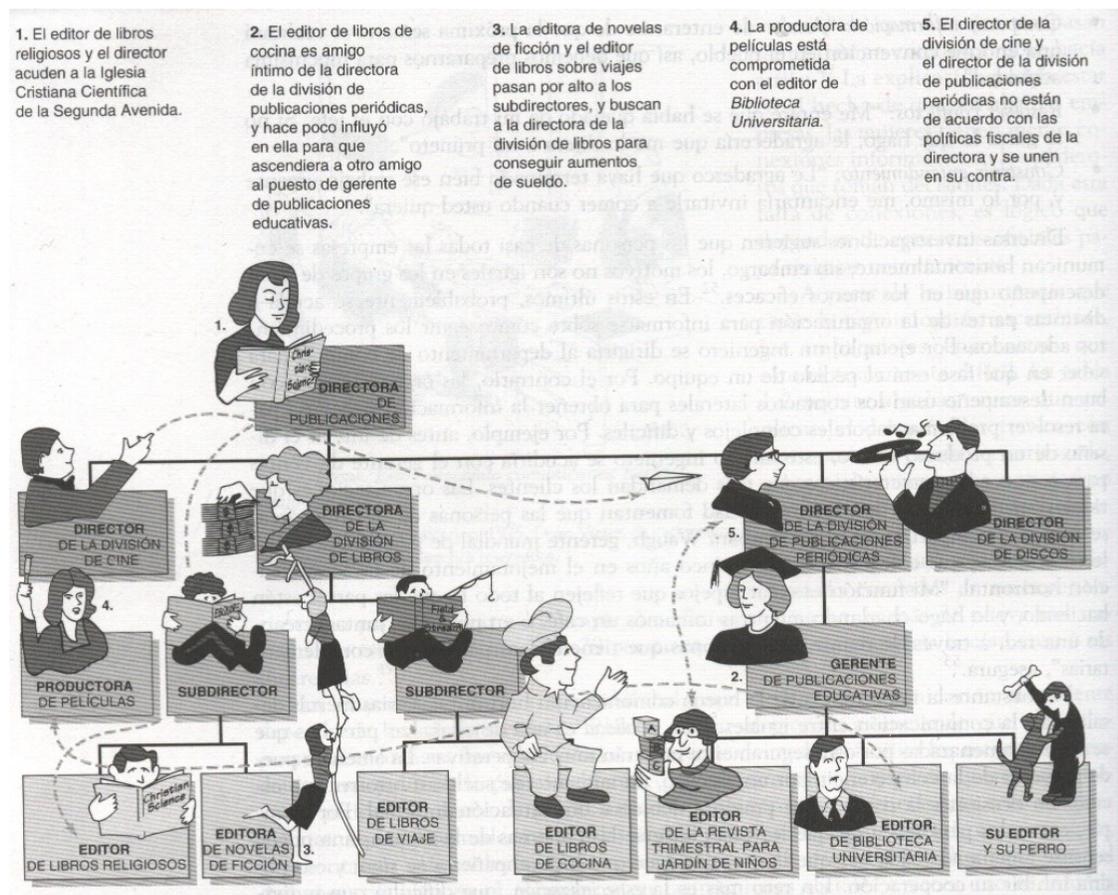
A parte de los lazos formales, toda organización tiene redes informales de comunicación, es decir, patrones de interacción que se basan en las relaciones de amistad, proximidad e intereses compartidos. Pueden ser de tipo personal o profesional, las relaciones informales en las organizaciones se dan de un modo que dista mucho de la formalidad y verticalidad de los organigramas, sino que más allá de cualquier especie de conexión empresarial, las personas se conectan por medio de redes individuales, amigos, vecinos, miembros de la familia, etc.

Algunos vínculos informales surgen por intereses personales. Por ejemplo dos colegas que son fanáticos del fútbol o que comparte su afición por libros de ciencia ficción, tal vez viven por el mismo sector o asisten a la misma iglesia. Ellos probablemente intercambiarán más información en el trabajo que los compañeros que no tienen estos nexos.

Del mismo modo, las amistades personales también crean conexiones que conducen a una mayor comunicación. El espacio de oficina compartido, incluso los cubículos que permiten la conversación entre compañeros o los encuentros frecuentes frente a la computadora o la cafetera aumentan la probabilidad que las personas intercambien

información y entablen relaciones de tipo informal. Incluso compartir los baños puede llevar a la creación de redes informales de comunicación.

Con el fin de tener un ejemplo más claro y gráfico, se puede observar a continuación una ilustración de las redes informales de comunicación que pueden darse en una empresa común que consta en el libro *Comunicación Organizacional* de Ronald Adler:



La comunicación por medio de las redes informales cumple con algunas funciones como lo describe Ronald Adler en su libro *Comunicación Organizacional*:

- **Confirmar:** muchas comunicaciones informales ratifican lo dicho en los mensajes formales.
- **Expandir:** A veces los mensajes formales pueden dejar vacíos, o algunas personas no los comprenden totalmente, allí es cuando las redes informales de comunicación pueden ayudar pues un empleado acudirá a otro para aclarar sus dudas.
- **Acelerar:** Generalmente las redes informales distribuyen el mensaje de manera más rápida que los mensajes formales.
- **Circunvalar:** Los contactos informales pueden ayudar al momento de evitar canales oficiales que generalmente se rigen a una jerarquía y que quitan tiempo. Así por ejemplo: El compañero de tenis de Juan que se encuentra en recursos humanos podría ayudarlo con un certificado urgente en vez de colocarlo en último sitio de la línea de espera.
- **Complementar:** “A veces hasta la gerencia sabe que la comunicación informal hará una mejor tarea que la formal” (Adler, 2005, pág. 21) De hecho por esta razón hay empresas que elevan la comunicación informal a la categoría de política oficial y fomentan los contactos constantes entre las personas de la organización.

Algunos observadores consideran que los contactos informales son el principal medio de comunicación en una empresa. En una encuesta el 57 por ciento de los entrevistados dijo que las cadenas de rumores son la única forma de saber lo que en verdad está pasando en sus organizaciones, (...) En un artículo de Harvard Business Review, David Krackhardt y Jeffrey Hanson explican la diferencia entre redes formales e informales: 'Si la organización formal es el esqueleto de la compañía, entonces la informal es el sistema nervioso central (Adler, 2005, pág. 21)

Entonces las redes informales dentro de una organización son muy importantes, pues brindan un camino más corto hacia los canales formales que generalmente son más pausados y pesados, y hacen que la innovación resulte más cómoda. De hecho muchos comunicadores dependen de las relaciones informales para conseguir información. De acuerdo con Adler, en su libro *Comunicación Organizacional*:

“Un estudio reveló que los gerentes generales pasan mucho tiempo con personas que no son sus subordinados directos, superiores ni compañeros, es decir, con personas que, según la cadena oficial de mando no tendrían necesidad de tratar. Muchos de ellos (secretarias, empleados de niveles bajos, y supervisores con poco poder) aparentemente carecían de importancia; sin embargo, los administradores exitosos parecían fomentar estos contactos." (Adler, 2005, pág. 21)

Algunas organizaciones con el propósito de fomentar este tipo de relaciones entre su personal han hecho todo lo posible, como la empresa Cornign Glass, una empresa líder mundial en la especialidad de vidrio y cerámica que se ha basado más de 150 años en la ciencia de los materiales y los conocimientos de ingeniería de procesos, que colocó de manera intencional gradas eléctricas dentro de sus instalaciones para

que los encuentros entre las personas se dieran frente a frente ya que esto no se podía lograr con el ascensor.

La empresa 3M una multinacional estadounidense que manufactura artículos de oficina, imagen gráfica, industria electrónica, servicios públicos y comunicaciones, salud medicina, industria, seguridad personal, seguridad vial y transporte, que patrocina la creación de clubes con el fin de que sus empleados fomenten relaciones entre sí, además allí pueden nacer ideas útiles para la compañía.

#### **4.2.2 Productividad del personal**

La productividad del personal es un aspecto fundamental para que una organización marche sobre ruedas, sobretodo para que logre los objetivos que se ha planteado. Esto no solamente depende de pagar el los sueldos de todos quienes conforman dicha organización y nada más; sino más bien es un cúmulo de acciones que lograrán el rendimiento óptimo de cada uno de los clientes internos.

Las organizaciones están formadas por seres complejos, pues cada persona lleva consigo distintas características de personalidad, expectativas, objetivos individuales, concepciones de la vida y de realizar las cosas y sobretodo llevan consigo necesidades que tienen que ser cubiertas para que su satisfacción sea total y por tanto sean productivos al momento de trabajar pues no sentirán presiones extra laborales.

La buena marcha de una empresa y que todos los trabajadores estén totalmente comprometidos con la empresa y den lo mejor de sí mismos y depende, en gran medida, de la motivación.

#### **4.2.2.1 Motivación**

De acuerdo con Robbins la motivación consta de *“los procesos que dan cuenta de la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo de un individuo por conseguir una meta (...) Los individuos motivados se aferran a una tarea lo suficiente para alcanzar la meta”*, (Robbins, 2004, pág. 68).

Stephen Covey, un estudioso del Management<sup>15</sup> asegura que *“se puede comprar el trabajo de una persona, pero no su corazón, donde se encuentran su lealtad, su motivación y su entusiasmo. Tampoco se puede comprar su cerebro, donde están su creatividad, ingenio y recursos intelectuales”*. Estos recursos impalpables que todos los individuos tienen son los que le dan un valor real a una organización.

Covey asegura que *“la clave para es darse cuenta de que los empleados están ofreciendo voluntariamente su corazón y su mente, y por tanto, hay que tratarlos con mimo, exactamente con el mismo con que se trata a los clientes”*. Ésa es la manera de conseguir que nuestros trabajadores se sientan motivados.

---

<sup>15</sup> Peter Drucker, considerado unánimemente como el padre del Management moderno definió así este término: "Management es definir la misión de la empresa y motivar y organizar las energías humanas a fin de cumplirla (...) definir la misión de la empresa es parte del emprendimiento y gestionar, motivar y organizarlas energías humanas es la parte relacionada con el liderazgo. Ambas, componen el management".

El momento en que un empleado distingue a su trabajo como un modo de obtener seguridad económica, cuando percibe que su actividad es vital dentro de la organización, cuando siente que su trabajo ayuda a mejorar el entorno en el que se encuentra, y sobretodo cuando siente que sus necesidades (salario acorde a la actividad que desempeña, preocupación por su entorno familiar, medio laboral adecuado, recompensas y bonificaciones, herramientas necesarias para su seguridad y ocupación, tiempo de descanso, acceso a las TIC's, etc), entonces surge la motivación y el compromiso, en aquel momento la productividad también vendrá como agregado.

#### **4.2.3 Relación Facebook y productividad**

Es muy posible que a muchos empresarios les parezca una pérdida de tiempo el hecho de dar acceso a las redes sociales a sus empleados pero de acuerdo a estudios presentados por la Universidad de Melbourne, esto podría ayudar a aumentar hasta en un nueve por ciento su productividad si se le permite el uso de Internet para distraerse. En este estudio participaron 300 trabajadores, y según los resultados, ingresar a Facebook o ver videos en You Tube podría ayudar a los trabajadores a *recargar las pilas* para mejorar su rendimiento.

Brent Coker, director de los estudios mencionados señaló que si las personas navegan en el Internet, con un límite razonable, es decir menos del veinte por ciento del total

de las horas que pasan en el trabajo *“se concentran más y mejor que aquellos compañeros que no lo hacen”* (Santander Empresas, 2010) .

Se conoce a esta tendencia como Workplace Internet Leisure Browsing (WILB) o Libre Navegación en Internet en el Lugar de Trabajo y comprende distintos asuntos: *“desde la búsqueda de información sobre productos, hasta la lectura de noticias, pasando por la visualización de vídeos en YouTube, jugar on-line o visitar los perfiles de los amigos en las redes sociales”* (Santander Empresas, 2010).

La principal causa para la creación del WILB podría deberse al caso de que las personas en las empresas no siempre cuentan con una total capacidad de concentración, refiriéndose a esto Coker afirma que los seres humanos *“necesitan dispersarse un poco” para retomar su concentración*” (Santander Empresas, 2010) , incluso ejemplifica este tema con el hecho de que en un aula de clases la atención de los alumnos decae después de veinte minutos pero se restablece luego de unos pocos minutos de distracción.

Algo similar es lo que sucede en los puestos de trabajo, el investigador declara que esas pausas rápidas y no intrusivas *“como echarle un rápido vistazo a Internet, ayudan a la mente a descansar, lo que implica una mayor concentración en los días laborales, y como resultado, aumenta la productividad”* (Santander Empresas, 2010).

La mayor parte de empresas gastan en software que impida a sus empleados el acceso a Internet o a cierto tipo de páginas como ver videos online, navegar en páginas de redes sociales, o hacer compras en línea con el argumento de que todas esas actividades cuestan millones en productividad que es perdida. Brent Coker asegura que el efecto sería el contrario, que el hecho de bloquear las páginas para que los empleados para que los trabajadores no puedan navegar en la Red, podría significar perdidas millonarias en productividad pues llegará en un momento en que la concentración de los empleados se perderá y necesitarán de un tiempo de descanso y distracción que les permita retomar sus actividades con concentración y motivación ya que de esta manera también se estaría demostrando que la empresa se preocupa de darles un tiempo en el que puedan descansar.

Cabe recalcar que los resultados obtenidos en el estudio realizado por la Universidad de Melbourne se basan en una investigación hecha a individuos que utilizan la web una manera responsable y moderada, en el caso de trabajadores que naveguen durante horas o peor aún sean adictos a la red lógicamente influiría de un modo negativo el WILB en las actividades empresariales, podría convertirse en una obstáculo y no en una herramienta de ayuda y motivación.

### 4.3 Aplicación de Facebook en Organizaciones

Considerando la utilidad de Facebook hay algunas organizaciones que han decidido incluir a esta Red Social dentro de sus actividades cotidianas. Como es el caso de DATISA, una empresa española que se especializa en el desarrollo y comercialización de software, tomó la decisión de no restringir el acceso de sus trabajadores a esta red social, sino fomenta el uso como una herramienta de comunicación informal entre ellos, similar a un foro de empleados o una especie de cartelera de anuncios.

Como se explico anteriormente, cada vez son más las compañías que prohíben el uso de redes sociales en el lugar de trabajo aduciendo que es una distracción para el trabajador y que reduce su productividad, pero de también existen directivos que consideran que dentro de estas redes sociales se puede da la colaboración social online y la comunicación que son una parte neurálgica en el desenvolvimiento de una empresa.

Para DATISA, Facebook simboliza una herramienta de comunicación “*más interactiva y menos costosa que el desarrollo, por ejemplo, de una **Intranet** para la comunicación de sus empleados*” (RRHH Digital, 2009), que es una herramienta con la que cuentan muchas organizaciones a través de la cual también pueden entablar

conversaciones y darse posibles conflictos similares a los que se podrían observar en una Red Social.

Isabel Ballester, Directora Comercial de DATISA, acerca de la discusión de si el uso de las redes sociales en las empresas es perjudicial o beneficioso asegura que *“en DATISA no creemos que la tecnología sea buena o mala de por sí, sino según el uso que se le de. En este caso, nosotros sí que apostamos por las redes sociales, siempre y cuando fomenten la cohesión de los equipos y su implicación en el negocio”* (RRHH Digital, 2009) .

Con el fin de aprovechar las herramientas de comunicación y colaboración que ofrece Facebook, DATISA, creó un grupo privado dentro de la Red Social, que está conformado por todos sus trabajadores, dicho grupo cumple con dos funciones primordiales, concienciar a sus empleados acerca del uso de las TIC's sobretodo siendo una empresa tecnológica y por otro lado la mejora del clima laboral, la motivación y la cohesión de sus funcionarios que pueden tener la posibilidad de compartir sus opiniones acerca de determinados temas concernientes a la empresa, organizar eventos, brindarse ayuda mutua resolviendo sus inquietudes.

Por otro lado las Redes sociales han tomado un papel muy importante en la publicidad on-line, cada vez son más las empresas que anuncian en estos espacios sus productos o servicios. Tanto grandes como pequeñas marcas se han dado cuenta de la

rapidez y eficacia de enviar mensajes por estos medios. De hecho hay compañías que han contratado personas especializadas en Redes sociales para que se encarguen de la interacción con los públicos en estos sitios, como por ejemplo el caso de Movistar Ecuador que tiene como encargado a tiempo completo del área de la comunicación en redes sociales a José Luis Madrid.

Pero no solamente se publicitan productos o servicios, sino también se le da un valor a dicha página o perfil pues se brinda información necesaria que los clientes necesiten, se publican saludos y promociones a las que solo se puede acceder mediante la información que se consigue en las Redes sociales, especialmente en Facebook que permite la creación de un perfil o grupo determinado para una marca, producto o servicio.

Jacobo Moreno, encargado de la comunicación en las Redes sociales de Patiotuerca.com en Ecuador, asegura que han mejorado el servicio usando el Facebook, en una entrevista al diario el comercio dijo que:

La experiencia con el medio ha sido sumamente beneficiosa porque nos ha enseñado a conocer a nuestros clientes. Gran parte del éxito de nuestra página en Facebook se debe a la transparencia y ganas de escuchar por nuestra parte, que ha dado como resultado una excelente relación con los seguidores de Patiotuerca.com. En un principio tuvimos ciertas reservas para abrir una página en Facebook, principalmente porque Patiotuerca.com ya es una red social. Sin embargo, cuando nos dimos cuenta que podíamos integrar las dos redes sociales, lo hicimos sin pensar, ya que hizo que nuestro alcance

a nuevas audiencias crezca. Hemos logrado crecer a alrededor de 1 000 fans por mes. Facebook nos ha servido para crear presencia de marca y nuestro objetivo siempre ha sido intentar crear pasión alrededor de lo que hacemos. Con esta herramienta hemos logrado mejorar nuestro servicio (Diario El Comercio, 2010) .

Las estrategias de comunicación de las organizaciones deben contemplar las redes sociales como soportes nuevos de conversación y participación de los usuarios.

El fenómeno del uso de las Redes sociales en las empresas ha ido en crecida los últimos años, y es por esto que incluso los medios tradicionales se ven en la necesidad de reconocerlo (Ver anexo 4) y de unirse a ellos. El fin de todo esto es incluir a los públicos y consumidores en una interacción con la empresa ya que esperan ser escuchados y comprendidos. A través de participación en las redes sociales las organizaciones deben conectarse con los deseos y necesidades de sus públicos; toda la actividad tiene que ir orientada a lo que quiere la comunidad, empleando para ello los mecanismos de esa comunidad y Facebook es un claro ejemplo de esto.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Las Tecnologías de la Información y las Comunicación (TIC's) son incuestionables y están ahí, forman parte de la cultura tecnológica que nos rodea y con la que debemos convivir. Amplían nuestras capacidades físicas y mentales. Y las posibilidades de desarrollo social.

Como se ha podido evidenciar en este trabajo de investigación, la sociedad actual es una sociedad que se encuentra vigilada permanentemente; solamente el hecho de que el Internet haya nacido como una herramienta militar de guerra para investigar y concebir planes en contra del enemigo, quiere decir que nació como una herramienta de vigilancia que luego se civilizó.

El advenimiento de Internet y sobretodo de Facebook y otras Redes sociales, ha permitido que los sin voz alcen la voz, que lo privado se haga público; haciendo una similitud con un medio tradicional de comunicación se podría decir que ahora hay miles de corresponsales informado al mundo a través de dichas redes, que antes muchas veces podían ser vetados por los grandes medios que ven en la actualidad como se diluye su enorme capacidad de manipulación de la información gracias a las redes sociales.

Pero de las redes sociales no sólo se puede decir que han “democratizado” el mundo, sino también se puede decir que están creando una nueva cultura donde los individuos

son activos. No hay duda que las Redes sociales y los medios sociales forman parte de una transformación silenciosa que se desplaza a gran velocidad por el Internet, sumando miembros y evolucionando hacia un nuevo modelo económico y una nueva forma de interacción entre las personas, dicha transformación es apreciable muchos sentidos. *“Si observamos los acontecimientos principales, los actores, las ideas, los procesos y las estructuras, vemos que han existido desplazamientos, transformaciones e innovaciones profundas. Todo se ha movido”* (Pérez Lindo, 1995, pág. 34)

La sociedad actual se caracteriza también por destinar gran parte de su tiempo al esparcimiento y se han valido para ello en numerosas ocasiones de las TIC's, por lo que puede decirse que es una sociedad del entretenimiento. No se trata de decir que esto sea algo perjudicial, pero si es que ese tiempo que se dedica al ocio despoja horas al enriquecimiento intelectual o aún al espiritual, hay que detenerse a pensar que es precisamente lo que ciertas esferas de poder necesitan de una sociedad para mantenerla controlada, enajenada ya que cada vez está más preocupada por el consumo y por el entretenimiento y cada vez hay menos mentes críticas capaces de escudriñar sus propósitos más escondidos; bien decía Simón Bolívar: *“Mas que por la fuerza os dominan por la ignorancia”*, o en este caso también por el despiste. Hay que tomar en cuenta por esto que *“Sin la acción histórica humana, sin el compromiso de millones de personas dispuestas a ser sujetos de su destino, difícilmente se*

*modificarán los escenarios catastróficos que nos amenazan”*. (Pérez Lindo, 1995, pág. 17)

La Red Social Facebook pueden ser -como se ha visto a lo largo de todo este trabajo investigativo- un arma de doble filo, tiene las ventajas de ser un excelente medio para propiciar contactos afectivos como búsqueda de pareja, amistad, permite establecer conexiones con el mundo, organizar foros y conferencias, promocionar una marca, producto o servicio o puede generar un gran movimiento masivo de solidaridad ante una situación de crisis gracias a la instantaneidad de la comunicación en el Internet, así también posee la desventaja de ser una herramienta de uso delicado o peligrosa en algunos casos para las personas si no se configura la privacidad correctamente, pues pueden exponer su vida para que sean vigilados o aún perseguidos o acosados, puede volverse adictivo y devora gran cantidad del tiempo de las personas, todos estos son aspectos que se deben tomar en cuenta al momento de decidir pertenecer a estas redes sociales.

En 1994, cuando Internet aún no tenía la fama actual, un grupo indígena e izquierdista de México llamado Ejército Zapatista de Liberación Nacional, colmó la red con un mensaje de búsqueda de libertad, respeto y dignidad para los indígenas del Estado sureño de Chiapas. Este suceso demuestra que la red no es necesariamente

una herramienta de enajenación del poder. El hecho es que no hay que temer a Internet y a las Redes Sociales, sino que hay que saber usarla.

Las TIC's han revolucionado las relaciones humanas. El mundo, tal y como lo conocían los seres humanos hace menos de dos décadas, ya no existe para la mayoría y es por esto que se debe estar preparado para poder desenvolverse en el medio que todas las personas se desenvuelven de una manera satisfactoria sobretodo para tener una calidad de comunicación óptima con todos quienes los rodean.

## BIBLIOGRAFÍA

- Adler, R. (2005). *Comunicación Organizacional*. México: McGraw Hill.
- Asociación de sitios de internet. (2007). *Asociación de sitios de internet*. Recuperado el 3 de junio de 2010, de [http://aui.es/index.php?body=dest\\_v1article&id\\_article=3067](http://aui.es/index.php?body=dest_v1article&id_article=3067)
- Avilés, E. *The Family Watch*. Recuperado el 6 de junio de 2010, de <http://www.thefamilywatch.org/cos/cos-0053-es.php>
- Balaguer, R. (2003). *Internet: un nuevo espacio psicosocial*. Montevideo: Ed. Trilce.
- Barbero, M. (2003). *De los medios a las mediaciones*. Colombia: Unidad editorial del Convenio Andres Bello.
- Barbero, M. *Jóvenes: comunicación e identidad*. Recuperado el 10 de Agosto de 2010, de *Pensar Iberoamérica*: <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric00a03.htm>
- Bauman, Z. (2006). *La Globalización*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Biblioteca pléyades. (s.f.). *Biblioteca pléyades*. Recuperado el 19 de Agosto de 2010, de *La red echelon=la gran oreja*: <http://www.bibliotecapleyades.net/ciencia/echelon02.htm>
- Blood, R. (2005). *¿Qué es un weblog?* Barcelona: Gestión 2000.
- Bolz, N. (2006). *Comunicación Mundial*. Buenos Aires: Katz Discusiones.
- Braun, E. (2003). *Revolution in miniature*. Cambridge: Press Syndicate of the University of Cambridge.
- Brito, X. (2008). *Las reconfiguraciones de las subjetividades en el ciberespacio. El YouTube, como nuevo vehículo y lo íntimo en el espacio global*. Quito: UASB.

- Casciari, H. (2005). El blog en la literatura. *Revista Telos* , No. 45.
- Castells, M. (2002). *La era de la información* (Vol. Volumen I: La sociedad Red). Buenos Aires Argentina: Siglo XXI Editores.
- Castells, M. (2001). *La galaxia internet*. Barcelona: Areté.
- Castells, M. (1998). *La sociedad red* (Vol. 1). Madrid: Alianza Editorial.
- Computación Aplicada al Desarrollo. (2009). *cad.com.mx*. Recuperado el 14 de Junio de 2010, de Historia de Facebook: [http://www.cad.com.mx/historia\\_de\\_facebook.htm](http://www.cad.com.mx/historia_de_facebook.htm)
- DeKerckchove, D. (1999). *La piel de la cultura*. España: Gedisa Editorial.
- Deleuze, G. G. (2000). *Mil Mesetas*. Valencia: Pre-Textos.
- Dery, M. (1998). *Velocidad de escape*,. Madrid: Siruela.
- Desarrollo Web. *Desarrollo Web*. Recuperado el 15 de Junio de 2010, de [http://www.desarrolloweb.com/de\\_interes/ranking-redes-sociales-mayo-2010-3437.html](http://www.desarrolloweb.com/de_interes/ranking-redes-sociales-mayo-2010-3437.html)
- Diario El Comercio, R. d. (11 de Julio de 2010). Las empresas apuntan a las redes sociales. *Diario El Comercio* .
- Echeverría, J. (2000). *Un mundo virtua*. Madrid: Plaza y Jánés.
- Espinosa, C. (mayo de 2010). *Cobertura Digital*. Recuperado el 15 de junio de 2010, de <http://www.cobeturadigital.com/2009/03/26/facebook-ecuador-estadisticas-usuarios-2009/>
- Facebakers. (15 de Junio de 2010). *Facebakers*. Recuperado el 15 de Junio de 2010, de <http://www.facebakers.com/countries-with-facebook/EC/chart-interval-4/>
- Fonseca, A. (2008). *Política de las señales*. Bogotá: Revista Nómada.
- Foucault, M. (2000). *Historia de la sexualidad* (Vols. 1, La voluntad del saber). México: Siglo XXI.

- Foucault, M. (1994). *Vigilar y Castigar*. México: Siglo Veintiuno.
- Franco, C. (19 de Mayo de 2009). *Comunidad Pensamiento Imaginativo*. Recuperado el 20 de Julio de 2010, de El uso de Facebook como herramienta de marketing: <http://manuelgross.bligoo.com/content/view/516215/El-uso-de-Facebook-como-herramienta-de-marketing.html>
- Gutierrez, C. (2008). *Como funciona la web*. Santiago de Chile: Centro de Investigación de la Web Universidad de Chile.
- Herrera, M. (24 de Julio de 2010). Uso de Facebook. (M. A. Yépez, Entrevistador)
- Katz, J. R. (2006). *Consecuencias sociales del uso de Internet*. Barcelona: UOC.
- Kuhn, T. (1996). *Estructura de las revoluciones científicas*. Chicago: Universidad de Chicago.
- Lackerbauer, I. (2001). *Easy Internet*. Alemania: Pearson Education 2000, Version en español: Marcombo S.A.
- Levý, P. (2007). *Cibercultura*. México: Anthropos.
- Madariaga, C. E. (2003). *REDES SOCIALES: Infancia, familia y comunidad*. Colombia: Ediciones Uninorte.
- Marí, V. M. (2002). *Globalización, nuevas tecnologías y comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Marqués, P. (23 de Marzo de 2008). *Las TIC y sus aportaciones en la sociedad*. Recuperado el 1 de Diciembre de 2009, de <http://www.pangea.org/peremarques/tic.htm>
- Maturana, S. (2009). *Las redes sociales y la inteligencia colectiva*. Chile: Artículo escrito para el IV Congreso de Caber Sociedad.
- Mayans, J. (2000). El lenguaje de los chats. Entre la diversión y la subversión. *Revista iWorld* , 42-50.

- Millán, T. (2009). Recuperado el 21 de Enero de 2009, de Eros digitalizado: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n52/tmillan.html>
- Monsalve Moreno, M. (2008). *Análisis de redes sociales: un tutorial*. Chile: Universidad de Chile.
- Mora, J., & Rodríguez, R. (2006). *Conocimiento e información en la sociedad global*. El Cotidiano, septiembre-octubre, año/vol.21, número 139 , pp., Universidad Autónoma Metropolitana – Distrito Federal Mexico , 60-74.
- Muñoz, B. (2010). *Red de la iniciativa de la comunicación*. Recuperado el 10 de Agosto de 2010, de Sociología de la comunicación de masas: <http://www.comminit.com/en/node/150551/37>
- Parra, G. (2006). *Miedos y goces: de la Ciudad al ciberespacio, en Entre Miedos y Goces , , Bogotá, 2006, p. 234*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Pérez Lindo, A. (1995). *Mutaciones*. Editorial Biblios.
- ProyectoPV. (s.f.). *ProyectoPV*. Recuperado el 19 de Agosto de 2010, de La Red Echelon: <http://www.proyectopv.org/1-verdad/echelon.htm>
- RAE. (2008). *Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española* (Vegésimo Segunda ed.).
- Ramonet, I. (2006). *La tiranía de la comunicación* (sexta edición ed.). Madrid: Temas de Debate.
- Reignold, H. (1998). *La comunidad virtual*. Madrid: Gedisa.
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional* (décima edición ed.). México: Pearson Educación.
- Rodrigo, I. (2004). *Máquinas de pensar: videojuegos, representaciones y simulaciones de poder*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

- Rojas, J. (2007). *UOC Papers*. Recuperado el 11 de 7 de 2010, de Mecanismos de videovigilancia en sociedad de la información: <http://www.uoc.edu/uocpapers/5/dt/esp/rojas.pdf>
- RRHH Digital. (18 de Diciembre de 2009). *RRHH Digital- Periódico On-line de Recursos Humanos*. Recuperado el 24 de Junio de 2010, de DATISA se comunica con sus empleados a través de Facebook: <http://www.rrhhdigital.com/ampliada.php?sec=45&id=65739>
- Salgado, V. La voz de Galicia. Recuperado el 23 de Julio de 2010, de *Sociedad 2.0 el fin de la privacidad o el comienzo de la era digital*: (<http://blogs.lavozdegalicia.es/victorsalgado/2010/02/17/sociedad-2-0-el-fin-de-la-privacidad-o-el-comienzo-de-la-democracia-digital/>)
- Santander Empresas. (2010). *Formapyme.com*. Recuperado el 25 de Julio de 2010, de ¿Aumentan Facebook y YouTube la productividad de nuestros empleados?: <http://www.formapyme.com/articulos/42/10/792/Recursos-Humanos/Aumentan-Facebook-y-YouTube-la-productividad-de-nuestros-empleados.htm>
- stats, I. w. (7 de junio de 2010). *Internet world stats*. Recuperado el 7 de junio de 2010, de <http://www.internetworldstats.com/sa/ec.htm>
- Turkle, S. (1997). *Repensar la identidad en el ciberespacio*. Madrid: Revista el Paseante.
- Weinberger, D. (2002). *Small Pieces Loosely Joined, a unified theory of the web*. USA: Perseus Books.
- Whitaker, R. (1999). *El fin de la privacidad*. Buenos Aires: Paidós.
- Zamora, M. *Maestros del Web*. Recuperado el 17 de Febrero de 2010, de [www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/](http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/)

# ANEXOS

## Anexo 1

The image shows a screenshot of the website 'EL COMERCIO'. At the top left, there is a banner with four children's faces. To the right is a red button with the Facebook logo and the text 'En Facebook'. Below this is a navigation bar with 'avisos.elcomercio.com' and 'PRODUCTOS DE GRUPO EL COMERCIO'. The main header features the logo 'EL COMERCIO.com' and the text 'QUITO, ECUADOR. DIARIO INDEPENDIENTE DESDE 1906'. A secondary navigation bar includes 'NOTICIAS', 'VIDA DIARIA', 'ECUATORIANOS', 'INTERACTÚE', 'MULTIMEDIA', and 'avisos.elcomercio.com'. A search bar is on the right. Below this is a 'MUNDO' section header. The main article is titled 'Correa, entre los 12 presidentes que irán a la posesión de Santos' and includes a photo of Juan Manuel Santos Calderón holding a certificate. To the right is a sidebar with a 'LÍDERES.ec' section titled 'Provincias del ECUADOR' and a 'VIDA DIARIA' section titled 'Desde Suecia' with a Swedish flag icon.

Ilustración 33 Página de Diario El Comercio de Ecuador. Parte superior derecha invitación a Facebook del medio. Fuente: <http://www.elcomercio.com/2010-08-05/Noticias/Mundo.aspx?sec=1>

## Anexo 2

facebook  Inicio Perfil Cuenta -

**daniel radcliffe**

Todos los...  
 Personas  
**Páginas**  
 Grupos  
 Aplicaciones  
 Eventos  
 Publicaciones...  
 Publicaciones...

Mostrar: Todos los tipos de páginas

	Nombre: <b>Daniel Radcliffe</b> Tipo: Productos A 1.810 personas les gusta esto.	Me gusta
	Nombre: <b>Daniel Radcliffe</b> Tipo: página A 30.279 personas les gusta esto.	Me gusta
	Nombre: <b>Daniel Alan Radcliffe</b> Tipo: Actor A 3.243 personas les gusta esto.	Me gusta
	Nombre: <b>Daniel Radcliffe!</b> Tipo: Actor A 39.284 personas les gusta esto.	Me gusta
	Nombre: <b>Daniel Alan Radcliffe</b> Tipo: Actor A 4.726 personas les gusta esto.	Me gusta
	Nombre: <b>Daniel Jacob Radcliffe</b> Tipo: Actor A 7.655 personas les gusta esto.	Me gusta
	Nombre: <b>Daniel Radcliffe</b> Tipo: Personaje público A 432 personas les gusta esto.	Me gusta
	Nombre: <b>Daniel Radcliffe</b> Tipo: página A 657 personas les gusta esto.	Me gusta
	Nombre: <b>Daniel Radcliffe, Rupert Grint, Emma Watson, Bonnie Wright</b> Tipo: Actor A 4.072 personas les gusta esto.	Me gusta
	Nombre: <b>Daniel Radcliffe</b> Tipo: Actor A 321 personas les gusta esto.	Me gusta

Crea un anuncio

**ENRIQUE IGLESIAS EUPHORIA**

Compra ya el nuevo álbum de Enrique Iglesias en tu discotienda Favorita, incluye su hit "CUANDO ME ENAMORO" has click aquí para ver más

Me gusta

Quieres ser PMP@?

**TerStep Ecuador**

ó Director de Proyectos Profesional! Prepárate para la Certificación PMP@, Programa garantizado, telf. 02 3520 984

Me gusta

**Maestrias en Línea**

Prepárate para el futuro estudiando una Maestría en Línea en el Tecnológico de Monterrey.

A María Magdalena Carbonell Lluch, Luis Berrazueta y Andre Ayala Andrade les gusta este anuncio.

Me gusta

Más anuncios

Ilustración 34 Imagen de distintos perfiles de la misma persona, (Actor Daniel Radcliffe - Harry Potter).  
Fuente: Facebook.

## Anexo 3

Encuesta Aplicada a los estudiantes de último año de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad SEK de Quito.

### Uso de Internet

#### 1. Información General

##### 1. Edad

● Edad

##### 2. Sexo

- Femenino
- Masculino

##### 3. ¿Cuál es su nivel como usuario de Internet?

- Básico
- Medio
- Avanzado

##### 4. ¿Con qué frecuencia utiliza Internet?

- Todos los días, varias horas
- Una vez al día
- Algunos días de la semana
- Una vez a la semana
- Una vez al mes
- Menos de una vez al mes

**5. ¿Dónde realiza un mayor uso de la Web?**

- En el trabajo
- En el lugar de estudios
- En casa

**6. ¿Qué tipo de sitios son los que más visita en la Web?**

Califíquelos en la siguiente escala:

	Nunca los visito	Pocas veces los visito	Los visito frecuentemente	Los visito todos los días
Informativos	●	●	●	●
Buscadores	●	●	●	●
Correos electrónicos	●	●	●	●
Sitios especializados en ciencias	●	●	●	●
Sitios especializados en economía	●	●	●	●
Portales de ocio y entretenición	●	●	●	●
Compras online	●	●	●	●
Portales de empleo	●	●	●	●
Sitios Web de redes sociales	●	●	●	●
Sitios de aplicaciones Web	●	●	●	●
Otros	●	●	●	●

**2. Uso de Redes sociales y Facebook**

**7. ¿Qué tipo de red social usa normalmente?**

- Facebook
- Tuenti

- Hi5
- Twitter
- MySpace
- Badoo
- Messenger, msn
- Fotolog
- Sonico
- Netlog
- Orkut
- Xing
- Yahoo
- LinkedIn
- Tagged
- Netby
- Windows Live
- Metroflog
- Flickr
- Meetic
- Bebo
- Otros

**8. ¿Con qué frecuencia utiliza Facebook?**

- Cada día
- Varias veces por semana
- Al menos una vez a la semana
- Con menor frecuencia
- Nunca

**9. ¿Por qué motivo o motivos suele utilizar Facebook? (marque todas las que correspondan)**

- Para contactarse con amigos/conocidos
- Para buscar ideas para el tiempo libre
- Para actualizar aplicaciones o juegos
- Por trabajo o relaciones profesionales
- Para encontrar pareja/relaciones amorosas
- Para buscar consejo sobre compras
- Para saber acerca de la vida de otros

**10. Cuándo utiliza Facebook para relacionarse ¿con quien se suele relacionar? (marque todas las que correspondan)**

- Con amigos actuales
- Con antiguos amigos
- Con familiares
- Con compañeros de estudio
- Con compañeros de trabajo
- Con desconocidos

**11. ¿Qué actividades realiza cuando está en Facebook? (marque todas las que correspondan)**

- Enviar mensajes privados
- Enviar mensajes públicos
- Compartir o subir fotos
- Compartir estado de ánimo
- Actualizar el perfil
- Participar en concursos o sorteos
- Hacerse fan o seguir marcas comerciales
- Jugar online

### **12. Cuándo utiliza Facebook ¿dónde suele conectarse?**

- En Casa
- En el trabajo
- En el lugar de estudio

### **13. ¿Qué es lo que más le gusta Facebook?**

- Estar en contacto con amigos, familia
- Conocer gente
- Compartir contenidos (comentarios, fotos, enlaces...)
- Conversar con las personas
- Reencontrarte con antiguos amigos / Familia
- Hablar con gente que vive lejos / de todo el mundo
- Ver fotos / videos
- Se puede realizar actividades entretenidas / divertidas
- Tienen gran cantidad y variedad de información
- Comunicación rápida / Información actual
- Información actualizada sobre mis amigos
- Todo

### **13. ¿Qué es lo que menos te gusta de Facebook?**

- Falta de privacidad / Poca intimidad
- La gente que miente / Los falsos perfiles
- Las personas irrespetuosas / pesadas
- El uso inmoral / ilegal de los datos
- La publicidad
- El riesgo de subir tus fotos personales
- Poca seguridad
- Demasiada información

- Aplicaciones
- Requiere mucho tiempo
- Trato demasiado frio / impersonal
- Contactos que son desconocidos
- Me gusta todo

## Anexo 4

**Fragmento de artículo publicado por Diario el Comercio de Ecuador.**



ESTRATEGIA

DOMINGO 11/07/2010

# Las empresas apuntan a las redes sociales

Tiempo de lectura: 6'19" | No. de palabras: 949

Redacción Negocios

[negocios@elcomercio.com](mailto:negocios@elcomercio.com)

Enemy es una pequeña tienda de ropa para hombre que nació en Facebook en el 2008. Su propietario es Santiago Verdesoto, 25 años, que estudió Marketing y Publicidad en la Universidad San Francisco, en Quito.

Empezó a diseñar estampados para camisetas que compraba a un proveedor local. Paralelamente hizo su página en Facebook, donde subió las fotos de sus diseños, su número de teléfono y su correo electrónico

En pocas semanas, comenzaron las llamadas y en menos de un mes logró vender 20 camisetas, que entregaba a domicilio. Ahora, Enemy tiene un local en Cumbayá, una empleada y comercializa 150 camisetas mensuales, de las cuales un centenar son pedidas por Facebook.

Su página en la red social registró el viernes pasado 5 526 fans o usuarios que declaran su interés por la marca. Estos potenciales clientes no solo están ubicados en Quito sino además en Cuenca, Ibarra, Guayaquil y Manta.

Para promocionar su producto destina apenas USD 100 mensuales. Toda la publicidad está en Facebook, la red social más popular en el mundo y también en Ecuador, donde actualmente hay 1,25 millones de miembros.

Y es que Facebook ha revolucionado el mundo del marketing, ya que los usuarios ingresan voluntariamente su edad, lugar de residencia, educación, situación laboral, aficiones e intereses.

Esta información es oro en polvo para las empresas que buscan siempre nuevas formas de llegar a su público objetivo con estrategias publicitarias más eficientes.

Según Álvaro Andrade, del IDE Business School, las redes sociales como Facebook y Twitter son esenciales en el mundo de la publicidad, porque proveen una comunicación bidireccional entre la marca y el consumidor.

Si bien la relación con el cliente se vuelve más eficiente a través de estos medios, es importante ser transparente porque la interacción se da con usuarios más informados y críticos de los productos.

Las redes sociales también son lugares para fomentar la relación entre el consumidor y las marcas, la cual funciona siempre que se ofrezca un contenido relevante al usuario ya que este "puede castigar a la marca si se le presenta información sin importancia".

La operadora de telefonía celular Movistar incluso contrató a María Villavicencio y a José Luis Madrid, para que manejaran las relaciones de la compañía en las redes sociales Facebook y Twitter.

Ellos se mantienen en contacto con los más de 20 000 fans ecuatorianos de Movistar en Facebook, a través de saludos semanales y anuncios diarios de ofertas y promociones. Además, reciben pedidos y sugerencias de los usuarios respecto del servicio.

El éxito para mantener interesados a los clientes es crear valor al contenido de la página, señala Sylvia Bermeo, administradora de la escuela de conducción San Francisco Auto Club.

Junto a los cursos que promociona la empresa se suben videos de autos clásicos, los últimos ve-hículos de lujo en el mercado, incluso choques de carros para generar conciencia entre los usuarios.

#### **Punto de vista Marcelo Jácome/ Gerente Dream Quest**

##### **'Hay que conocer más a las redes'**

La publicidad digital va más allá de redes sociales como Facebook. Si bien esta herramienta es muy importante para hacer publicidad, hay que considerar que existe una serie de elementos que integran la publicidad digital y por eso es importante tener una visión clara de lo que quiere una empresa.

En el caso de Facebook, la herramienta es excelente para construir relaciones con el cliente, pero no tanto así para otro tipo de publicidad donde el objetivo es vender.

Por eso es importante que las empresas se den cuenta de que la estrategia de comunicación y publicidad pasa por una combinación de medios y la comprensión de la naturaleza de cada formato para sacar mayor provecho de ellos.

Para algunas marcas, Facebook podría no ser lo óptimo porque sus estrategias actuales no cuadran con el principio de una red social, que es interacción constante con el usuario.

Podría decir que alrededor del 60% de compañías que han entrado a Facebook han fallado y hasta han perjudicado el nombre de su marca

Por ejemplo, si una compañía con una página en Facebook no responde a las quejas de sus usuarios, su propia marca puede perder valor sin que se dé cuenta.

Facebook es una de las redes sociales que más está creciendo y por ello es importante que las empresas entiendan cómo ser parte de la misma.

Ello, porque al entender el medio se pueden obtener resultados muy beneficiosos.

Lo bueno es que en las redes sociales, toda acción tiene una reacción directa e inmediata. Lo que permite que a medida que pasa el tiempo, se pueda ir modificando el formato o contenido del mensaje para obtener la mejor respuesta posible.

La clave es monitorear constantemente lo que pasa con un anuncio colgado porque así se tiene una mejor respuesta y, por ende, los costos de la campaña se tornan mas eficientes.

Es importante conseguir una respuesta directa del cliente y una reacción ágil y efectiva de la empresa. Así la marca se posiciona y se crean relaciones a largo plazo con el cliente.