

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES.
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA.
PLANTEL SAN LORENZO TEZONCO.

**CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN Y SOCIALIZACIÓN DE LOS
JÓVENES ESTUDIANTES DE LA UACM, PLANTEL SAN LORENZO TEZONCO, EN
REDES SOCIALES EN INTERNET.**

TRABAJO RECEPCIONAL QUE PARA
OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN Y CULTURA.

P R E S E N T A N:
MARINA TLAPALAMATL TLAPALAMATL.
JIBRAN ERIK RAMOS MIRANDA.

DIRECTOR DE TRABAJO RECEPCIONAL
DR. JERÓNIMO REPOLL.

MÉXICO, D.F., FEBRERO DE 2011

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS[©]

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

AGRADECIMIENTOS.

Al Doctor Jerónimo Repoll por encaminarnos dentro de este sendero digital y brindarnos su apoyo incondicional.

A la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), por ser nuestra fraternal casa de estudios, que nos brindó innumerables experiencias, enseñanzas y la oportunidad de conocer gente formidable en nuestro camino.

Al comité de becas de la UACM por haber beneficiado a Marina Tlapalamatl Tlapalamatl, con el objetivo de consolidar este proyecto de vida.

Al Instituto de Ciencia y Tecnología del Distrito Federal, por becar a Jibrán Ramos Miranda y apoyarlo en la culminación de esta investigación.

A las autoridades administrativas de la UACM San Lorenzo Tezonco (SLT), por las facilidades brindadas durante la elaboración metodológica.

A la Doctora Araceli Pérez Mendoza, por su valiosa ayuda en el desarrollo metodológico.

A cada un@ de l@s 200 estudiantes de la UACM (SLT) que atendieron a nuestra encuesta vía mail e hicieron posible este intenso e interesante análisis.

A los entrevistados Araceli Barrera, Carlos Ruíz Labastida, Edgar Navarro, Estela Salas, Lento Como Un Sueño, Julio César Guillén, Julio César Ibáñez, Patricia Cruz y Patricia Ramírez por permitirnos adentrar a sus vidas virtuales.

A Jasmín Tlapalamatl Tlapalamatl y Fabián Rodríguez Campuzano por colaborar en la corrección de estilo.

A tod@s nuestros profesores que llenaron de sabiduría nuestro camino y cambiaron el rumbo de nuestras vidas.

DEDICATORIAS.

A mi familia por soportar mi mal humor, desveladas y apoyarme intrínsecamente en todo momento a pesar de las adversidades.

A la familia Tlapalamatl por adoptarme cálidamente durante esos días y noches de arduo trabajo.

A aquellos seres amados que ya no alcanzaron a ver materializado este sueño, pero que lo bendijeron con su esencia desde donde se encuentran ahora. †

A la familia López Miranda por su apoyo y reconfortante cariño.

A la familia Sam Miranda por toda la ayuda y soporte técnico brindado.

Jibran Erik Ramos Miranda.

DEDICATORIAS.

A ti mamá, por ser un gran ejemplo de tenacidad, fuerza e inteligencia. Gracias por ser mi todo y por apoyarme incondicionalmente. Este logro lo comparto con la mujer más increíble del mundo... mi madre.

Soraya...gracias por iluminar mi camino, por cuidarme y enseñarme a surfear en la vida. Te admiro y agradezco infinitamente por cada consejo, abrazo y palabra de aliento.

A ti Jasmín por creer siempre en mí, por ser mi cómplice y apoyarme en todo momento, por nunca soltar mi mano y hacerme feliz. Simplemente porque entre las tres hay una conexión iónica.

A Fabián por ser fuente de inspiración para lograr grandes retos en la vida y nunca desistir de ellos.

A ti, que estuviste a mi lado durante un largo tiempo y que me amaste con la misma intensidad con la que ahora te extraño... Aunque ya no estás físicamente, hay redes que siempre nos mantendrán unidas. Te quiero abuelita (Wewis). †

A usted Don José que formó parte de mi vida, que me ayudó a realizar grandes retos y que pese a las adversidades siempre me tendió su mano. †

A la familia Ramos Miranda por su cariño y calidez, por abrirme las puertas de su casa y hacerme una integrante más de su hogar.

A mis amig@s que cubrieron mi existir de hermosos momentos y dieron sentido a mi vida.

Marina Tlapalamatl Tlapalamatl.

BÚSQUEDA ONLINE

➤	INTRODUCCIÓN. INICIAR SESIÓN.....	6
➤	CAPÍTULO I. CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO.....	10
	I.1.Pregunta general de investigación.	
	I.2.Preguntas particulares.	
	I.3.Objetivo general.	
	I.4.Objetivos particulares.	
	I.5.Justificación.	
➤	CAPÍTULO II. CONTEXTO.....	15
	II.1.Antecedentes del objeto de estudio.	
➤	CAPÍTULO III. ESTADO DEL ARTE.....	24
	III.1.Investigaciones ejemplares sobre el tema.	
➤	CAPÍTULO IV. MARCO TEÓRICO.....	44
	IV.1.Tecnologías de la Información y la Comunicación. (TICs).	
	IV.1.2.Internet.	
	IV.1.3.Navegando en el Ciberespacio.	
	IV.1.4.Sociedad.com.	
	IV.2.Brecha digital: Inclusión o Exclusión a la Sociedad de la Información.	
	IV.2.1.Consecuencias de la Brecha Digital.	
	IV.2.2.Brecha Digital en México.	
	IV.3.Web 2.0: Espacio virtual para la colaboración y el intercambio de información entre redes de usuarios.	
	IV.3.1.Comunicación e interacción digital.	
	IV.3.2.Digitalización.	
	IV.3.3.Hipermediación e Hipertextualidad.	
	IV.3.4.Interactividad.	
	IV.3.5.Rompimiento espacio-tiempo.	
	IV.4.Redes sociales en Internet.	
	IV.4.1.Comunidades virtuales.	
	IV.4.2.Cibercultura.	
	IV.4.3.Web 3.0: una Web más inteligente.	
	IV.5.Generación @.	
	IV.5.1.Jóvenes en Red.	
➤	CAPÍTULO V. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO (UACM).....	101
	V.1.Breve historia de la UACM.	
	V.2.Planteles.	
	V.3.Oferta académica de la UACM.	
	V.4.Perfil del estudiante de la UACM 2008.	
➤	CAPÍTULO VI. ESTRATEGIA METODOLÓGICA.....	104
	VI.1.Definición de métodos.	
	VI.2.Definición de técnicas de investigación.	
	VI.3.Encuesta por Internet.	
	VI.4.Entrevista en profundidad y Etnografía virtual.	
	VI.5.Selección de muestra e informantes.	
	VI.6.Protocolo de aplicación de las técnicas de investigación.	
➤	CAPÍTULO VII. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.....	116
	VII.1.Datos estadísticos.	
	VII.2.Análisis de entrevista en profundidad y etnografía virtual.	
➤	CAPÍTULO VIII. CERRAR SESIÓN.....	202
	VIII.1.Resultados.	
➤	LÉXICO CIBERNÉTICO.....	216
➤	FUENTES DE CONSULTA.....	225

• INTRODUCCIÓN. INICIAR SESIÓN.

Desde que la era digital vio la luz en 1993,¹ ha surgido todo un mosaico de dispositivos tecnológicos tan amplio como el desarrollo del pensamiento humano lo ha permitido. Con ello, han surgido toda clase de *gadgets*² los cuales evolucionan de manera significativa en lapsos de tiempo muy cortos, presentando características cada vez más complejas que su antecesor; y que a su vez, son sustituidos por otros aparatos que aparecen al mercado con algún detalle más innovador. Sin embargo, toda esta tecnología sería obsoleta y fácilmente desechable, sin el soporte que les proporciona Internet.

De esta forma, el uso de la *Web* ha penetrado rápidamente en las diferentes actividades que desenvuelven las sociedades, integrando así herramientas tecnológicas en sus prácticas sociales, culturales, comerciales y comunicativas; con una finalidad en común, permanecer conectado en todo momento. Por ello, la Red se ha convertido en el nicho donde las necesidades comunicativas y de socialización se han visto cubiertas a partir de plataformas de interacción como *MySpace*, *Hi5*, *Facebook*, *Twitter*, *Flickr*, *Sonico*, *YouTube* o *Blogger*, por citar algunas. Asimismo, la incorporación, uso y utilidad que han alcanzado estas redes sociales en Internet en los últimos 5 años, ha sido motivo para innovar herramientas y utilidades que proporcionen a los usuarios, más y mejores alternativas para relacionarse en entornos *Online*.

En este contexto, las redes sociales en Internet son comunidades virtuales o como refiere el sociólogo Nicholas Christakis,³ una especie de ‘superorganismo’ humano, estructurado por innumerables vínculos sociales, con funciones, prácticas y con una complejidad que crece a gran velocidad, no sólo por sus características propias, sino también por la posibilidad de trascender a uno mismo y a sus limitantes. Actualmente, con las redes sociales en Internet, una generación primordialmente de jóvenes conversa y socializa bajo la selección y organización de una red de usuarios, cuyas relaciones e intercambios transitan a diario por una telaraña de conexiones digitales.

¹ Nicholas Negroponte. *Ser digital*. Ed. Océano, México, 1995, p. 52.

² Consulte glosario.

³ Nicholas A. Christakis, James H. Fowler. *Conectados*. Ed. Taurus, 1^o edición, México, 2010, p.296.

En este sentido, son los jóvenes estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), plantel San Lorenzo Tezonco (SLT), quienes forman parte de esta oleada que ha incorporado a las redes sociales en Internet a su vida, ya sea como una herramienta de soporte académico, requisito social, inserción en la tecnología o sencillamente por la curiosidad de conocer lo que implican estos territorios en la Red. Lo cierto, es que del mosaico de posibilidades que pueden ser analizadas ante el fenómeno de las comunidades virtuales, la presente investigación asume como eje de estudio, las características comunicativas y de socialización que llevan a cabo los universitarios de SLT, en redes sociales en Internet.

Una investigación que nace de ser miembros en diversas comunidades virtuales⁴ y de reflexionar ante ello, los alcances que este tipo de tecnología basada en la interacción de usuarios posibilita más allá de relacionarse y compartir con otros usuarios a distancia; el convertirse en una herramienta comunicativa y de socialización productiva para una población de jóvenes. Es así, que se vierte el interés hacia dichos territorios, esperando que el recorrido donde se establece un gran porcentaje de la comunidad universitaria de la UACM (SLT), sea no sólo una puerta que muestre las características de estas formas alternas de comunicarse y socializar de un determinado sector de estudio, sino también represente el ingreso a diferentes perspectivas que estudian el fenómeno y la posibilidad de conocer a un número representativo de usuarios que integren estas comunidades en la Red. Todo esto, con la finalidad que el lector se sumerja y navegue, en lo que hoy en día, configura como novedosas herramientas para estar conectad@s.

Así, el estudio está conformado por 8 capítulos, estructurados bajo un orden y lógica que permitan introducir y trasladar al lector, entre los diversos tópicos que encierra la investigación. Posteriormente, un léxico cibernético cuya función radica en brindar apoyo a la lectura, y ampliar el conocimiento sobre términos relacionados a Internet. Además, un registro bibliográfico detallado y un apartado de anexos, que debido a su magnitud fue organizado en un formato digital de disco compacto (CD).

⁴ Se citan a continuación las URL, correspondientes a las redes sociales en Internet de las que somos miembros: **Jibran:** www.perrozombie.blogspot.com, www.myspace.com/cartmancomics, www.twitter.com/perro_zombie, <http://www.facebook.com/jyfrm>, <http://elperrozombie.hi5.com>. **Marina:** <http://marinuskatt.hi5.com>, www.facebook.com/marina.tlapalamatl, <http://twitter.com/marinuskatt>.

Sin más, a continuación se da brevemente la antesala a los 8 capítulos que conforman el estudio.

- **Capítulo 1.** *Construcción del objeto de estudio:* El lector encontrará el protocolo de investigación que comprende la pregunta general de investigación, misma que engloba el tema de estudio y funciona como columna vertebral del análisis. Posteriormente, se exponen los cuestionamientos particulares centrados en otorgar respuesta a la cuestión general de estudio y en relación a estas interrogantes, se puntualizan los objetivos concernidos a la operatividad y alcance de la investigación. Finalmente, la justificación argumenta las razones del tema y la población muestra que se determinó estudiar.
- **Capítulo 2.** *Contexto:* Este apartado presenta los antecedentes históricos de Internet, su evolución y desarrollo, hasta la creación de redes sociales en Internet o comunidades virtuales. Sucesivamente, se plantea desde un contexto actual la incorporación, uso y beneficios que han tenido las redes sociales en Internet, en diversas esferas humanas como la social, política, económica, tecnológica, comunicativa y cultural.
- **Capítulo 3.** *Estado del arte:* El lector encontrará un recopilado de estudios y aportaciones, que muestran el mayor número de información generada previamente al tema de investigación. Así, desde diversos campos de estudio; investigadores, intelectuales, científicos, analistas, teóricos y periodistas, son congregados y confrontados respecto a las posturas que han adoptado en torno a la presente cuestión de análisis.
- **Capítulo 4.** *Marco teórico:* Dicho capítulo, se ha categorizado en cinco sub-apartados con el propósito de organizar la información que dará sustento teórico a la investigación. Por lo tanto, en un primer sub-apartado el lector conocerá qué son las tecnologías de la información y la comunicación (TICs), así como su utilidad técnica y aplicaciones sociales. Posteriormente, se introducirá en lo que representa la plataforma Internet como principal infraestructura tecnológica de las TICs, donde se asienta el ciberespacio que da cabida a la generación y producción de intercambios informativos y de comunicación, entre millones de internautas que consolidan una estructura compleja conocida como Sociedad de la Información.

En un segundo sub-apartado, se expone la brecha digital desde sus diversas vertientes y las consecuencias que trae consigo el estar inmerso en la tecnología o permanecer desconectado de ella. En un tercer término, se esboza la evolución que tuvo Internet de la *Web 1.0* a la *Web 2.0*, donde el lector comprenderá no sólo las nuevas subjetividades espaciotemporales que permiten las plataformas de interacción social en Internet, sino

también conocerá las características de la comunicación digital que está emergiendo como una forma alterna de conversar entre usuarios, a partir de los elementos de digitalización, reticularidad e hipertextualidad. El cuarto sub-apartado, permitirá al lector saber qué son las redes sociales en Internet, su función y dinámica como comunidad virtual. Finalmente, la quinta categorización del marco teórico aborda una perspectiva sobre los jóvenes y su vínculo con la tecnología, así como su inserción, participación y prácticas en redes sociales en Internet.

- **Capítulo 5.** *Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM):* Proporciona al lector un esquema histórico de la institución y el perfil más reciente del estudiante de la UACM, con la finalidad de contextualizar y familiarizar al lector con la población determinada como marco de investigación.
- **Capítulo 6.** *Estrategia metodológica:* Durante este capítulo se muestran los métodos diseñados para responder a los cuestionamientos de investigación, así como las técnicas aplicadas. Conjuntamente, se especifica la selección de la muestra e informantes de estudio y un protocolo que permite llevar al lector fase a fase, por los procedimientos para realizar el análisis cuantitativo y cualitativo.
- **Capítulo 7.** *Análisis e interpretación:* Es este apartado se muestran los datos provenientes de las técnicas metodológicas aplicadas; es decir, se plasman los resultados estadísticos (metodología cuantitativa), y los análisis desarrollados a través de la interacción con los sujetos de estudio y la exploración de sus entornos virtuales (metodología cualitativa).
- **Capítulo 8.** *Resultados:* Finalmente, se presentan ante el lector las conclusiones obtenidas a partir del cruce de las técnicas cuantitativas y cualitativas, así como la triangulación de estos resultados con el marco teórico expuesto en el capítulo 4. De ello, se da respuesta a cada una de las preguntas particulares y general, dando paso a la reflexión final sobre las características comunicativas y de socialización de los jóvenes estudiantes de la UACM (SLT) en redes sociales en Internet. Por último, se muestra un léxico cibernético que aborda términos que permitirán al lector, tener una mayor comprensión del estudio; además de una serie de anexos, que forman parte trascendental del rumbo y sentido de esta investigación.

Sin más preámbulo, se invita al lector a sumergirse en los *bits* sociales de este océano digital y navegar entre las conexiones de cada capítulo.

CAPÍTULO I. CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO.

I.1.Pregunta general de investigación.

Para abordar el tema de estudio, se ha elaborado una pregunta de investigación general que es concebida desde el campo comunicativo y cultural, y que lleva por objetivo ser columna vertebral de la presente:

- ¿Cómo la ruptura espacio-tiempo que caracteriza a las redes sociales en Internet, permite nuevas prácticas de socialización y comunicación entre los jóvenes usuarios de la UACM, plantel San Lorenzo Tezonco (SLT)?

I.2.Preguntas particulares.

Se desprenden de la pregunta general, una serie de interrogantes que tienen el propósito de ahondar y desarrollar aspectos de la investigación, así como dar respuesta al cuestionamiento central de estudio.

- ¿Por qué las redes sociales en Internet resultan atractivas para los universitarios de la UACM, plantel San Lorenzo Tezonco?
- ¿Qué posibilidades ofrecen las redes sociales a los estudiantes en cuanto a la interacción?
- ¿Qué usos y finalidades sociales y comunicativas buscan los universitarios en las redes sociales en Internet?
- ¿Cómo se caracterizan los intercambios comunicativos y dinámicas de socialización de los universitarios, desde las plataformas sociales en Internet?

I.3. Objetivo general.

Analizar teórica y empíricamente las dinámicas y características comunicativas y de socialización que desarrollan los jóvenes estudiantes de la UACM (SLT), en redes sociales en Internet. Lo anterior, con el objetivo de determinar las posibilidades y elementos que ofrecen este tipo de comunidades virtuales para construir interacciones sociales que rompen con barreras geográficas y temporales.

I.4. Objetivos particulares.

- ✓ Identificar las causas por las cuales los jóvenes universitarios de la UACM (SLT) se interesan en este tipo de comunidades virtuales, y de este modo, señalar aquellas herramientas digitales que les resultan atractivas para llevar a cabo diversas actividades.

- ✓ Exponer las herramientas de que se componen las redes sociales en Internet, con el propósito de mostrar sus características, usos intenciones y utilidades que permiten a los universitarios entablar procesos comunicativos y vínculos sociales. Así, dicho objetivo comprobará las posibilidades y alcances que tienen estos medios para que estudiantes de la UACM (SLT), interactúen desde plataformas sociales en Internet.

- ✓ Indicar los usos que le brindan los jóvenes de la UACM (SLT) a las redes sociales en Internet, para conocer el tipo de prácticas que en ellas desarrollan y la relevancia que toman dentro de las actividades cotidianas de los estudiantes; además de conocer la finalidad comunicativa y social por la que son miembros de una comunidad virtual.

- ✓ Explorar los intercambios comunicativos que generan los jóvenes de la UACM (SLT) en redes sociales en Internet, para establecer los elementos que intervienen y las características de las que se conforma el proceso comunicativo digital.

- ✓ Analizar la manera en que los estudiantes de la UACM (SLT) socializan en comunidades virtuales, con el propósito de señalar los elementos o factores que intervienen en el proceso de socialización; así como las características que guarda este tipo de interacción entre usuarios de redes sociales en Internet.

I.5. Justificación.

En la actualidad, Internet representa el medio tecnológico que permite al hombre desarrollar cuantiosas actividades, desde la construcción e intercambio de información, entablar relaciones mercantiles, laborales, escolares, gubernamentales, culturales, lúdicas y en general funciones concernidas al ámbito social, comunicativo y de interacción. Así, el rumbo y grado de importancia que ha alcanzado Internet, sumado a la forma en que ha evolucionado bajo el uso de los cibernautas, resulta un fenómeno interesante de estudiar no sólo desde la perspectiva de grandes investigadores enfocados en el tema, sino también por otros campos de estudio interesados en comprender el significado y las prácticas que usuarios han llegado a desenvolver a través de Internet.

Asimismo, la inserción de los jóvenes a Internet ha sido también objeto de estudio, debido a que representa la población más activa en cuanto a la adquisición, uso y beneficio de la tecnología en comparación a otros sectores etarios. Por lo tanto, esta generación determinada socialmente por un rango de edad y asumida por las instituciones como personas entre los 12 y 29 años,⁵ corresponde a la población familiarizada con la tecnología del siglo XXI. Jóvenes cuyo perfil se caracteriza por la adquisición de dispositivos como reproductores portátiles de audio y video, computadoras, teléfonos móviles, consolas de videojuego; además de conocimientos sobre los servicios que ofrecen las TICs como son correo electrónico, búsqueda de información, música, noticias, comercio electrónico, banca móvil, trámites gubernamentales, *Chat*, televisión digital, *Blogs*, etcétera. Al mismo tiempo, es una

⁵ Para el Instituto Mexicano de la Juventud (IMJUVE) ser joven en relación a lo etario corresponde de los 12 a 29 años; mientras que para el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) joven comprende de los 15 a 29 años. Por su parte, la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) considera por joven, personas entre los 12 y 34 años de edad. Así, este último parámetro otorgado por la AMIPCI ha sido determinado como rango de estudio a lo largo de la investigación, debido a su aproximación al perfil etario de los jóvenes estudiantes de la UACM (SLT), quienes se encuentran de los 18 a más de 29 años de edad.

generación inmersa en la nueva era digital donde a partir de las posibilidades tecnológicas, han surgido novedosos servicios y la aparición de fórmulas atractivas de interacción entre usuarios de la Red, a través de las redes sociales en Internet o comunidades virtuales.

Ante este contexto, se encuentra el interés por investigar las dinámicas y características de cómo los jóvenes utilizan estas redes sociales en Internet para comunicarse y socializar, siendo éste un medio de gran relevancia dentro del ámbito cultural y social de dicho sector juvenil.

La intención de estudiar el fenómeno de las redes sociales en Internet visto desde una perspectiva social y comunicativa, se debe tanto a la inclusión e interés particular en dichos espacios, como al investigar un tema reciente y en boga que ofrece a los jóvenes novedosas alternativas para comunicarse y socializar desde territorios en Internet concebidos como comunidades virtuales. Conjuntamente, se trata de una indagatoria por comprender y analizar los usos, prácticas y dinámicas culturales que se generan en Internet, y que son desarrolladas primordialmente por una generación de jóvenes que emplea herramientas digitales para comunicar experiencias, saludos, estados de ánimo, eventos, actividades; así como socializar a partir de espacios virtuales que rompen con el espacio-tiempo y posibilita a los usuarios pertenecer a una comunidad con cierta identidad en la que comparten intereses en común, códigos, tareas, significaciones, donde participan y cooperan para el funcionamiento y desarrollo de la comunidad virtual.

En este sentido, en función de las condiciones humanas y financieras se determinó realizar la investigación a un nivel microsocioal, definiendo el estudio de caso a las características comunicativas y de socialización que llevan a cabo los jóvenes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM) plantel San Lorenzo Tezonco, en redes sociales en Internet. El establecer como sujetos de estudio a los universitarios de dicho campus, se debe al promedio de edad que oscila entre los 18 y 29 años;⁶ hecho que los ubica como una generación de jóvenes ligada a la tecnología y por ende

⁶ Aunque la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM) no señala en sus estudios de "Perfil" la edad promedio de sus estudiantes; ésta fue estimada a partir de las respuestas otorgadas por los estudiantes en el instrumento de investigación (Encuesta por Internet). Además, se estimó dicho rango por la supuesta edad que tienen las personas que concluyen un nivel medio superior y se encuentran cursando una licenciatura.

a Internet. Al mismo tiempo, es una población a la que se tiene al alcance y que se ha percibido, como una comunidad estudiantil cuya aceptación por las redes sociales en Internet ha sido favorable e interesante de analizar, no sólo por la adopción de estos espacios, sino por los diversos usos y beneficios que les han otorgado.

Finalmente, el estudio pretende mostrar una parte de la realidad social y con ello, aportar nuevas conjeturas teórico-prácticas, que contribuyan a concebir futuras investigaciones relacionadas al tema.

CAPÍTULO II. CONTEXTO.

II.1. Antecedentes del objeto de estudio.

Con el transcurso del tiempo, el hombre ha diseñado una serie de mecanismos que le han permitido comunicarse e identificarse con sus semejantes a través del empleo de signos y señales; posteriormente la articulación de estos elementos le permitieron formar el lenguaje, la escritura y más tarde este conocimiento se aplicó al uso de la tecnología, lo que trajo consigo la invención de la imprenta, los medios de comunicación escritos y electrónicos, las computadoras y recientemente la aplicación de nuevas tecnologías. En este contexto, se desarrollaron toda clase de dispositivos técnicos que en su mayoría tienen como propósito mejorar la comunicación. Dichos cambios han marcado períodos importantes, debido a que determinaron diferentes sistemas productivos, sociales, políticos y comunicativos en el desarrollo histórico de la humanidad.

Así, cada época se ha caracterizado por el desarrollo físico y mental del hombre; sin embargo, los períodos históricos también se han distinguido por la implementación de nuevas formas para masificar los mensajes y con ello, transformar los procesos de socialización, tal como sucedió en la década de los noventa con la aparición y apertura pública de **Internet**.⁷ Esta nueva tecnología de interconexión de redes informáticas del siglo XX, pasó rápidamente de ser un recurso militar y científico de uso exclusivamente norteamericano por ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network) y posteriormente de ARPA (Advanced Research Projects Agency); para finalmente, formar parte de un sistema abierto de información y entretenimiento que poco tiempo más tarde representó una vía para el intercambio comunicativo multidireccional que replanteó los espacios para la socialización y la participación ciudadana a nivel global.⁸ En sus comienzos, Internet no causó mayor interés social; no obstante, esta situación no perduró mucho tiempo debido a las posibilidades que ofrecía la plataforma

⁷ Ignacio Siles González. A la conquista del mundo en línea: Internet como objeto de estudio (1990-2007). Revista Comunicación y Sociedad, Nueva época, Ed. Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Universidad de Guadalajara, No.10, julio-diciembre, 2008. p.58.

⁸ Id.

comunicativa, misma que comenzaba a generar sus primeras investigaciones en base a la apertura de proveedores de servicios a nivel comercial que significaron la expansión en la venta de computadoras y servicios de Internet.⁹ Asimismo, se dio cabida a estudiar los procesos comunicativos que la ARPA entablaba a través de Internet, donde básicamente la Red era el medio por el cual se comunicaban cinco personas desde lugares diferentes, con el propósito de emprender una conversación e informarse, así como transmitirse electrónicamente la sensación de presencia e interacción humana.

En este sentido, la Red originó el principio de un futuro polémico entre quienes divulgaban que Internet era sinónimo de progreso y de ser “un espacio digital capaz de transformar radicalmente la sociedad”,¹⁰ o como indica Barry Wellman “una maravilla tecnológica [...] que estaba trayendo una nueva ilustración para transformar el mundo.”¹¹ Por su parte, enfoques opuestos como el de John B. Thompson, afirman que “Internet produciría cierta fragmentación social, provocaría cierta alienación política y económica, y deterioraría la alfabetización.”¹²

Posteriormente, las Ciencias Sociales se dieron a la tarea de crear términos como *cibercultura* y *comunidad virtual* con la finalidad de analizar el impacto que estaba teniendo Internet en determinadas sociedades con relación a las nuevas formas de informarse, comunicarse, relacionarse y en base a la construcción de identidades.¹³ Al mismo tiempo, se daba paso a comprender el fenómeno del desplazamiento de lo físico por lo virtual, en donde los lugares de interacción serían construidos a través del amplio mundo de Internet, en una dinámica que Ignacio Siles González describe como:

“...personas que interactúan por medio de una computadora están aisladas de señales sociales y se sienten seguras ante la vigilancia y el criticismo. Este sentimiento de privacidad los hace sentirse menos inhibidos ante otros. También les hace más fácil estar en desacuerdo, confrontar o desaprobando las opiniones de otros.”¹⁴

⁹ Id.

¹⁰ Ibid. p.59.

¹¹ Id.

¹² John B. Thompson. Virtual Communities: Abort, Retry, Failure?. Computer- Mediated Communication and the American Collectivity: the Dymensions of Community within Cyberspace, International Communication Association, New Mexico, 1995, Disponible en: <http://www.well.com/user/hlr/texts/Vccivil.html>, Consulta: 10 de marzo de 2009.

¹³ Ignacio Siles González. Op.cit. p.60.

¹⁴ Ibid. p.57.

De este modo, la Red se convirtió en el centro catalizador de un gran número de actividades, que hicieron posible que alcanzara un auge sobresaliente y fuera el elemento clave en la construcción de nueva sociedad que comenzaba a configurarse a partir del acceso, uso y beneficios que traía consigo el tener una computadora y servicio de Internet. En esta perspectiva, Internet es hoy en día lo que el sociólogo y periodista Raúl Trejo Delarbre describe como:

“...el más notable e influyente entre los medios surgidos de la concurrencia entre digitalización y telecomunicaciones. Comprimidos en paquetes de información, los contenidos generados en un ordenador pueden ser difundidos a muchos más cuando se les pone a circular en la Red de redes. La arquitectura de Internet, que a diferencia de los medios de comunicación convencionales no tiene un centro sino que está estructurada, precisamente, de manera reticular, permite una rápida pero además multilateral circulación de esa información prácticamente sin restricciones. Y como sabemos, además de escaparate para dar a conocer contenidos de toda índole, Internet puede ser espacio para reacciones, réplicas y contribuciones también de lo más variadas.”¹⁵

Por otra parte, conforme la tecnología se fue transformando y creció el alcance de Internet, también se fueron abriendo nuevas brechas que orillaron a que las computadoras que se lanzaban al mercado, fueran de mayor acceso para un determinado sector con solvencia económica y ciertos conocimientos en el uso de la tecnología. No obstante, con la extensa oferta y precios accesibles que posteriormente se dieron en el comercio, aunado a la construcción cultural que promovía estar inmerso en la tecnología de la información y la comunicación; más personas tuvieron la oportunidad de adquirir más fácilmente determinado equipo de cómputo y servicio de Internet.¹⁶ Al mismo tiempo, este avance y apertura frente a dichos recursos, no hizo más que reflejar aún más la desigualdad y marginación de los contextos sociales, así como acrecentar la brecha para ser partícipe en este tipo de socialización e intercambio cibernético.

Lo cierto que con este despunte que tuvo Internet y que sigue teniendo ahora por medio de una conexión portátil, es posible desde cualquier lugar y en todo momento, llevar a cabo una multiplicidad de actividades como entablar nuevas formas de socialización y

¹⁵ Raúl Trejo Delarbre. Viviendo en el Aleph La sociedad de la información y sus laberintos. Ed. Gedisa, 1ª edición, Barcelona, p.33.

¹⁶ Javier Solórzano. Redes sociales en Internet. Solórzano en la Red, La Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México, A.C, Formato: Audiovisual, Color, México, 2008, Disponible en: http://www.lared.org.mx/av_solorzano2.html, Consulta: 26 de febrero de 2009.

mecanismos de comunicación antes inimaginados, con millones de usuarios contados a la Red a través de las denominadas **Redes Sociales en Internet**.¹⁷ Comunidades virtuales que desde sus inicios estuvieron orientadas al intercambio informativo y sucesivamente a la interacción social entre personas, grupos e instituciones en diversos contextos de complejidad, que se identificaron a partir de las mismas necesidades, problemáticas e intereses y generaron nuevos vínculos afectivos o de negocios.¹⁸

En este sentido, se describirá el contexto actual de las redes sociales en Internet como impulsoras de un mayor uso de la *Web*¹⁹ y por ende, como los sitios más populares y visitados por cibernautas.²⁰ Desde diversas esferas como la social, comunicativa, tecnológica, educativa, política, económica y cultural, se analizará el uso y utilidad que se les ha otorgado a las comunidades virtuales, consolidándose en lo que Javier Solórzano señala, un fenómeno social del siglo XXI.²¹

Así, desde la vertiente social se tiene que Internet pasó de ser una actividad meramente solitaria, al buscar únicamente información en la Red, a ser un acto de socialización en el cual sujetos ubicados en zonas geográficamente diferentes, se reúnen por medio de una computadora y conexión a la Red en diversas comunidades virtuales, donde afirman algunos autores “se encuentra identidad, se muestra lo que somos, lo que preferimos hacer, quiénes son nuestros amigos y a qué grupo nos gusta pertenecer.”²² En tanto, se piensa en una identidad que se construye y que es parte trascendental para vivir en sociedad, hasta el punto en que sin ella sería inconcebible interactuar los unos con los otros; esto quiere decir, que en las redes sociales los usuarios se expresan y relacionan colectivamente construyendo su identidad en la que comparten valores, gustos, prácticas e intereses que consolidan sus propias comunidades y que finalmente otorgan sentido y significado de quien las integra.²³

¹⁷ Id.

¹⁸ Maestros del Web. Redes Sociales en Internet. Disponible en: <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/>, Consulta: 16 de abril de 2010.

¹⁹ Consulte glosario.

²⁰ Las+Leideas.com. El auge de las redes sociales. El Universal, Lunes 11 de enero de 2010, p.44.

²¹ Javier Solórzano. Op.cit. Disponible en: http://www.lared.org.mx/av_solorzano2.html.

²² Sandra Yerit Zaragoza Martínez. La fuerza de las redes sociales. Revista SuperMujer, marzo 2010, Instituto verificador de medios, Año VI, No. 67, Consulta: 20 de marzo de 2010, p.14-15.

²³ Citado en: Fernando Vilchis Aparicio. La construcción de la identidad y redes afectivas de los jóvenes mexicanos en Facebook. Licenciatura en Comunicación y Cultura, Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), México, D.F., Agosto 2009, p.34-37.

Sin duda, este novedoso espacio virtual de expresión y reconocimiento ha permitido entablar todo tipo de relación humana y romper con el espacio-tiempo. Actualmente, sin necesidad de verse cara a cara se puede mantener una red de amistades, estar en contacto con familiares, conocer gente, intercambiar fotografías, ideas y sentimientos, calificar películas, revelar nuestra agenda de reuniones y exponer nuestros puntos de vista políticos o religiosos, además de contar con un agregado de servicios y herramientas que hacen posible publicar íntegramente a la sociedad virtual nuestra vida e intereses.

Por otro lado, las redes sociales han permitido desde el aspecto comunicativo intercambiar información, comentarios, réplicas, sugerencias o sucesos que satisfacen a una necesidad real de expresión; esto a partir del uso de herramientas que brindan las redes sociales como: imágenes, sonidos y esencialmente texto.²⁴ Con ello, los usuarios tienen la oportunidad detrás de una computadora, de una constante interacción con uno o más internautas que no necesariamente comparten los mismos códigos y contextos de vida. No obstante, lo que hace de estas comunidades virtuales lugares novedosos de expresión, es lo que Raúl Trejo Delarbre²⁵ señala como, el entorno virtual bajo el cual usuarios desempeñan un papel activo para el intercambio y diálogo ya sea en tiempo real o diferido.

Tecnológicamente, el auge de las redes sociales ha incidido a que más compañías de teléfonos móviles cuenten con Internet y acceso directo a comunidades virtuales, además de ofrecer al público la más moderna computadora, como es el caso del *BlackBerry*.²⁶ Una computadora en forma de celular que permite a las personas desde el transporte público, calle, oficina, escuela y cualquier otro lugar, permanecer en todo momento conectado a sus comunidades.

Asimismo, *Microsoft*²⁷ ha diseñado recientemente dos nuevos celulares que ofrecen a las personas permanecer todo el tiempo conectados a las redes sociales en Internet, sin tener que navegar por numerosos íconos y menús, logrando que esta actividad sea

²⁴ María Guadalupe Reyes Bañales y Griselda Quero Izquierdo. Los jóvenes y el uso del correo electrónico y el chat; de la comunicación interpersonal a la comunicación mediada por computadora. Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional Autónoma de México, México, D.F., 2003, p.44.

²⁵ Raúl Trejo Delarbre. Op.cit. p.166.

²⁶ Wikipedia. La Enciclopedia Libre. BlackBerry. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/BlackBerry>, Consulta: 30 de abril de 2010.

²⁷ Consulte glosario.

algo más sencilla, inmediata y cómoda para el usuario.²⁸ También se han colocado en el mercado computadoras portátiles o *Laptops*²⁹ con características muy particulares, que ofrecen a los cibernautas poder navegar de forma rápida y directa entre sus redes sociales. Sin dejar de mencionar, la más amplia y novedosa gama de tecnología como teclados virtuales, monitores digitales e imágenes 3D que se ponen a disposición del público, para que este tipo de actividades virtuales se conviertan en una experiencia más real.

Por otra parte, la estructura educativa recientemente se ha visto involucrada en comunidades virtuales, donde profesores y estudiantes han encontrado un lugar idóneo para establecer relaciones educativas externas al aula de clases; experiencia que les permite llevar a cabo un trabajo conjunto a través de dinámicas formativas, cursos, asignaturas y tutorías desde plataformas virtuales. Frente a esta nueva vertiente, Andrea Menchaca colaboradora del periódico *El Norte*, afirma “La relación maestro-alumno ya no sólo se limita a platicar en el aula o en los pasillos [...] ahora sitios web como *Facebook* son un nuevo espacio de comunicación”.³⁰

Pese a la brecha digital que envuelve al país, ha sido el grado de escolaridad el que ha incrementado el número de usuarios en redes sociales en Internet;³¹ sin dejar de lado, la necesidad por parte de los jóvenes de estar conectados con todos y poder consultar información e intercambiar puntos de vista con sus contactos. Al mismo tiempo, catedráticos han tenido que actualizarse y entrar en una dinámica virtual, para poder entender las exigencias de los alumnos y de la propia situación educativa.³²

En este marco, los profesores se han convertido en un grupo social sensible a la necesidad de utilizar Internet no sólo como un instrumento de ocio o de comunicación personal, sino también como una herramienta educativa y de uso profesional. Razón por la cual, empiezan a darse las condiciones adecuadas para que las redes o comunidades virtuales de docentes, empiecen a formarse y crecer en el ciberespacio

²⁸ Tecnología 21. Nuevos celulares para redes sociales. Disponible en: <http://tecnologia21.com/microsoft-celulares-redes-sociales>, Consulta: 30 de abril de 2010.

²⁹ Consulte glosario.

³⁰ Andrea Menchaca. Facebook: ¿Es cool agregar al maestro?. *El Norte.com*, Martes 8 de enero del 2008, p.1.

³¹ Héctor González. México en la era del blog. *Revista Vértigo*, Grupo Editorial Diez SA. De CV, Año VIII, No. 375, México, 25 de mayo de 2008, p.64.

³² Manuel Area. Las Redes Sociales en Internet como espacio para la formación del profesorado. *Revista Razón y Palabra*, No. 63, Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/n63/marea.html>, Consulta: 3 de mayo de 2010.

como un hecho que hace una década era prácticamente inconcebible, debido a las limitantes educativas del país y a las propias brechas mentales y generacionales de su formación.³³

En tanto, los niveles de captación que tienen las redes sociales en Internet han servido como vehículo de propaganda política y proselitismo gubernamental. Uno de los ejemplos más representativos fue la campaña presidencial del actual presidente de los Estados Unidos *Barak Obama*, mismo que fue alojado en varias redes sociales y de lo cual, se calculó que únicamente a través del sitio *YouTube*, fue observado por 100 mil personas en un período de 24 horas.³⁴ De igual forma, las recientes campañas electorales en México recurrieron al uso de estas redes sociales en Internet, con la finalidad de reclutar simpatizantes y aprovechar los vacíos existentes de la ley electoral local, sobre este nuevo medio de comunicación.³⁵ En este sentido, varios han sido los políticos mexicanos como *Manlio Fabio Beltrones*, *Marcelo Ebrad*, *Andrés Manuel López Obrador* y el propio presidente de la República Mexicana, *Felipe Calderón*, quienes se han acercado a comunidades como *Twitter* con la intención de tener un mayor acercamiento con la sociedad y difundir sus ideales políticos.³⁶

En el ámbito económico, las redes sociales en Internet representan una excelente oportunidad para desarrollar relaciones comerciales y obtener beneficios económicos de un medio bastante concurrido; por ejemplo, hoy en día la red social en Internet representa un gigantesco banco de datos para encontrar a un doctor, comprar una cámara fotográfica e incluso contratar un empleado. Esta coyuntura se da en función de que sitios como *MySpace*, *Xing*, *Hi5* o *Facebook* al tener accesibilidad sin costo, son utilizadas como área de oportunidad para comercializar u ofrecer cualquier tipo de producto o servicio, entre pequeños empresarios y trabajadores independientes que no alcanzan a costear grandes campañas publicitarias.³⁷

³³ *Id.*

³⁴ Lucas Lanza. *El quinto poder, las redes sociales*. Política 2.0. Campañas y acción política en la era del Internet, 21 de junio de 2008. Disponible en: <http://epolitica.wordpress.com/2008/06/21/el-quinto-poder-las-redes-sociales/>, Consulta: 26 de abril de 2009.

³⁵ Ella Grajeda. *Tecnología provee nuevas armas electorales*. El Universal, lunes 20 de abril de 2009, México, D.F., Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/ciudad/95047.html>, Consulta: 20 de abril de 2009.

³⁶ Las+Leideas.com. *Op.cit.* p.44.

³⁷ Andrey Valencia Gómez. *Promociónate Gratis en las Redes Sociales*. Entrepreneur, Vol.16, México, 2008. p.98-99.

Tal es la importancia que han adquirido estos sitios virtuales dentro del campo económico, que algunas empresas han optado por recurrir a las redes sociales en Internet como herramienta para reclutar o investigar a los interesados en ocupar una plaza dentro de alguna corporación. Aunque este tipo de mecanismo es considerado por algunos especialistas, como prácticas discriminatorias en las que se determina si una persona puede desarrollarse laboralmente a partir de un perfil en *Facebook* o *MySpace*. Alejandro Ortega director de uno de los servicios de *Head Hunter*³⁸ más importantes de México, relativiza este tipo de prácticas al comentar que “el menor de los problemas es que te vea tu jefe en una red social”.³⁹ Si bien es cierto, aunque las posturas anteriormente citadas marcan diferentes perspectivas, ambas coinciden en la atención que están teniendo las comunidades virtuales para apoyar los procesos de selección de personal corporativo en determinadas empresas del país. En este sentido, una de las redes sociales en Internet dedicadas exclusivamente al reclutamiento de personal es *Viadeo*, sitio cuyo valor monetario se estima en importantes inversiones que rebasan los 5 millones de euros.⁴⁰

Todas estas condiciones corporativas que se relacionan directamente con las redes sociales en Internet, son vistas con buenos ojos por parte del sector empresarial, ya que según un estudio realizado por *Avanade* para la corporación *Coleman Parkes Research*, se determinó que en general las corporaciones presentan interés por expandir sus estrategias de mercado a partir de las redes sociales.⁴¹ Lo cual, concibe una transformación en la manera de hacer negocios virtualmente, no sólo por parte de comerciantes independientes, sino que también se ve reflejado en las grandes corporaciones que se encuentran reajustando sus propias reglas de mercado para utilizar este tipo mecanismos virtuales, como una herramienta seria de venta.

³⁸ **Head Hunter* son personas dedicadas al reclutamiento, selección y evaluación continua de personal.

³⁹ Víctor Solís. ¿Qué harías si tu jefe te vigila en Facebook?. El universal, jueves 02 de abril de 2009, México, D.F, Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/588358.html>, Consulta: 25 de abril de 2009.

⁴⁰ Lea. Viadeo un lugar para crecer. Diario digital Puromarketing.com, 09 de septiembre de 2007, España, Disponible en: <http://www.puromarketing.com/14/3783/viadeo-lugar-para-crecer.html>, Consulta: 25 de abril de 2009.

⁴¹ Comunicación Positiva. Los medios sociales online como nueva estrategia de marketing. Comunicación positiva. Comunicación digital, marketing online y web 2.0, 14 de octubre de 2008, España, Disponible en: <http://www.comunicacionpositiva.es/blog/comunicacion-digital/redes-sociales-estrategia-marketing-onlin>, Consulta: 26 de abril de 2009.

Por último, en base a la esfera cultural, las redes sociales en Internet son consideradas un espacio productivo⁴² que trasciende de las prácticas culturales tradicionales a formas significativas de búsqueda, reflexión, construcción, fomento y participación de carácter virtual. Asimismo, estas dinámicas sociales, formas de comunicarse e informarse virtualmente,⁴³ rompen con toda barrera geográfica y temporal, al permitir un intercambio cultural bajo determinados códigos y contextos que favorecen una transformación en los usuarios, y la reestructuración de sus propias esferas culturales, sociales, políticas, económicas y tecnológicas.⁴⁴

Básicamente, cuando se aborda el entorno cultural de las redes sociales en Internet, se hace referencia a las posibilidades de interacción, intercambio y del espacio propicio para entablar negocios, hacer política e incontable variedad de actividades. Todo esto ha significado que las redes sociales en Internet, tomen revuelo en diversas esferas y se perciban hoy por hoy, como un fenómeno cultural que se encuentra transformando no sólo la tecnología y nuestras vidas, sino también se perciben a sí mismas como una utilidad que busca ser el eje principal sobre el cual gire el ciberespacio.⁴⁵

⁴² Ignacio Siles González. Op.cit. p.65.

⁴³ Término utilizado en la red, para hacer referencia a algo que no tiene existencia física o real, solo aparente. El adjetivo virtual describe cosas, mundos, fenómenos etc...que se ven y sienten como la realidad pero carecen de sustancia física, un objeto virtual por ejemplo puede ser un objeto que no tiene equivalencia con el mundo real, pero la persuasión de su representación nos permite responder ante ella como si fuera un objeto real. En Brenda, Laurel. La realidad virtual y la virtualidad. Disponible en: <http://www.hugobarroso.com/news/la-realidad-virtual-y-la-virtualidad/>, Publicado 19/09/2008, Consulta: 15 de enero de 2011.

⁴⁴ Francisco Campos Freire. Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. Ed. Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social, Año 11°, No. 63, España, 2008, p.1.

⁴⁵ El Universal (Redacción). Facebook y su plan para dominar la red. Miércoles 8 de julio de 2009, Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/610697.html>, Consulta: 9 de julio de 2009.

CAPÍTULO III. ESTADO DEL ARTE.

III.1. Investigaciones ejemplares sobre el tema.

Para realizar el estudio en torno a las Características de comunicación y socialización de los jóvenes estudiantes de la UACM, plantel San Lorenzo Tezonco (SLT) en redes sociales en Internet, es preciso explorar las investigaciones generadas en torno al tema partiendo de diversos campos de estudio tales como la antropología, sociología, psicología y recientemente la comunicación. Esto con la finalidad de presentar las aportaciones que se han realizado desde finales de los noventa con la llegada de Internet, así como de estudios o indagaciones llevadas a cabo para tener un mayor entendimiento de lo que a su vez implicaba la cibercultura, Sociedad Red o Sociedad de la información, brecha digital, jóvenes e identidad en la era digital y actualmente de las redes sociales en Internet o comunidades virtuales.

Para la construcción del estado del arte se compilaron durante los años 2009 y 2010 una serie de libros, tesis de licenciatura y maestría, revistas de investigación, notas y artículos periodísticos, fuentes audiovisuales, además de explorar y trabajar con sitios *Web* y congresos virtuales. El resultado de dicha búsqueda, tiene por objetivo presentar de manera puntual la aportación de estudiosos que de acuerdo a su contexto han conformado un universo de ideas similares o confrontadas, que finalmente han permitido estudiar a Internet y hacer de éste un tema complejo con diversas vertientes por analizar. En este sentido, esto es lo que se ha dicho respecto a Internet, su evolución e impacto hasta llegar a nuestro tema de estudio visto desde del fenómeno social y comunicativo que representan hoy en día, las redes sociales en Internet para los jóvenes mexicanos.

Se comienza citando a **Christopher Horrocks** y su libro *Encuentros Contemporáneos Marshall McLuhan y la realidad virtual*; el cual expone ideas de Marshall McLuhan, uno de los grandes visionarios de la presente y futura sociedad de la información, que manifestó la llegada de la revolución de la información y el que los ordenadores estarían directamente conectados con la conciencia privada y colectiva, de tal forma que serían capaces de procesar y comunicar pensamiento puro entre la mente de las personas. En este ambiente tecnológico, McLuhan contemplaba la evolución para los

medios tradicionales y la posibilidad de un mundo virtual, donde el mensaje sería fuente de toda conexión entre los sujetos. Además, una de sus grandes aportaciones es el concepto de *Aldea Global*, concerniente a una sociedad productora de información y a las interconexiones humanas a escala global; es decir, el término detalla las transformaciones de la sociedad y su estilo de vida, como resultado de la tecnología y por consiguiente de la velocidad que tomaría la comunicación; pues indica que todos los habitantes del planeta comenzarían a conocerse unos a otros y a comunicarse de manera instantánea y directa como si fuera una aldea en la que todos estuvieran interconectados.⁴⁶ Tal situación, no estaba lejos de ser una realidad, pues de acuerdo a lo que afirman **Andrei Acuña, Gustavo Durán y Ronny O. Loría** en su texto *Cibersociedades*, con la llegada de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs), las personas lograron reducir muchos obstáculos, esencialmente en tiempo y distancia que les permitió conocerse, intercambiar información, comunicarse, socializar, generar productividad económica y laboral, así como emprender y desarrollar millones de actividades.⁴⁷

En este sentido, para tener conocimiento de lo que son las Tecnologías de la Información y la Comunicación, se muestra la perspectiva de autores como **Cristóbal Cobo Romani**,⁴⁸ **Carmen Gómez Mont**,⁴⁹ **Carlos Scolari**,⁵⁰ **Joan Mayans i Planells**,⁵¹ **David Casacuberta**,⁵² entre otros. Los cuales, concuerdan que las TICs son dispositivos facilitadores y articuladores para la interconexión, intercambio, cooperación e interactividad de una serie de información y datos de una persona a otra, ó bien entre muchas. Puntualizan, que las TICs se definen como innovaciones en microelectrónica,⁵³

⁴⁶ Christopher Horrocks. Encuentros contemporáneos Marshall McLuhan y la realidad virtual. Ed. Gedisa, 1º edición, Barcelona, 2004, p.1-90.

⁴⁷ Andrei Acuña Arias (Et.al). Cibersociedades. Universidad Católica de Costa Rica, Enero, 2008, p.3.

⁴⁸ Cristóbal Cobo Romani. ¿Qué son las TIC?. En: Caridad García Hernández, Rodrigo Gómez García. Comunicación e Interdisciplina. Libro Colectivo AMIC 2008. Facultad de Ciencias de la Comunicación, U.A.N.L, Monterrey, N.L., México, 2009.

⁴⁹ Carmen Gómez Mont. Revolución Tecnológica: Un nuevo paradigma para la comunicación. Revista Signo y Pensamiento, No. 36, Vol. XIX, Año 2000.

⁵⁰ Carlos Scolari. Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Ed. Gedisa, 1º edición, Barcelona, 2008.

⁵¹ Joan Mayans i Planells. Género Chat o cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio. Ed. Gedisa, 1ª edición, Barcelona, 2002.

⁵² David Casacuberta. Creación Colectiva. En Internet el creador es el público. Ed. Gedisa, España, 2003.

⁵³ Consulte glosario.

computación, telecomunicaciones⁵⁴ y optoelectrónica⁵⁵ que acceden al procesamiento y acumulación de enormes cantidades de información, además de una rápida distribución de la misma a través de redes de comunicación. Esto significa, que las TICs son herramientas que usan las personas para compartir, distribuir, reunir información y comunicarse entre sí o en grupos, por medio de computadoras o redes de computadoras interconectadas. Por tanto, Internet contemplado como un conjunto de redes de comunicación e información interconectadas mediante computadoras, representa la plataforma principal de las TICs.

Recientemente, **Juan Manuel Maqueira** y **Sebastián Bruque** en su libro *Marketing 2.0. El nuevo Marketing en la Web de las Redes Sociales*, muestran cómo las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación continúan evolucionando a una velocidad de vértigo como es el caso de la televisión 3D, el *Ipad*,⁵⁶ los aparatos de "TVD Móvil" (televisión digital móvil),⁵⁷ o las nuevas computadoras virtuales que lanza al mercado la empresa japonesa *Nec*.⁵⁸ Dispositivos o instrumentos que de acuerdo a los autores, promueven una metamorfosis en todos los órdenes de nuestra vida y con ellos, evolucionan las necesidades, gustos y patrones de comportamiento de los consumidores y por tanto, también se produce una evolución de mercadeo y política en Internet.⁵⁹

En lo que refiere a Internet, se han tomado las posturas de estudiosos como **Renato Jijena Leiva**,⁶⁰ **Derrick de Kerckhove**,⁶¹ **Raúl Trejo Delarbre**,⁶² **Manuel Castells**,⁶³ y

⁵⁴ Consulte glosario.

⁵⁵ Consulte glosario.

⁵⁶ Consulte glosario.

⁵⁷ Milenio.com. Nuevas Tecnologías para el 2010. Noticias Grupo Editorial Milenio, Domingo 1 de agosto de 2010, Disponible en: <http://www.milenio.com/electronic/tecno2010>, Consulta: 1 de agosto de 2010.

⁵⁸ Dr. David Livingstone. La nueva computadora virtual. Disponible en: <http://www.pc-doctor.com.mx/radio%20formula/temas/LA%20NUEVA%20COMPUTADORA%20VIRTUAL.htm>, Consulta: 10 de enero de 2010.

⁵⁹ Juan Manuel Maqueira, Sebastián Bruque. Marketing 2.0. El nuevo Marketing en la Web de las Redes Sociales. Ed. Alfaomega Ra-Ma, España, 2009, p.11-20/88-130.

⁶⁰ Renato Jijena Leiva (Et.al). El Derecho y la sociedad de la información. La Importancia de internet en el mundo actual. Ed. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Estado de México, 1º edición, México, 2003.

⁶¹ Derrick Kerckhove. La piel de la Cultura. Investigando la nueva realidad electrónica. Ed. Gedisa, 1ª edición, Barcelona, 1999.

⁶² Raúl Trejo Delarbre. La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet, la red de redes (1). Ed. Fundesco, 2ª edición, Madrid, 1997.

⁶³ Manuel Castells. La Galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad. Ed. Debolsillo, 1ª edición, España, 2003.

Joan Mayans,⁶⁴ quienes conciben a Internet como una herramienta de comunicación a partir de redes de computadoras unidas por el protocolo TCP/IP, que estructura una Red de redes, una Red global de información o bien lo que define Derrick de Kerckhove como un cerebro que nunca deja de funcionar, pensar y producir información.⁶⁵ Esto es Internet, el resultado del progreso tecnológico que hace que el mundo se conecte a través de computadoras y realice cuantiosas actividades con millones de usuarios desde cualquier espacio-tiempo.

Asimismo, entre los enfoques más destacados que ahondan sobre lo que ha representado la Red para el desarrollo de la sociedad, se encuentra la declaración de **Bill Gates** fundador de *Microsoft*, quien en 1995 auguró que Internet construiría un futuro puramente digital.⁶⁶ Conjuntamente, el sociólogo **Nelson Manrique** expuso desde sus inicios, que Internet se perfilaba hacia una prometedora realidad virtual en la que se concebía un desarrollo social encaminado a una mayor apertura en el intercambio cultural y factibilidad de lazos participativos, al mismo tiempo de figurar como una posibilidad de novedosas formas de transacción de capital dentro del ámbito económico.⁶⁷

Posteriormente, las investigaciones de los sociólogos **Barry Wellman**,⁶⁸ **Patrice Flichy**,⁶⁹ **Dominique Wolton**,⁷⁰ y **Raúl Trejo Delarbre**⁷¹ sostienen que Internet fue el progreso del siglo XX en el campo de las técnicas de comunicación, el medio tecnológico que nos llevó a una nueva ilustración a partir de un espacio digital capaz de transformar radicalmente la sociedad. Es decir, de acuerdo con la socióloga **Susana Finquelievich**, Internet ha figurado como una ciudad red donde habitamos y donde

⁶⁴ Joan Mayans I Planells. *Op.cit.* p.227-228.

⁶⁵ Derrick Kerckhove. *Op.cit.* p.82.

⁶⁶ Citado en: Renato Jijena Leiva (Et.al). *Op.cit.* p.12.

⁶⁷ Nelson Manrique. *La sociedad virtual y otros ensayos*. Ed. Pontificia Universidad Católica de Perú, 1ª edición, Perú, 1997, p. 143-269.

⁶⁸ Citado en: Ignacio Siles González. *A la conquista del mundo en línea: Internet como objeto de estudio (1990-2007)*. Nueva época, Ed. Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Universidad de Guadalajara, No.10, julio-diciembre, 2008, p. 59.

⁶⁹ Citado en: *Id.*

⁷⁰ Dominique Wolton. *Sobrevivir a Internet*. Ed. Gedisa, 1ª edición, España, 2000, p.19.

⁷¹ Raúl Trejo Delarbre. *Viviendo en el Aleph La sociedad de la información y sus laberintos*. Ed. Gedisa, 1ª edición, Barcelona, 2006.

nuestras vidas transcurren enredadas en múltiples conjuntos de interacciones, sólo que recientemente dentro de un auge virtual al que denomina ciberespacio.⁷²

Un territorio que de acuerdo a la etnóloga virtual **Christine Hine**, es descrito como un compuesto de textos más que de interacciones; por consiguiente, Internet es visto como una colección de textos que vienen y van.⁷³ Desde una visión más desarrollada, se tiene que el ciberespacio es un espacio sintético que se construye gracias a la infraestructura que es Internet, así como a la interconexión de computadoras, lo cual permite en su conjunto que los internautas realicen numerosas actividades y construyan lo que de acuerdo a **Joan Mayans i Planells**, es un espacio acéntrico que produce un tipo de espacialidad y de entorno que coexiste para el ejercicio social en base a la experiencia de los usuarios que se informan, comunican, intercambian, consumen, interactúan y organizan bajo un nuevo contexto sociotecnológico llamado ciberespacio.⁷⁴

Sin embargo, para llevarse a cabo este tipo de dinámicas en el ciberespacio, el doctor en Ciencias de la Información **Juan Ramón Sánchez Carballido**, describe el proceso por el cual tuvo que pasar Internet, pues desde un inicio la Red se consolidó en un medio de comunicación trascendental en el cual únicamente las personas podían ser generadoras de su propia información a través de la primera etapa de Internet conocida como *Web 1.0*; no obstante, fue hasta un evidente movimiento de renovación con la *Web 2.0*, que se brindó la posibilidad de una bidireccionalidad y retroalimentación en los flujos de información, a partir de nuevas herramientas que facilitaron al internauta el diálogo con uno o más usuarios. A su vez, sostiene que la acelerada cultura virtual conocida como *Web 2.0*, ofrece mayores posibilidades que un simple intercambio de información, ya que se construyen también foros de debate, videoconferencias, portales para hacer negocios, transacciones bancarias, ofertas de empleo, selección de compra-venta, sitios de entretenimiento, etcétera.⁷⁵

⁷² Susana Finquelieich (Et.al). Ciudadanos a la Red. Los vínculos sociales en el ciberespacio. Ed. La crujía, 1ª edición, Argentina, 2000.

⁷³ Christine Hine. Etnografía virtual. Ed. UOC, 1ª edición, Colección. Nuevas Tecnologías y Sociedad, USA, 2000, p.65.

⁷⁴ Joan Mayans i Planells. El ciberespacio, un nuevo espacio público para el desarrollo de la identidad local. IV Congreso de la Cibersociedad 2009, Disponible en: <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=158>, Consulta: Noviembre 2009.

⁷⁵ Juan Ramón Sánchez Carballido. Perspectivas de la información en internet: ciberdemocracia, redes sociales y web semántica. Revista Zer, Ed. Universidad del país Vasco, Vol. 13, No. 25, España, 2008, p.63.

Acorde a lo anterior el Ingeniero en Organización Industrial con 20 años de experiencia en el sector de las TICs **Juan Manuel Maqueira**, así como el profesor en Organización de Empresas de la Universidad de Jaén, **Sebastián Bruque**, distinguen en Internet la transformación de un entorno cada vez más colaborativo e interactivo estructurado en una plataforma que permite la participación de usuarios, la unión flexible y los rápidos flujos de información en redes sociales. Esta tendencia colaborativa de los nuevos desarrollos englobados bajo el término *Web 2.0*, ha originado nuevas percepciones y suscitado la necesidad de nuevos escenarios en los que internautas están cada vez más informados, saben mejor lo que quieren y son productores de contenidos.⁷⁶ Por su parte, el catedrático del Tecnológico de Monterrey **Renato Jijena Leiva**, mantiene que la evolución de las sociedades y el desarrollo de la *Web 2.0*, hace que las personas estén cada vez más interconectadas, simulando lo que Renato Jijena denomina “La telaraña de la información”. Una estructura formado por internautas que se desplazan frente a cualquier frontera física o geográfica en el ciberespacio, estableciendo millones de nodos interconectados con otros usuarios bajo el intercambio de información o de cualquier tipo de contenido.⁷⁷

En lo que concierne a dicha relación y actividad que desempeñan los usuarios en el ciberespacio, el sociólogo **Manuel Castells** ha desarrollado y popularizado otro concepto que nombra “Sociedad Red”. Una nueva sociedad totalmente *Online*, que el autor concibe a lo largo de su obra *La Sociedad Red*, como una estructura compuesta de redes o comunidades virtuales que se establecen bajo acuerdos organizativos humanos en relación a la producción, consumo, información, reproducción, colaboración, experiencia y desarrollo de nuevas dinámicas de relación social, expresadas mediante una comunicación significativa codificada por la cultura que se establece al interior de la infraestructura tecnológica de Internet. Medio que acorde a Manuel Castells representa la comunicación, interacción y organización que ha permitido y potenciado bajo la microelectrónica, el surgimiento de nuevos patrones de interacción social a partir de sus redes digitales que procesan, almacenan y transmiten todo tipo de datos e información sin restricciones de distancia, tiempo y volumen.⁷⁸

⁷⁶ Juan Manuel Maqueira, Sebastián Bruque. *Op.cit.* p.15.

⁷⁷ Renato Jijena Leiva, (Et.al). *Op.cit.* p.14.

⁷⁸ Manuel Castells. *La sociedad red: Una visión global*. Ed. Alianza, Madrid, 2006.

En tanto, para **Raúl Trejo Delarbre** periodista e investigador en medios, política y ciberespacio, Internet es un medio que ofrece a los internautas la posibilidad de construcción de vínculos o redes sociales en una rápida y multilateral circulación de información, que prácticamente no tiene límites a diferencia de los medios de comunicación convencionales; razón por la cual, Raúl Trejo Delarbre concibe también a esta Sociedad Red como Sociedad de la Información.⁷⁹

Otro tema del que se ha generado información es con relación a la realidad virtual, a lo cual antropólogos como **Francisco Tirado Serrano** y **Miquel Domènechi i Argemí**, exploran cómo las personas llevan a cabo en Internet acciones, desarrollan experiencias, entablan relaciones, interaccionan, construyen y reconstruyen su identidad. En definitiva, los sujetos viven en una realidad virtual y estas vivencias dependen íntegramente de las simulaciones que les ofrece esta realidad. Sin embargo, ambos autores dejan en claro que lo real y virtual se convierten en realidades permeables, traspasables, capaces de aportar una a la otra experiencias enriquecedoras, prácticas gratificantes, costumbres y nuevos hábitos, por citar algunas. También profundizan en cómo la navegación por un escenario virtual casi nunca es un acto individual y solitario, sino por el contrario, es una actividad compartida y realizada junto a otros internautas; en una compañía que no es física pero que es percibida y sentida como algo colectivo. Y es justamente esta percepción de compañía o de acto colectivo, lo que usuarios valoran de estos entornos virtuales.⁸⁰

Por su parte, **Jaime Manzano** colaborador de la Revista Mexicana de Comunicación detalla en su artículo *Nueva Realidad* la actual etapa *Web 2.0*, cómo los usuarios interactúan y se expresan mediante sus perfiles, fotos, opiniones, ideas, votos, comentarios e información en general, forjando nuevos vínculos esencialmente sociales y de participación comunicativa. El autor ejemplifica esta nueva faceta de Internet a partir de las estructuras sociales que se consolidan en la Red y que forman parte de la Sociedad Red, conocidas como redes sociales en Internet. Espacios donde personas, organizaciones u otras identidades se conectan a partir de Internet y construyen una

⁷⁹ Raúl Trejo Delarbre. *Viviendo en el Aleph La sociedad de la información y sus laberintos*. Ed. Gedisa, 1ª edición, Barcelona, 2006.

⁸⁰ Francisco Tirado Serrano y Miquel, Domènechi i Argemí. *Lo social y lo virtual. Nuevas forma de transformación social*. Ed UOC, España, 2006, p.5-23.

multiplicidad de relaciones virtuales a través de las cuales se identifican, comunican, intercambian, contribuyen y socializan por un objetivo en común; al mismo tiempo de figurar como un amplio sitio de consumo cultural y de información gratuita.⁸¹

No obstante, para comprender la conformación de dichas redes o comunidades de usuarios que se ubican en un plano virtual como es Internet, es necesario explicar la definición más básica de lo que se entiende por una red social; para lo cual **Elina Nora Dabas** licenciada en Ciencias de la Educación, identifica por red social:

“un proceso de construcción permanente tanto individual como colectivo [...] un sistema abierto que a través de un intercambio dinámico entre sus integrantes y con integrantes de otros grupos sociales, posibilita la potencialización de los recursos que poseen...cada miembro se enriquece a través de las múltiples relaciones que cada uno desarrolla. Los aprendizajes que una persona realiza se potencian cuando son socialmente compartidos en procura de solucionar un problema común”.⁸²

Del mismo modo, la investigadora **Maidelyn Díaz** desde el campo de las Ciencias de la Información concuerda que “una red social es una especie de conjunto de individuos que en forma colectiva o individual interactúan entre ellos por un objetivo común.”⁸³

A partir de estas definiciones, se ubica lo que son las redes sociales en Internet, vistas principalmente desde la perspectiva de **Enrique Bustamante** autor del libro *Redes Sociales en Internet*, quien afirma que “... una red social en internet y una comunidad virtual en internet [...] son un grupo o conjunto de personas que comparten elementos en común, tales como un idioma, costumbres, valores, tareas, visión del mundo, edad, ubicación geográfica, estatus social, roles, hobbies, etcétera, pero con la característica de hacerlo vía internet.”⁸⁴ Además aporta a lo largo de su obra, que generalmente estas redes sociales satisfacen una necesidad real de expresión y reconocimiento,⁸⁵ por tal motivo propicia la búsqueda y creación de una identidad común mediante la diferenciación de otros grupos o comunidades (normalmente por signos o acciones), la cual es compartida y elaborada entre sus integrantes y también socializada.

⁸¹ Jaime Manzano. *Nueva realidad*. Revista Mexicana de Comunicación en línea, Num. 114, febrero 2008, México Disponible en: http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/rmxc/nueva_realidad.htm, Consulta: 2 de marzo de 2009.

⁸² Elina Nora Dabas. *Red de redes*. Ed. Paidós, 3ª reimpresión 2001, Argentina, 2001, p.21.

⁸³ Maidelyn Díaz Pérez. *Redes sociales en Internet: aplicación FOAF (Friend-of-a-Friend)*. ACIMED, Vol. 15, No. 6, La Habana, 2007, p.3.

⁸⁴ Enrique Bustamante. *Redes sociales y comunidades virtuales en Internet*. Ed. Alfaomega, 1ª edición, Argentina, 2008, p.19.

⁸⁵ *Ibid.* p.53.

Simultáneamente, la red de usuarios se une bajo la necesidad o meta de un objetivo, como puede ser un beneficio compartido; que si bien, esto no es algo necesario, basta una identidad común para conformar una comunidad sin la necesidad de un objetivo específico.⁸⁶

A la par, otros investigadores que se eligieron para describir lo que son y la utilidad que tienen las redes sociales en Internet, son los periodistas **Mario López Ruelas**,⁸⁷ **Andrea Menchaca**,⁸⁸ **Arturo Caro Islas**,⁸⁹ **Ernesto Murguía Moreno**⁹⁰ y **Víctor Solís**,⁹¹ así como la redacción del periódico *El Universal*. Entre las aportaciones más destacadas, Ernesto Murguía Moreno señala en su artículo *Redes Sociales necesidad de expresión*, que sitios como *MySpace*, *Facebook*, *Hi5*, *Orkut*, *Twitter* entre muchas otras redes primordialmente sociales, permiten hacer amigos en cualquier parte del mundo y ‘pertener’ a un grupo que en teoría nos comprende y comparte los mismos intereses.⁹² A su vez, Arturo Caro Islas define en su texto *Una segunda vida en la Red*, que estos sitios son servicios que permiten publicar el perfil de una persona (real o ficticia), incluyendo fotos y detalles de personalidad, con el único fin de conocer o mantener gente que posiblemente intercambie gustos o hasta opiniones similares, sin necesidad de conocerse físicamente.⁹³

Uno de los planteamientos que permite conocer más sobre lo que son y el impacto que han alcanzado las redes sociales en Internet en diversas esferas sociales, es la del periodista y profesor de la Universidad de Santiago Compostela **Francisco Campos Freire**, quien en base a una investigación de campo, alude que las comunidades cimentadas en Internet generan un flujo activo de participación durante su proceso de comunicación, el cual no se presenta de igual manera que en otros medios convencionales como la televisión, radio y prensa. Asimismo el periodista manifiesta

⁸⁶ *Ibid.* p.19.

⁸⁷ Mario López Ruelas. *Redes sociales. Más que una moda*. El Periódico, Año 0, No. 001, 9 de marzo, México, 2009.

⁸⁸ Andrea Menchaca. *Facebook: ¿Es cool agregar al maestro?*. El Norte.com, Martes 8 de enero del 2008.

⁸⁹ Ernesto Murguía Moreno. *Op.cit.* Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/articulos/49683.html>

⁸⁹ Arturo Caro Islas. *Una segunda vida en la red*. Revista Mexicana de Comunicación en línea, Núm. 106, agosto / septiembre 2007, Disponible en: http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/rmxc/rmc106_8.htm, Consulta: 1 de marzo de

⁹⁰ Ernesto Murguía Moreno. *Redes sociales, necesidad de expresión*. El Universal, lunes 29 de septiembre de 2008, México D.F., Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/articulos/49683.html>, Consulta: 1 marzo de 2009.

⁹¹ Víctor Solís. *¿Qué harías si tu jefe te vigila en Facebook?*. El universal, jueves 02 de abril de 2009, México, D.F., Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/588358.html>, Consulta: 25 de abril de 2009.

⁹² *Id.*

⁹³ Arturo Caro Islas. *Op.cit.* Disponible en: http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/rmxc/rmc106_8.htm

que estas redes sociales además de ser una herramienta y forma de intermediación e interactividad que está reconfigurando el espacio mediático, también son una fuente notable para el entretenimiento y la búsqueda de información. Por tal motivo, distingue a las redes sociales como un nuevo fenómeno que está sumando audiencias millonarias e incrementando la publicidad, consiguiendo la personalización de los usuarios y rompiendo con algunas barreras de organizaciones mediáticas. No obstante, este fenómeno de adhesión a las redes sociales en Internet lo atribuye a una necesidad psicológica por crear, mantener o alimentar contactos a través de la Red, con el propósito de establecer relaciones que crezcan y se amplíen progresivamente hasta convertirse en algo más serio y organizado, como sucede actualmente en las más de 40 millones de comunidades virtuales⁹⁴ como: *MySpace, Facebook, Twitter, Buzz, Linkara, Orkut, Digg, Hi5, Menéame, Neurona, Badoo*; entre otras. Mismas que se hallan en el ciberespacio y cuya finalidad está determinada ya sea para crear lazos de amistad, relación, ocio, información, participación, entretenimiento, contacto, afición o situaciones profesionales y de trabajo.⁹⁵

Por su parte, el antropólogo **José Palacios Ramírez** en su ensayo que lleva por nombre *El fenómeno "cibersocial": reflexiones culturales la posdisciplinarietà*, señala cómo las relaciones e interacciones que se generan dentro de dicho contexto virtual, facilitan la posibilidad de que el usuario pueda recrear o imaginar una identidad ficticia y simular pertenencia a una sociedad paralela a la real. Conjuntamente, dicho investigador en Ciencias Sociales afirma que esta nueva dinámica de vida en Internet, afecta directamente hacia la mirada exterior de nuestras habituales realidades sociales, provocando la segmentación de los sujetos en sus propios entornos virtuales.⁹⁶

Paralelamente, el antropólogo **Marc Augé** reflexiona al igual que el autor José Palacios, sobre la identidad del individuo en función de su relación con los lugares cotidianos y la presencia de la tecnología. Frente a lo cual sostiene, que los espacios virtuales ofrecen al individuo la oportunidad de reconstruirse y de crearse un sitio personalizado dentro

⁹⁴ Citado en: Enrique Bustamante. Op.cit. p.XXI.

⁹⁵ Francisco Campos Freire. Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. Ed. Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social, Año 11°, No. 63, España, 2008, p.1-7.

⁹⁶ Citado en: Carlos E. Massé Narváez. La complejidad de las ciencias sociales en la sociedad de la información y la económica del conocimiento. Ed. Colegio Mexiquense, 1ª edición, México, 2005, p.143-158.

de un espacio cultural al que denominó los “no lugares”.⁹⁷ Asimismo, **Angsioco Leonceo**, manifiesta que las sociedades se están fragmentando a partir de que los sujetos prefieren estar en Internet y aislarse tras una pantalla, en lugar de actuar cara a cara con otros individuos.⁹⁸

Confrontando este punto de vista, la investigadora de la Universidad de Toronto **Maidelyn Díaz Pérez**, refiere en su artículo *Redes Sociales en Internet* que los vínculos o relaciones sociales que se construyen *Online* no sustituyen a las relaciones personales *Offline*, pero sí las potencian. Es decir, Internet es tan sólo un instrumento que desarrolla, pero no cambia los comportamientos de las personas, sino que los comportamientos se apropian de Internet y por lo tanto se amplifican y desenvuelven a partir de lo que son.⁹⁹ Indica que en la medida que se desarrollan nuestras sociedades, a partir de lo que somos y queremos ser, necesitamos más de Internet. Por tal motivo, asegura que las personas han hecho de las redes sociales en Internet una herramienta primordial que se ha apropiado de la Red, como resultado de facilitar la búsqueda de afinidades y la organización de grupos o comunidades que se comunican, intercambian e interactúan bajo intereses similares.¹⁰⁰

En tanto el sociólogo **Manuel Castells**, concuerda que Internet además de ser un nuevo paradigma sociotécnico, cuya infraestructura tecnológica procesa la virtualidad y la transforma en la realidad en la que vivimos, es también, el medio organizativo y de comunicación que desarrolla una serie de nuevas formas de relación social que no implican un cambio de comportamiento en la humanidad, sino por el contrario, es el comportamiento mismo el que transforma a Internet. Señala que estas redes sociales en Internet, poseen otro tipo de lógica social que nada tienen que ver con la manera en que se percibe la sociedad física; pues especifica en su artículo *Internet y La sociedad red*, que los usuarios basan sus intereses individuales frente a las afinidades y valores de otros usuarios, con el propósito de coincidir y conformar una determinada comunidad virtual cuya línea de vida y éxito radicarán en cuanto más estén ligados los miembros a

⁹⁷ *Ibid.* p.150.

⁹⁸ Citado en: Manuel Castells. *La sociedad red: Una visión global*. Ed. Alianza editorial, Madrid, 2006, p.276.

⁹⁹ Maidelyn Díaz Pérez. *Op.cit.* p.1-7.

¹⁰⁰ *Ibid.* p.2.

realizar tareas, hacer cosas o perseguir intereses en común.¹⁰¹ No obstante, Manuel Castells distingue el factor de privatización en torno a la socialización virtual, debido a que se construyen lazos electivos entre personas que no precisamente son las que nos rodean o que coinciden físicamente con nosotros; sino por el contrario son individuos que se buscan a partir de determinadas necesidades o gustos.¹⁰²

Conjuntamente, **Renato Jijena Leiva** refiere que el ciberespacio de las redes sociales no simboliza u obliga ser un medio tecnológico de cambio en la forma de pensar, conocer, relacionarnos, enamorarnos, divertirnos, pervertirnos y de realizar cualquier transacción económica o hasta de culturalizarnos. Es decir, que por más sumergida que se encuentre la sociedad en este tipo de interconexión virtual, nada de ello transformará en absoluto ni las condiciones físicas, ideológicas y biológicas del ser humano.¹⁰³

Por otra parte, **Javier Solórzano** periodista y fundador de la carrera de Comunicación Social en la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), revela a través de su programa *Solórzano en la Red*, que en la actualidad las redes sociales en Internet son un fenómeno en crecimiento que va abarcando esferas como la académica y de negocios; sin dejar de mencionar el alcance para la promoción de bienes y servicios o la futura consolidación como vía útil y factible para la política digital. Paralelamente, otra vertiente que retoma en su programa es referente a la dependencia, enajenación y el uso negativo que le brindan los usuarios a las redes sociales en Internet, ya sea para llevar a cabo actos ilícitos o elementos llevados al extremo o fuera de control.¹⁰⁴

Desde otra visión, la redacción del periódico ***El Universal*** publicó recientemente a través de un estudio realizado por la neurocirujana Susan Greenfield del Reino Unido, que las redes sociales en Internet están ocasionando cambios alarmantes en el cerebro de las personas ya que pueden reducir la concentración, alentar la gratificación instantánea y volver a los usuarios más centrados en sí mismos, a su vez de incitar que las conversaciones en tiempo real terminen cediendo ante los diálogos en monitor.¹⁰⁵

¹⁰¹ Manuel Castells. Internet y la Sociedad Red. Universitat Oberta de Catalunya, Disponible en: <http://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/castellsmain9.html>, Consulta: 25 de mayo de 2009.

¹⁰² Id.

¹⁰³ Renato Jijena Leiva, (Et.al). Op.cit. p.19.

¹⁰⁴ Javier Solórzano. Redes sociales en Internet. Solórzano en la Red, La Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México, A.C, Formato: Audiovisual, México, 2008, Disponible en: http://www.lared.org.mx/av_solorzano2.html, Consulta: 2009-2010.

¹⁰⁵ El Universal (Redacción). Advierten que redes sociales dañan el cerebro., Martes 24 de febrero de 2009, México D.F., Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/579107.html>, Consulta: 4 de marzo de 2009.

Con relación a la comunicación e intercambio de información que se genera en redes sociales en Internet, Javier Solórzano indica que además de tener la característica principal de ser espacios virtuales dirigidos a la construcción de grupos de amigos y apoyo, son a su vez sitios de relaciones humanas que se comunican dentro de un código particular. Frente a tal atmósfera, el sociólogo **Dominique Wolton** a través de su libro *Sobrevivir a Internet*, aporta que parte importante para entablar una idónea comunicación dentro de una red social radica en compartir códigos, cierto bagaje cultural y en general intereses compartidos, ya que de lo contrario cabe la posibilidad en que la comunicación sea parcial o nula. Apunta que no existe una comunicación sin cultura común, pues entre mayor sea la brecha cultural entre los sujetos, mayores pueden llegar a ser las diferencias y con ello, la comunicación se convierta en causa de conflictos.¹⁰⁶

Por su parte, **Manuel Castells** plantea, que la cultura de la Sociedad Red reside en “una cultura de protocolos que permiten la comunicación entre diferentes culturas...una cultura de la comunicación por la comunicación. Es una red abierta de significados culturales que pueden no sólo coexistir, sino también interactuar y modificarse mutuamente sobre la base de este intercambio.”¹⁰⁷ En esta línea, **Susana Finquelievich** menciona que la comunicación tiene nuevos matices, en donde el texto es el vehículo de comunicación virtual e Internet se convierte en el medio de comunicación extralingüístico que genera un libre juego de palabras, con libertad de creación en la que participan millones de usuarios.¹⁰⁸

De la misma forma, **Jesús Martín Barbero** semiólogo, antropólogo, filósofo y experto en comunicaciones y medios, aborda en su texto *Transformaciones Comunicativas*, sobre la relevancia que tiene Internet y las redes sociales al generar circulación flujos de información, movimientos de integración a la globalidad tecnoeconómica, así como la producción de un nuevo tipo de espacio reticulado que debilita las fronteras. Recíprocamente, estos territorios virtuales se convierten en puntos de acceso y transmisión, activación y de transformación del sentido dualista de comunicar en el que conviven y se mezclan lógicas, velocidades y temporalidades tan diversas como las que

¹⁰⁶ Dominique Wolton. *Op.cit.* p.20-21.

¹⁰⁷ Manuel Castells. *La sociedad red: Una visión global*. Ed. Alianza, Madrid, 2006, p. 69.

¹⁰⁸ Susana Finquelievich (Et.al). *Op.cit* p.9-288.

entrelazan las narrativas de lo oral con la intertextualidad de las escrituras y las intermedialidades del hipertexto. En este sentido, el autor manifiesta cómo las nuevas tecnologías de la información y comunicación están reconfigurando nuestra percepción del espacio-tiempo, así como la manera de interactuar de las personas en este nuevo *espacio comunicacional*, tejido ya no de encuentros y multitudes sino de flujos y redes, en el que emergen unos nuevos modos de reunión a partir de estar conectados.¹⁰⁹

Una postura reciente sobre el tema de comunicación digital es la que ofrece **Carlos Scolari** quien en su libro *Hipermediaciones*, exterioriza cómo el usuario se convierte en el eje de los procesos comunicativos, el contenido es la identidad de los medios, lo multimedia es el nuevo lenguaje, el tiempo real es el tiempo dominante, el hipertexto es la gramática y el conocimiento el nuevo nombre de la información. Conjuntamente, una de sus grandes contribuciones radica en presentar los elementos que hacen posible la comunicación digital interactiva o hipermediaciones, que no son más que procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí. Por consiguiente, estos son los componentes que distingue: Transformación tecnológica (digitalización), Configuración muchos-a-muchos (reticularidad), Estructuras textuales no secuenciales (hipertextualidad), Convergencia de medios y lenguajes (multimedialidad) y Participación activa de los usuarios (interactividad).¹¹⁰

En este esquema, **Nicholas Negroponte** empresario, profesor e informático plasma en su libro *Ser Digital*, los beneficios que trae consigo la digitalización para la comunicación e interactividad; ya que esta forma de transmitir datos e información representa ventajas en la distancia, velocidad, calidad en la fidelidad de los datos transmitidos, bajos costos y réplica de lo difundido. Sin embargo, Nicholas Negroponte explica que estas utilidades que ofrece la digitalización por medio de Internet, no sólo comprenden lo comunicativo y la socialización, sino también encierran beneficios para los diferentes ámbitos humanos como el económico mediante la información que se

¹⁰⁹ Jesús Martín Barbero. Transformaciones Comunicativas y Tecnológicas de lo Público. Revista Infoamerica, Disponible en: http://www.infoamerica.org/documentos_word/martin_barbero1.doc, Consulta: 20 de diciembre de 2009.

¹¹⁰ Carlos Scolari. Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Ed. Gedisa, 1ª edición, Barcelona, 2008.

intercambia a nivel corporativo, el educativo a través de la distribución de materiales culturales, las utilidades para el campo científico y tecnológico, y en general las transformaciones que trae la digitalización a las diferentes sociedades del mundo.¹¹¹

En lo que refiere a estudios realizados sobre jóvenes e Internet autores como **Carlos Feixa**,¹¹² **Delia Covi**,¹¹³ **Maricela Portillo**,¹¹⁴ **Enrique Bustamante**¹¹⁵ y **Blanca Chong López**,¹¹⁶ abordan cómo nuevos escenarios virtuales se caracterizan por la irrupción de una nueva generación de jóvenes que conforman la primera generación digital por excelencia. Es decir, se trata de una cultura de jóvenes que crecieron en la sociedad de la información del siglo XXI y para los cuales la computadora ha dejado de ser una máquina compleja, para ser una herramienta básica de socialización. Asimismo, se trata de una nueva generación digital cuya característica central se torna en utilizar Internet para la búsqueda de información, aprendizaje, negocios, entretenimiento, trabajo, ocio y contacto con los miembros de sus redes sociales, *Chats*, correo electrónico, *blogs* o portales, etcétera.

Son jóvenes que se han identificado por vivir en un contexto determinado y en un mundo que les ha permitido tener acceso a las TICs; hecho por el cual forman parte de una estructura generacional que conversa, juega, resuelve dudas, debate, se informa y socializa a través de Internet, como bien indica Delia Covi.¹¹⁷ Asimismo, Maricela Portillo, reflexiona cómo insertos en esta realidad, los jóvenes habitan un mundo marcado por temporalidades y especialidades complejas, que han transformado y siguen transformando las maneras de ser joven.¹¹⁸ Por ende, hoy en día la energía y creatividad de esta generación de jóvenes se vuelca en Internet para construir nuevos espacios de intercambio, conocimiento, comunicación e interacción, a partir de las

¹¹¹ Nicholas Negroponte. *Ser digital*. Ed. Océano, México, 1995.

¹¹² Carles Feixa. *De jóvenes, bandas y tribus*. Ed. Ariel, 2ª edición, España, 1999.

¹¹³ Delia Covi. *Los jóvenes ante la convergencia tecnológica ¿Integración o exclusión?*. Revista Comunicación y Sociedad, Universidad de Guadalajara, No. 38, julio-diciembre 2000.

¹¹⁴ Maricela Portillo. *La construcción de las identidades juveniles en relación al acceso a la tecnología: las culturas juveniles y las culturas de habitación*. Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Disponible en: http://www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/Internet/ponencias/GT18_40Portillo.pdf, Consulta: 1 de noviembre de 2009.

¹¹⁵ Enrique Bustamante. *Op.cit.* p.13-106.

¹¹⁶ Blanca Chong López. *Internet desde la visión de los jóvenes*. Universidad Autónoma de Coahuila, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Disponible en: http://www.lag.uia.mx/buenaval/buenaval1/Internet_desde_la_visi_n_de_los_j_venes.pdf, Consulta: 1 de diciembre de 2009.

¹¹⁷ Delia Covi. *Op.cit.* p.135-137.

¹¹⁸ Maricela Portillo. *Op.cit.* p.3.

redes sociales en Internet o comunidades virtuales; espacios sociales que señala Enrique Bustamante, han revolucionado en los últimos años la forma y manera de convivencia social fundamentalmente entre los jóvenes.¹¹⁹

En lo que atañe a investigaciones sobre brecha digital, **Renato Jijena Leiva** plantea cómo los seres humanos deberían tener acceso a Internet, para de esta forma superar el aislamiento físico y geográfico que logra trascender el mundo virtual.¹²⁰ En este punto, el investigador **Fernando Ballester**, desarrolla a profundidad en su libro *La Brecha Digital. El riesgo de exclusión en la Sociedad de la Información*, como la existencia de dicha divisoria digital está directamente relacionada a cuatro elementos: 1) La disponibilidad de un ordenador u otro elemento que permita al ciudadano conectarse a Internet, 2) La posibilidad de acceder y conectarse a la red, 3) Conocimiento de las herramientas básicas para poder acceder y navegar, 4) Capacidad para poder hacer que la información accesible en la red pueda ser convertida en 'conocimiento' por el usuario.¹²¹

Asimismo, aborda cómo la convergencia tecnológica es un hecho incuestionable, pues cualquier elemento de las TICs que uno se pueda imaginar (un ordenador personal, un teléfono móvil, un cajero automático, una videoconferencia) hace uso de redes de comunicaciones de software y elementos hardware. En este caso, propone que el elemento crítico que ha permitido todas estas transformaciones ha sido sin duda la llamada revolución digital; esto es, el conjunto de innovaciones tecnológicas que han hecho posible que la voz, el sonido, la imagen y los datos puedan transmitirse de un lugar a otro reduciendo toda su carga de información a simples combinaciones de 'ceros' y 'unos'; simplificación que permite el envío de una gran cantidad de información de un lugar a otro a gran velocidad. En definitiva, Internet se convierte pues en un elemento central en esta nueva sociedad que se está configurando.¹²²

Paralelamente, autores como **Manuel Castells**,¹²³ **Raúl Trejo Delarbre**,¹²⁴ **Fernando Ballester**,¹²⁵ así como la maestra en Comunicación por parte de la Universidad

¹¹⁹ Enrique Bustamante. *Op.cit.* p.13-35.

¹²⁰ Renato Jijena Leiva, (Et.al). *Op.cit.* p.18-19.

¹²¹ Fernando Ballester. *La Brecha Digital. El Riesgo de exclusión en la Sociedad de la Información*. Ed. Biblioteca Fundación Retevisión, España, 2002, p.73.

¹²² *Ibid.* p. 39

¹²³ Manuel Castells. *La sociedad red: Una visión global*. Ed. Alianza, Madrid, 2006, p. 311-339.

Nacional Autónoma de México (UNAM) **María Luisa Zorrilla**,¹²⁶ plasman en sus diversas investigaciones que la estructura social de Internet no tiene una difusión homogénea entre las sociedades, lo que provoca se desarrollen diferentes habilidades comunicativas entre las personas que van desde tecnicismos y códigos, así como una serie de conocimientos que permiten a los internautas entablar, mantener y retroalimentar relaciones o contactos virtuales.

Estas discrepancias comunicativas y de conocimiento son estudiadas por las sociólogas **Lidia Borgaminck de De la Torre** y **María Teresa Baquerin**, a partir de dos conceptos: “tecnoricos” y “tecnopobres”. Términos que describen que aunque las personas tengan el mismo grado de estudios, no todas llegan a desarrollar las mismas habilidades comunicativas frente a quienes usan Internet y participan en una comunidad virtual. A su vez, otro factor de rezago digital es la brecha entre los jóvenes de distintos sectores socioeconómicos y geográficos, que hace surjan redes de socialización entre quienes comparten los códigos de esta nueva tecnología, distanciándolos de otros grupos juveniles que se aglutinan en torno al uso de códigos de medios tradicionales.¹²⁷ En este contexto, el investigador en ciencias sociales **Carlos Massé Narváez**, contribuye al tema en base a un recopilado de ensayos que tratan sobre la desigualdad que persistirá e incluso incrementará, logrando una brecha digital más grande entre los países que tienen acceso a las TICs y quienes no la tienen.¹²⁸

Por ello, **Lidia Borgaminck de De la Torre** y **María Teresa Baquerin** explican que ser parte y sujeto activo en las nuevas tecnologías, simboliza hoy en día ser un individuo alfabetizado e inserto en la modernidad, mientras que las personas ajenas a Internet, son vistas desde un contexto estudiado por el colaborador **Héctor González** de la revista *Vértigo*, como analfabetas virtuales.¹²⁹ Del mismo modo, **Canek Sánchez** colaborador de la revista *Vértigo*, registra como idea central en su artículo *Redes y*

¹²⁴ Raúl Trejo Delarbre. *Viviendo en el Aleph La sociedad de la información y sus laberintos*. Ed. Gedisa, 1ª edición, Barcelona, 2006, p.50-51.

¹²⁵ Fernando Ballester. *Op.cit.* p.30-140

¹²⁶ María Luisa Zorrilla Abascal. *Comunidades virtuales en Internet ¿Nacen o se hacen?*. Tesis de maestría en Comunicación, Universidad Nacional Autónoma de México, México, DF. Agosto de 2003, p.34.

¹²⁷ Lidia Borgaminck de De la Torre (Ét.al). *¿Internet: un medio de sociabilidad o de exclusión?*. Ed. Universidad Católica Argentina, Vol. 16, No. 2, Buenos Aires Argentina, 2003, p.95-118.

¹²⁸ Carlos Maseé Narváez. *Op.cit.* p.143-237.

¹²⁹ Héctor González. *México en la era del blog*. Revista *Vértigo*, Grupo Editorial Diez SA. De CV, Año VIII, No. 375, México, 25 de mayo de 2008, p.62.

subversiones que “no estar en Internet es como vivir fuera de este mundo; hecho que simultáneamente denota pobreza y aislamiento.”¹³⁰ Añade también que ser parte de las redes sociales en Internet, posibilita un intercambio de bienes culturales a nivel global que representa en pleno siglo XXI la puerta a la información, conocimiento y a otro tipo de mundo vanguardista, donde las interconexiones propician un espacio de expresión y socialización de la que se valen millones de usuarios, para llevar a cabo cuantiosas actividades antes no imaginadas.¹³¹ Por ende, **José Palacios Ramírez** expone cómo las posibilidades reales de acceso a Internet y a las redes sociales que en ella se construyen, significan cierto poder de adquisición a la información, como a la generación de discursos, saberes y conocimientos que otras personas no llegan a tener al alcance; colocándonos dentro de una brecha informativa en la cual el conocimiento fue, es y será un asunto básicamente de poder.¹³²

Por último, **Fernando Ballester** afirma que en el caso de la incorporación de las TIC a la vida diaria, se está produciendo un fenómeno muy importante que va a tener un efecto directo sobre la problemática de la Brecha Digital. Y es que a medida que estas nuevas tecnologías van implantándose en más esferas de lo social, político, económico y cultural, el uso de las mismas va haciéndose cada vez más común hasta convertirse en algo realmente imprescindible.¹³³

En torno a la exploración sobre el devenir de Internet, el investigador en comunicación **Juan Ramón Sánchez Carballido**, afirma que la *Web 2.0* tendrá un mayor desarrollo a través de la aplicación 3.0, capaz en un futuro no muy lejano de razonar a semejanza de los seres humanos, como si fuera una inteligencia artificial. Por otro lado, concibe máquinas cada vez más eficaces y capaces de dialogar entre sí, entorno a la información que acumulen además de pedirse explicaciones cuando los términos no resulten coincidentes. Pese a que los usuarios se verían liberados de aprender otro idioma, también provocaría una mayor dependencia a la información que reproduzcan las computadoras. Sin embargo, sostiene que esta generación 2.0 no va a quedar conforme con solo extraer información, por lo que expertos tendrán que buscar a la

¹³⁰ Canek Sánchez. *Redes y subversiones*. Revista M. Semanal, 30 de marzo de 2009, Ed. Milenio, Año 11, No. 597, Consulta: 7 de abril de 2009, México, p.20.

¹³¹ *Ibid.* p.20-21.

¹³² Citado en: Carlos E. Massé Narváez. *Op.cit.* p.158.

¹³³ Fernando Ballester. *Op.cit.* p. 93.

brevidad la construcción de un Internet novedoso y de redes que cubran las preferencias de los cibernautas,¹³⁴ como recientemente sucede con el paradigmático juego en Red *SecondLife*. El cual, se ubica más allá del concepto de red social o juego para ofrecer no sólo una vida, sino un mundo virtual que se describe a través de su lema: “si no te gusta tu vida, invéntate otra diferente”.¹³⁵

También, **Raúl Trejo Delarbre** hace hincapié que Internet y específicamente las redes sociales, han trascendido en diversas esferas como la social, económica, cultural y más recientemente de la publicidad y la política, además de influir directamente en la forma de vida de todas las sociedades, aún de aquellas que no utilizan este tipo de recursos o espacios regularmente. Desde este fundamento sustenta como Internet puede llegar a establecer “una nueva forma de organización social”, como la describe a través de la Sociedad de la Información que nace y seguirá su transformación a partir del desarrollo de la tecnología.¹³⁶

Finalmente en torno a la recopilación de datos y porcentajes, la **Asociación Mexicana de Internet** (AMIPCI),¹³⁷ da a conocer los hábitos de usuarios mexicanos en Internet, durante el periodo 2009-2010. La empresa ofrece un estudio detallado sobre el universo de internautas, su perfil y los usos que le otorgan a la Red, además de un seguimiento a la evolución que presenta la Industria de Internet en nuestro país. Sus bases estadísticas proceden de distintas fuentes, entre las que se localizan: el Consejo Nacional de Población (CONAPO), Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), TGI (byKantarMedia) y la propia AMIPCI. Por otra parte, un punto de encuentro cibernautas dirigido a la discusión y publicación de investigaciones sobre las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, corresponde al **Observatorio para la Cibersociedad**.¹³⁸ Un espacio articulado a partir de una lógica de trabajo participativa y colaborativa, donde los servicios y materiales expuestos son resultado de la construcción de los propios internautas, quienes entre ellos construyen, intercambian,

¹³⁴ Juan Ramón Sánchez Carballido. *Op.cit*, p. 67.

¹³⁵ *Second Life*. México, Linden Research Inc. Disponible en: <http://secondlife.com/>, Consulta: 2009-2010.

¹³⁶ Raúl Trejo Delarbre. *Viviendo en el Aleph La sociedad de la información y sus laberintos*. Ed. Gedisa, 1ª edición, Barcelona, 2006.

¹³⁷ Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI). *Estudio de Hábitos de los Usuarios de Internet en México*. Mayo, 2010, Disponible en: <http://www.amipci.org.mx/estudios/>, Consulta: 2010.

¹³⁸ Observatorio para la Cibersociedad. *IV Congreso de la Cibersociedad 2009*. Disponible en: <http://www.cibersociedad.net/congres2009/>, Consulta: 2009-2010.

debaten, informan y edifican un territorio dedicado al estudio y comprensión del mundo que envuelve a las TICs.

Cabe señalar, que a la par se consultaron periódicos como ***El Universal, El Norte, El Periódico***; así como revistas entre las que ubicamos a ***PC Magazine, Vértigo, InfoWorld, Revista Milenio, USERS, Revista Mexicana de la Comunicación***, por citar algunas; mismas que se analizaron de forma tanto física como *Online*, y cuya información facilitó otro tipo de referencia numérica, entre la que se tiene: *ranking* de redes sociales en 2010, número de internautas en redes sociales, porcentaje de usuarios por red social, edad promedio de usuarios en comunidades virtuales, valor económico que adquieren las redes sociales, además de regiones con mayor aceptación a dichas sociedades, entre otros datos.

CAPÍTULO IV. MARCO TEÓRICO.

IV.1.-Tecnologías de la Información y la Comunicación. (TICs)

La tecnología es una caja negra, que nadie se atreve a abrir.

Patrice Flichy¹³⁹

Para trabajar el tema de investigación, es necesario definir y comprender lo que son las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) y con ello conocer la utilidad técnica y aplicaciones sociales que éstas tienen. Esto con la finalidad de contextualizar el entorno en donde se han desarrollado las redes sociales.

Por consiguiente, la definición de **Carmen Gómez Mont** sobre TICs es la más adecuada para dicho estudio, debido a que su concepto destaca la importancia comunicativa que los dispositivos tecnológicos pueden optimizar:

“Las TICs son máquinas de procesar y transmitir informaciones en espacios de tiempo cada vez más breves, en un lenguaje propio e interactivo, a partir del principio de convergencia tecnológica. Es un punto donde las máquinas, sus lenguajes y la misma sociedad parecen fusionarse perdiéndose sus fronteras.”¹⁴⁰

Asimismo, **Cristóbal Cobo Romani**¹⁴¹ reafirma la relevancia comunicativa que poseen las TICs al señalar que se trata de aparatos tecnológicos que permiten toda clase de tareas; principalmente el intercambio y transmisión de datos entre sistemas de información que poseen ciertas características en común, las cuales integran diferentes medios informáticos, telecomunicaciones y redes que facilitan la comunicación interpersonal y multidireccional ya sea de uno a muchos o de muchos a muchos.

De este modo, se plantea una convergencia existente en torno a la fabricación y aplicaciones que se dan dentro de las TICs; es decir, presentar la voluntad y disposición que existe por parte de los diferentes desarrolladores de tecnología y los usuarios de

¹³⁹ Citado en: Carmen Gómez Mont. Revolución Tecnológica: Un nuevo paradigma para la comunicación. Revista Signo y Pensamiento, No. 36, Vol. XIX, Año 2000, p.1.

¹⁴⁰ Ibid. p.3.

¹⁴¹ Cristóbal Cobo Romani. *¿Qué son las TIC?*. En: Caridad García Hernández, Rodrigo Gómez García. Comunicación e Interdisciplina. Libro Colectivo AMIC 2008. Facultad de Ciencias de la Comunicación, U.A.N.L, Monterrey, N.L., México, 2009, p. 623-624.

estos aparatos, por superar los objetivos hasta ahora alcanzados para traer beneficios comunicativos, económicos y sociales a partir del uso de las TICs.

Por otra parte, es significativo destacar las propiedades técnicas que poseen las TICs y que las distinguen de otros aparatos tecnológicos. Ante ello **Carlos Scolari**¹⁴² indica que las principales características que distingue las TICs de las tecnologías tradicionales corresponden a la digitalización o transformación tecnológica, la reticularidad que permite la comunicación de muchos a muchos, la estructura hipertextual, la convergencia de medios y lenguajes, y la participación activa que adquieren los usuarios. Con este planteamiento, se piensa en todos aquellos aparatos que permiten el envío de mensajes *SMS*,¹⁴³ correo electrónico, *IRC*¹⁴⁴, el acceso a Internet, entre otras funciones, como los dispositivos considerados como Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación.

En este aspecto, las TICs poseen condiciones que les permite reducir tiempo y espacio en que se transmite la información; tal hecho es examinado por los estudiantes de la licenciatura en Ingeniería de sistemas **Andrei Acuña Arias, Gustavo Durán Araya y Ronny O. Loría**.¹⁴⁵ Ellos mantienen que existe una diferencia entre las TICs y aquellas máquinas que utilizan combustible como principal fuente de energía, como es el caso del automóvil; pues por su parte las tecnologías comunicativas encuentran su principal fuerza de arranque en la información que hacen circular. Lo cual, además de acortar el tiempo y espacio para establecer una comunicación, también reduce los recursos humanos, materiales y energéticos. Con dicho escenario, se encaminan varias afirmaciones como la del periodista **Enrique Bustamante**, para contemplar a la Sociedad de la Información como la sucesora de la sociedad industrial.¹⁴⁶

No obstante, a pesar de que las TICs son desarrolladas por grandes corporaciones, la creación de estos dispositivos tecnológicos no es atribuido a ningún grupo en particular, sino por el contrario las TICs son comprendidas como resultado de la convergencia tecnológica como lo indica **Carmen Gómez Mont**: “[las TICs no son]...el invento de un

¹⁴² Carlos Scolari. *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Ed. Gedisa, 1ª edición, Barcelona, 2008, p.78.

¹⁴³ Consulte glosario.

¹⁴⁴ Consulte glosario.

¹⁴⁵ Andrei Acuña Arias (Et.al). *Cibersociedades*. Universidad Católica de Costa Rica, Enero, 2008. p.9.

¹⁴⁶ Enrique Bustamante. *Redes sociales y comunidades virtuales en Internet*. Ed. Alfaomega, 1ª edición, Argentina, 2008, p.20.

sujeto ni de una empresa, es el resultado de una cultura, la que vive la humanidad en este fin de siglo”¹⁴⁷. Ante ello, **Joan Mayans i Planells**¹⁴⁸ exterioriza que TICs como la computadora e Internet se diferencian de cualquier otra tecnología antecesora, por su carácter tecnológico social. Esto se debe a la participación de millones de personas en el uso de las TICs, como en la elaboración de los contenidos que circulan por éstas, dejando de ser privatizadas por cualquier tipo de institución, lo cual trae como consecuencia que las TICs hayan dado ese salto evolutivo en su utilidad para convertirse en instrumentos de múltiples funciones tecnológicas, educativas, sociales, políticas y económicas.

Es preciso subrayar que los desarrolladores de dispositivos de las TICs, no solamente se limitan a la elaboración de aparatos cada vez más sofisticados de transmisión digital o actualización de programas informáticos, sino como lo precisa **Cristóbal Cobo Romani**¹⁴⁹ citando a **Fernández Menéndez**, la elaboración de este tipo de tecnologías ha logrado disminuir sus costos de manufactura, lo que proporciona la posibilidad de apertura de mercado, interacción entre diferentes agentes económicos y estandarización tecnológica. Hecho que ha permitido que algunos sectores sociales aumenten sus posibilidades para adquirir tecnologías de la Información y la Comunicación y logren vincularse con otras sociedades a través de la conexión vía Internet, lo cual hace algunos años podía haberse considerado como algo utópico.

Actualmente diversas disciplinas que benefician a la sociedad como la medicina, ingeniería o arquitectura, se han visto favorecidas a partir de la incorporación de las TICs a sus respectivas dinámicas de trabajo. Cuenta de ello es la aseveración que hacen los estudiantes **Arias, Durán y Loría** con respecto a la incorporación de las TICs en el sector educativo: “Hoy día no se concibe la educación y la formación sin el uso de las TICs: no sólo en los campus y aulas virtuales en la red donde se imparten cursos *online*, sino también en la educación primaria y secundaria”.¹⁵⁰ Por tanto, las TICs poseen no sólo la capacidad de mejorar la comunicación y agilizar la información, sino

¹⁴⁷ Carmen Gómez Mont. *Op.cit.* p.3.

¹⁴⁸ Joan Mayans i Planells. *El ciberespacio, un nuevo espacio público para el desarrollo de la identidad local*. Observatorio para la Cibersociedad, Conferencia inaugural del III Encuentro de Telecentros y Redes de Telecentros, España 2003, Disponible en: <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=158>, Consulta: 26 de septiembre de 2009.

¹⁴⁹ Cristóbal Cobo Romani. *Op.cit.* p.614.

¹⁵⁰ Andrei Acuña Arias (Et.al). *Op.cit.* p.13-17.

también complementar las dinámicas de trabajo, apoyar la organización y reforzar la profesionalización en los diferentes campos de estudio y trabajo, lo cual puede traducirse como estímulo para el desarrollo social.

De este modo, se considera a la computadora e Internet como los avances más representativos de las TICs, debido a que sus funciones básicas no solamente se limitan a procesar textos y hojas de cálculo; sino como afirma **David Casacuberta**, la revolución multimedia ha provocado que podamos realizar distintas tareas a través del uso de las TICs como por ejemplo escuchar música, comprar billetes de avión, participar en videoconferencias, desarrollar animaciones o enviar mensajes cortos de texto;¹⁵¹ consiguiendo de esa forma superar el desempeño básico que otros avances tecnológicos como el teléfono o la televisión, los cuales en una época determinada representaron la vanguardia de la tecnología.

En conclusión, puede considerarse a las TICs como un parámetro de crecimiento tecnológico, social, de desarrollo educativo y herramienta interactiva, que de alguna manera rompen con los esquemas que plantean medios de comunicación tradicionales como la televisión o la radio, los cuales proponen esquemas de comunicación de uno a muchos manteniendo a su público completamente cautivo. Paralelamente, la tecnología y la sociedad asumen cambios tal y como indica **Dominique Wolton**, en donde las TICs van influyendo sobre la sociedad y éstas a su vez son influidas por la tecnología; necesitan de un tiempo para ser asimiladas para finalmente provocar un cambio social a conveniencia propia de las sociedades.¹⁵²

¹⁵¹ David Casacuberta. Creación Colectiva. En Internet el creador es el público. Ed. Gedisa, España, 2003, p.139.

¹⁵² Dominique Wolton. Sobrevivir a Internet. Ed. Gedisa, 1ª edición, España, 2000, p.55.

IV.1.2.-Internet.

Internet, una revolución tecnológica que se encuentra cambiando las relaciones sociales.

Dominique Wolton¹⁵³

Hablar de la tecnología Internet, significa adentrarse a un universo de autores que asumen una multiplicidad de definiciones que resultan difíciles de unificar, debido a falta de consenso y del latente riesgo que implica para los estudiosos en el tema, crear una teoría o concepto como tal de dicho artefacto tecnológico que se encuentra en constante evolución.

No obstante, se partirá del término científico que precisa a Internet, como “el avance tecnológico que permite la interacción humana a través de una plataforma de redes de comunicación interconectadas bajo una conexión de protocolos TCP/IP”,¹⁵⁴ que van conformando algo similar a una telaraña de la información como describe **Renato Jijena Leiva**.¹⁵⁵ Por otra parte, se concibe Internet como una Red de redes como la denomina **Raúl Trejo Delarbre**,¹⁵⁶ cuya apertura pública en el siglo XX vino a transformar rápidamente las prácticas de comunicación, interacción y la forma de organización social, pero esta vez a través de una Red global de información mediada por computadoras. En este paradigma tecnológico, Internet abre sus redes al mundo y hace de éste lo que **Manuel Castells** denomina la “Sociedad Red”.¹⁵⁷

Sin embargo, definir como tal Internet resulta bastante complejo debido a que la Red se ha convertido en un enorme y creciente océano de la información que en poco tiempo ha evolucionado vertiginosamente, originando que investigadores del tema queden rebasados por el propio fenómeno. Por ello clasificar a la Red bajo un término preciso o rubro técnico, representa de cierto modo limitarla ante lo que **Raúl Trejo Delarbre**

¹⁵³ Dominique Wolton. *Op.cit.* p.43.

¹⁵⁴Wikipedia. La Enciclopedia Libre. Internet. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Internet>, Consulta: 28 de septiembre de 2009. (Consulte glosario para término TCP/IP)

¹⁵⁵ Renato Jijena Leiva (Et.al). El Derecho y la sociedad de la información. La importancia de internet en el mundo actual. Ed. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Estado de México, 1º edición, México, 2003, p.14.

¹⁵⁶ Raúl Trejo Delarbre. La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet, la red de redes (1). Ed. Fundesco, 2º edición, Madrid, 1997, p.55.

¹⁵⁷ Manuel Castells. La sociedad red: Una visión global. Ed. Alianza, Madrid, 2006. p.27.

concibe como una Red con autonomía, descentralizada, abierta a conexiones, así como un espacio concurrido y heterogéneo, maleable y en constante desarrollo.¹⁵⁸

Desde otro enfoque, conceptualizar Internet no sólo es cuestión de analizar un conjunto de computadoras que se encuentran conectadas alrededor del mundo a través de un ancho de banda, sino concebir en Internet “un cerebro que nunca deja de funcionar, pensar y producir información”,¹⁵⁹ tal y como lo concibe **Derrick de Kerckhove** en su libro *La Piel de la Cultura*. Eso es Internet, el resultado del progreso tecnológico que permite a las personas contactarse con el mundo e ir realizando una serie de actividades y prácticas infinitas de muchos a muchos, a través de lo que **Joan Mayans** llama un conjunto de *hardware* y *software* que facilitan el intercambio de información digital entre usuarios.¹⁶⁰ Por ende, Internet es una herramienta que permite navegar en una nueva dimensión virtual y vivir un entramado de experiencias, alcanzando lo que **Manuel Castells** describe como *Sociedad Red*: “una cultura de protocolos que acceden a la comunicación entre diferentes culturas, una Red abierta de significados culturales que pueden no sólo coexistir, sino también interactuar y modificarse mutuamente sobre la base de un intercambio.”¹⁶¹

Efectivamente esto y más es la Red, un mundo virtual que no existe sin hombres,¹⁶² pero que supera las barreras espaciotemporales y configura un entorno en que la información y la comunicación se nos muestran accesibles desde perspectivas hasta ahora desconocidas, al menos en cuanto a su volumen y posibilidades. La realidad virtual permite la generación de entornos de interacción a semejanza o analogía con lo real, facilitando nuevos contextos de intercambio y comunicación.¹⁶³ En este sentido, la Red continúa evolucionando a pasos agigantados a partir del uso que le brindan los internautas; un fenómeno que no se pretende reducir a un simple concepto analítico, descriptivo o científico, sino abordarlo como un fenómeno social y comunicativo que se genera a través de un cerebro electrónico.

¹⁵⁸ Raúl Trejo Delarbre. *Op.cit.* p.54-55.

¹⁵⁹ Derrick de Kerckhove. *La piel de la Cultura. Investigando la nueva realidad electrónica*. Ed. Gedisa, 1ª edición, Barcelona, 1999, p.82-83.

¹⁶⁰ Joan Mayans I Planells. *Género Chat o cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio*. Ed. Gedisa, 1ª edición, Barcelona, 2002, p. 228.

¹⁶¹ Manuel Castells. *Op.cit.* p.69.

¹⁶² Dominique Wolton. *Op.cit.* p.47.

¹⁶³ Pierre Lévy. *¿Qué es lo virtual?*. Ed. Paidós, España, 1999, p.17-22.

IV.1.3.-Navegando en el ciberespacio.

Nuestro mundo está a la vez en todas partes y en ninguna parte, pero no está donde viven los cuerpos.

Carlos Scolari¹⁶⁴

En este universo donde confluyen millones de redes interconectadas, es donde se entreteje el ciberespacio, término acuñado por William Gibson en 1984 a través de su novela de ciencia ficción *Neuromante*,¹⁶⁵ que se utiliza para describir la totalidad de los recursos informáticos disponibles a través de las redes de cómputo.¹⁶⁶ Es decir, el ciberespacio es el lugar que trasciende el espacio físico y temporal, y que coexiste en base a la experiencia de quienes navegan en la Red.¹⁶⁷ Por ende, Internet es una infraestructura en la cual se asienta, se reproduce y extiende el ciberespacio para dar cabida a lo que **Susana Finkelievich** describe como un espacio virtual para la comunicación, producción, interacción, intercambio, consumo y organización social.¹⁶⁸

En otras palabras, referirse al ciberespacio es pensar en un lugar no tangible y artificial que se construye gracias a Internet y donde de acuerdo con **Joan Mayans** “fluye nuestro dinero y donde se producen todos los movimientos financieros y bursátiles del mundo...donde se encuentran diariamente los millares de archivos musicales en *MP3*¹⁶⁹ que están haciendo tambalear la industria discográfica...”,¹⁷⁰ donde el cibernauta puede navegar ante millones de páginas *Web*¹⁷¹ que constituyen una red global de información. Es decir, una Red que el ingeniero **Xavier Berenguer**¹⁷² señala como un sistema de hipertextos y contenidos multimedia que combina textos, gráficos,

¹⁶⁴ Carlos Scolari. *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Ed. Gedisa, 1ª edición, Barcelona, 2008, p.75.

¹⁶⁵ William Gibson. *Neuromante*. Ed. Minotauro, 1ª edición, España, 2008.

¹⁶⁶ Joan Mayans I Planells. *Op.cit.* p.235.

¹⁶⁷ Hugo Lozano. *Autopercepción de las y los jóvenes en las interacciones mediadas por computadora*. Tesis de Licenciatura, Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), México DF, Febrero 2008, p.52.

¹⁶⁸ Susana Finkelievich (Et.al). *Ciudadanos a la Red. Los vínculos sociales en el ciberespacio*. Ed. La cruzía, 1ª edición, Argentina, 2000, p.10-11.

¹⁶⁹ Consulte glosario.

¹⁷⁰ Joan Mayans I Planells. *Op.cit.* pp. 236-237.

¹⁷¹ Consulte glosario.

¹⁷² María Jesús Lamarca Lapuente. *Hipertexto, el nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen*. Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid, España, Fecha de Actualización: 07/09/2009, Disponible en: <http://www.hipertexto.info/documentos/hipermedia.htm>, Consulta: 4 de octubre de 2009.

imagen o sonido, accesibles a través de Internet y que pueden ser vistos gracias a lo que **Trejo Delarbre**¹⁷³ apunta como una interfaz denominada habitualmente navegador; mismo que traslada de un sitio a otro a través de hiperenlaces.

En concreto, aunque el ciberespacio es creado tecnológicamente, su valor radica meramente en un territorio social basado en flujos de información en formato digital producido por los cibernautas y posibilitado por las máquinas y dispositivos. Un espacio virtual similar a lo que acontece en el espacio físico, en el cual hallamos sujetos comunicándose, socializando, realizando una serie de actividades y oficios e incluso hasta la posibilidad de elegir o crear una nueva identidad a través de elementos como el *avatar*¹⁷⁴ o el perfil de una comunidad virtual.

IV.1.4.-Sociedad.com

La manera de conocer una cultura es fijarse en sus instrumentos de conversación.

Neil Postman¹⁷⁵

Pensar hace 40 años en la posibilidad de comunicarse e interactuar con más de una persona a la vez, y rebasar cualquier frontera física y geográfica a través de cables, ondas y computadoras, parecería una cuestión de ciencia-ficción. No obstante **Barry Wellman**¹⁷⁶ señala que con la llegada de Internet, la sociedad tuvo la oportunidad de labrar un laberinto de redes de información y comunicación que dieron paso a la consolidación de una nueva forma de organización e interacción social, que desde la perspectiva de **Manuel Castells** es considerada como la “Sociedad Red”. Misma que **Howard Rheingold**¹⁷⁷ detalla como el nacimiento de una nueva comunidad que reuniría a la gente *Online*.

¹⁷³ Raúl Trejo Delarbre. *Viviendo en el Aleph La sociedad de la información y sus laberintos*. Ed. Gedisa, 1ª edición, Barcelona, 2006, p. 86.

¹⁷⁴ Consulte glosario.

¹⁷⁵ Joan Mayans I Planells. *Op.cit.* p.39.

¹⁷⁶ Barry Wellman. *Physical Place and Cyberplace: the rise of networked individualism*. International Journal of Urban and Regional research, número especial sobre redes, clase y lugar, 2001, p.1.

¹⁷⁷ Consulte glosario.

De acuerdo con **Pierre Levy**,¹⁷⁸ Internet se entiende como el vehículo dentro del cual habita una comunidad virtual sin un lugar de referencia estable, donde se hallan usuarios unidos bajo los mismos focos de interés y alentada con pasiones, proyectos, conflictos y amistades. Sin embargo, para poder comprender este tipo de cibernaciones que se forjan en Internet, es importante partir de un concepto base que plantea **Robín B. Hamman** sobre “Comunidad”, y que resulta apropiado para los fines sociales y comunicativos: “El término comunidad ha de ser entendido como un grupo de personas que interactúan socialmente, con algunos lazos en común que los unen, y que comparten un área por al menos algún tiempo.”¹⁷⁹ Dicha percepción, permite sumergirse en el ciberespacio y analizar este tipo de sociedades virtuales que se construyen a partir de un medio tecnológico, y cuyo motor radica en el proceso y transmisión de información a través de espacios para la comunicación como es el *Chat*,¹⁸⁰ foros de debate, juegos en línea o recientemente las redes sociales.

Así, **Howard Rheingold** crítico y ensayista en cuestiones culturales y sociales de las nuevas tecnologías de la información, creador del término *comunidad virtual*; percibe a dicha cibernación como “agregados sociales que surgen en la Red cuando una cantidad suficiente de gente lleva a cabo estas discusiones públicas durante tiempo suficiente, con suficientes sentimientos humanos como para formar redes de relaciones personales en el espacio cibernético.”¹⁸¹ Es decir, comunidades consolidadas por la comunicación e interacción y organizadas bajo un bien colectivo, como menciona Howard Rheingold a lo largo de su libro *La Comunidad Virtual*.

De este modo se entiende por comunidad virtual, la organización social que se encuentra en Internet y que habita en uno o diversos puntos de encuentro llamados sitios o páginas *Web*; lugares donde se crean flujos de información y en ellos necesidades, intereses, ideas, propósitos, gustos y la consolidación de relaciones sociales. Una sociedad virtual que carece de localización geográfica al estar inmersa en

¹⁷⁸María Luisa Zorrilla Abascal. *Comunidades virtuales en Internet ¿Nacen o se hacen?*. Tesis de maestría en Comunicación, Universidad Nacional Autónoma de México, México, DF. Agosto de 2003, p.46.

¹⁷⁹ Robin B. Hamman. *Online Communities. Commerce, Community Action, and the Virtual University*. Computer Network Communities. En Chris Ferry (ed), Hewlitt-Packard Company, EEUU, 2001, p.75.

¹⁸⁰ Consulte glosario.

¹⁸¹ Howard Rheingold. *La Comunidad Virtual*. Ed. Gedisa, 1ª edición, Barcelona, 1996, p.20.

Internet, y que puede originarse accidental o premeditadamente por cibernautas;¹⁸² además de no pasar por alto que la existencia o permanencia de estas comunidades como señala **Carmen Gómez Mont**, depende de la propia necesidad comunicativa que tengan los usuarios.

IV.2.-Brecha digital: Inclusión o exclusión a la Sociedad de la Información.

El futuro ya está aquí, como muchos afirman, sólo falta que todos tengan acceso.

María Luisa Zorrilla¹⁸³

Teniendo como base las TICs es como se sustenta la Sociedad de la información,¹⁸⁴ una organización social compleja, a la cual **Raúl Trejo Delarbre** define como “una nueva forma de organización social cuyos rasgos sustantivos están delineados por la cantidad y la calidad de información asequible a la gente.”¹⁸⁵ En este sentido, se concibe Internet como la principal plataforma de comunicación de las TICs, en la cual se gesta la Sociedad de la Información o Sociedad Red; estructura social basada en flujos de información y comunicación de “muchos a muchos”, a la cual no todas las personas tienen acceso. Es decir, se trata de una disparidad entre los que tienen y los que no tienen acceso a las TICs y en específico de Internet, denominados por algunos autores como “tecno-ricos y tecno-pobres”.¹⁸⁶

Dicho contraste es marcado por un fenómeno llamado brecha digital, cuyo término comenzó a estudiarse a mediados de los noventa en Estados Unidos, a consecuencia

¹⁸² **Premeditadamente*, se refiere a las páginas *Web* que son pensadas y estructuradas bajo un propósito concreto; es decir un sitio que no fue creado accidentalmente, sino previamente planeado como es el caso de la red social *Facebook*. Sitio elaborado por Mark Zuckerberg, y cuyo proyecto tuvo una finalidad comunicativa y de socialización en Red.

¹⁸³ María Luisa Zorrilla Abascal. *Op.cit.* p.34.

¹⁸⁴ Consulte glosario.

¹⁸⁵ Raúl Trejo Delarbre. *Viviendo en el Aleph La sociedad de la información y sus laberintos*. Ed. Gedisa, 1ª edición, Barcelona, 2006, p.37.

¹⁸⁶ Lidia Borgaminck de De la Torre (Et.al). *¿Internet: un medio de sociabilidad o de exclusión?*. Ed. Universidad Católica Argentina, Vol. 16, No. 2, Buenos Aires Argentina, 2003, p.96.

de las desigualdades sociales que se estaban desarrollando con el uso de las computadoras y del Internet.¹⁸⁷ Hecho que rápidamente se convirtió en un desfase frente al acceso a la información y comunicación, conllevando a lo que concibe hoy en día **Manuel Castells** como “la desigualdad y la exclusión social, en una compleja interacción que parece incrementar la distancia entre la promesa de la información y la cruda realidad en la que está inmersa una gran parte de la población del mundo.”¹⁸⁸

No obstante, tener una computadora y adquirir el servicio de Internet representa apenas uno de los primeros componentes digitales de la divisoria, puesto que gozar de estas herramientas implica a su vez ser una persona tecno-alfabetizada,¹⁸⁹ o tener la capacidad de utilizar Internet para una gama de propósitos que permitan aprovechar totalmente su potencial y llegar a beneficiarse completamente de ella. Así, **Manuel Castells** en su libro *La Sociedad Red*, detalla algunos factores que desde su perspectiva son elementos cardinales que trazan la brecha digital como: el acceso a la tecnología de la información, la posibilidad de conectarse y poder acceder a la Red, el uso que se le otorgue a la misma y el contenido que se produzca y sirva a los intereses y necesidades de los usuarios.¹⁹⁰

Asimismo, Manuel Castells añade otros agentes tecnológicos que se están convirtiendo vertiginosamente en una consecuencia directa de la brecha digital, como es el servicio de banda ancha de alta velocidad para la transmisión simultánea de información, así como el acceso a Internet de base inalámbrica (*WAP*)¹⁹¹ que permite la comunicación sin ningún medio de propagación física. Dichos recursos simbolizan en particular para los jóvenes internautas, una cuestión indispensable frente a un mundo tecno-globalizado que requiere de mayor velocidad y practicidad.¹⁹²

Lo anterior, describe una generación que busca estar inmersa en la tecnología de la comunicación y la información a partir de la adquisición, uso y conocimiento de sofisticados teléfonos móviles con acceso a Internet, mini reproductores de música

¹⁸⁷ Fernando Ballester. *La Brecha Digital. El Riesgo de exclusión en la Sociedad de la Información*. Ed. Biblioteca Fundación Retevisión, España, 2002, p.70.

¹⁸⁸ Manuel Castells. *La Galaxia Internet*. Ed. Debolsillo, 1ª edición, España, 2003, p. 311.

¹⁸⁹ Consulte glosario.

¹⁹⁰ Manuel Castells. *La sociedad red: Una visión global*. Ed. Alianza, Madrid, 2006. p.395.

¹⁹¹ Consulte glosario.

¹⁹² Manuel Castells. *La sociedad red: Una visión global*. Ed. Alianza, Madrid, 2006. p.396-410.

como el *iPod* o *MP3*,¹⁹³ consolas de videojuegos portátiles, aparatos tecnológicos que facilitan ciertas tareas como la *Palm*,¹⁹⁴ y en general una serie de medios disponibles y accesibles económicamente, asegura **Fernando Ballester**,¹⁹⁵ que hacen que un mayor número de jóvenes puedan acceder más fácilmente a casi cualquier TIC, como sucede recientemente con las pequeñas computadoras portátiles *Notebook*.¹⁹⁶

Sin embargo, abordar el tema de brecha digital implica no sólo evocarse a la adquisición de tecnologías, sino también contemplar otros factores externos que de alguna manera repercuten directamente y amplían la divisoria, entre estar inmerso en la tecnología o hallarse fuera de ella. Por lo que debe considerarse como otro punto de partida, el ingreso económico de las personas, el lugar de residencia, la edad, el nivel cultural de las sociedades, el grado de educación, así como las administraciones que se ejercen internamente en una nación o las relaciones de progreso que se efectúan entre países. Esto último se refiere a los avances que cada región desarrolla y ofrece a su población, como indica **María Luisa Zorrilla**,¹⁹⁷ y respecto a lo cual **Manuel Castells** sostiene que la apertura tecnológica en las regiones influye directamente en el acceso a Internet así como en la consolidación de la Sociedad de la Información, sobre la cual los conocimientos y habilidades permitirán hacer uso correcto y fructuoso de la Red.¹⁹⁸ Además de tomar en cuenta la libertad necesaria para emplear Internet u otras tecnologías sin restricciones, ni censura alguna, como adhiere **Raúl Trejo Delarbre**.

No obstante, el que haya más países que ofrezcan un amplio mercado de recursos de las TICs y el que un número mayor de personas las incorporen a su vida diaria, no significa que la brecha digital se reduzca ya que como se expuso anteriormente, hay una serie de factores tecnológicos, políticos, sociales, económicos y culturales, por citar algunos, que hacen se extienda la divisoria entre quienes se insertan en la modernidad de la información y el conocimiento y quienes se quedan relegados en un analfabetismo digital, afirma **Héctor González** colaborador de la revista *Vértigo*.¹⁹⁹ Ello debido

¹⁹³ Consulte glosario.

¹⁹⁴ Consulte glosario.

¹⁹⁵ Fernando Ballester. *Op.cit.* p.130.

¹⁹⁶ Consulte glosario.

¹⁹⁷ María Luisa Zorrilla Abascal. *Op.cit.* p.34.

¹⁹⁸ Manuel Castells. *Op.cit.* p. 311-339.

¹⁹⁹ Héctor González. *México en la era del blog (II/II)*. Revista *Vértigo*, Grupo Editorial Diez SA. De CV, Año VIII, No. 375, México, 25 de mayo de 2008, p.62.

principalmente a la latente desigualdad que generan las acciones de gobiernos al frenar el desarrollo de las sociedades, como es el caso de África y Medio Oriente,²⁰⁰ que se han visto relegadas o en una evolución muy lenta en torno a proveerse de servicios y herramientas digitales, así como de la posibilidad de una instrucción o educación básica sobre el uso de las TICs.

En este contexto, la estudiosa en Derecho y Cibersociedad **Beatriz Martínez Cándano**, aporta que no se ha hecho otra cosa que incrementar la brecha digital entre regiones rurales y urbanas.²⁰¹ Es decir, que quienes habitan en zonas rurales no poseen los mismos servicios que les permitan prender una computadora, ni cuentan con un mercado exhaustivo de herramientas digitales y sus medios de información se reducen en cierta medida a los tradicionales, en comparación de quien habita en la metrópolis y goza de mayores servicios y recursos de infraestructura e información. De la misma manera, **Gabriel Kaplún** sostiene en relación al aprendizaje, que la distancia existente entre las personas y los centros educativos rurales se convierte en una faena desgastante, debido al tiempo empleado para llegar. Situación que orilla a que un mayor número de sujetos claudiquen a la educación y hacia una posible adquisición de conocimientos en torno a tecnologías como la computadora e Internet.²⁰²

En tanto, la investigadora en desarrollo de tecnologías para la educación **Josefina Guzmán Acuña**, aborda un punto substancial como consecuencia de la enseñanza respecto a una brecha digital, señalando que "...aunque los estudiantes asistan más a las instituciones...son los profesores [quienes en ocasiones] agrandan las brechas generacionales tecnológicas, al resistirse a darle a la tecnología un uso más fundamentado en lo educativo."²⁰³ Lo cual corresponde según la autora a una "brecha mental", en la cual las personas conforme su contexto y modo de vida se han visto limitadas del manejo de computadoras, de aprender el idioma inglés y en general de

²⁰⁰ Fernando Ballester. Op.cit. p.78.

²⁰¹ Beatriz Martínez Cándano. La Brecha Digital y el Mundo Rural. Observatorio para la CiberSociedad, 05/04/2005, Disponible en: http://www.cibersociedad.net/recursos/art_div.php?id=64, Consulta: 31 de octubre de 2009.

²⁰² Gabriel Kaplún. Iniciar y sostener un programa de EaD con NTIC Velocidad, riesgos y oportunidades. Cap 11, Disponible en: <http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/kaplun/pdf/cap11.pdf>, Consulta 31 de octubre de 2009.

²⁰³ Josefina Guzmán Acuña. Estudiantes universitarios: entre la brecha digital y el aprendizaje. Apertura, no.8, año 8, noviembre de 2008, Disponible en: http://www.udgvirtual.udg.mx/apertura/num8/pdfs/estudiante_universitarios.pdf, Consulta 30 de octubre de 2009.

familiarizarse con las nuevas tecnologías de la información; escenario que repercute en el desarrollo de la educación y por ende, en la formación de estudiantes que estarán apartados de entrar en contacto con las TICs. Sin embargo, cabe destacar que hoy en día existen más escuelas por lo general privadas, que han dirigido su mirada hacia la tecnología como principal herramienta básica para la formación docente y de los propios estudiantes.

En otro aspecto, es el desarrollo económico de unos países frente a otros, el nivel de vida y poder adquisitivo de sus ciudadanos, lo que marca una diferencia entre quienes pueden comprar la más reciente tecnología en computadoras, accesorios, programas o contratar servicio de Internet de banda ancha, en contraste de quienes no cuentan con ninguna herramienta digital o se concretan a la renta o acceso de éstas durante el trabajo o escuela. Tal situación, representa una serie de factores y retos determinantes a nivel global que incluyen o excluyen a las personas de pertenecer a la Sociedad de la Información, dentro de un escenario que seguirá acrecentándose conforme la tecnología evolucione y las ineficiencias políticas, la falta de acciones gubernamentales y el deficiente nivel educativo continúen prevaleciendo y reproduciendo lo que **Raúl Trejo Delarbre** percibe como un nuevo escenario de atrasos entre las naciones y zonas de menor patrimonio financiero.²⁰⁴

²⁰⁴ Raúl Trejo Delarbre. Op.cit. p. 51.

IV.2.1.-Consecuencias de la Brecha Digital.

Las TICs no son positivas ni negativas en sí mismas; pero tampoco son neutras. Dejándolas a la deriva, terminan por reproducir y profundizar las desigualdades existentes en la sociedad.

Ricardo Gómez y Juliana Martínez²⁰⁵

Los efectos o secuelas que trae consigo la desigualdad informática y el analfabetismo digital conllevan a tener sociedades poco competitivas en lo económico, político, cultural e incluso esta brecha puede provocar que las personas tengan problemas para relacionarse socialmente y enfrentarse a escasas oportunidades laborales;²⁰⁶ esto último tomando en cuenta el actual entorno cambiante y permeado de información que genera una nueva segmentación en el campo de trabajo, en función según **Miren Barrenetxea Ayesta** y **Antonio Cardona Rodríguez** “de la cantidad y calidad de acceso a las TICs, que va a condicionar las circunstancias de apertura al mercado laboral y las características de los puestos conseguidos.”²⁰⁷

Asimismo, una consecuencia en torno a lo educativo y cultural reside en tener sociedades con una infraestructura débil e ineficaz, en la cual hombres y mujeres se ven limitados ante una diversidad de información y contenidos disponibles en Red, así como de la oportunidad de llegar a ser una sociedad basada en el conocimiento que ellos mismos elaboren.

Por otra parte, **Lidia Borgaminck** apunta respecto a los efectos que marca la brecha digital, la posibilidad de que los jóvenes protagonistas de las TICs, desarrollen diferentes habilidades comunicativas a partir del acceso, uso y conocimiento de la Red. Hecho que permite surjan nuevas redes de socialización y conversación entre quienes compartan los códigos de esta nueva tecnología, y separe a grupos de jóvenes que se

²⁰⁵ Ricardo Gómez, Juliana Martínez. Internet ¿Para qué?. Revista INTER-FORUM, Mayo 6 del 2001, Disponible en: http://www.revistainterforum.com/espanol/articulos/Tecnologica_050601.html, Consulta: 1 de octubre de 2009.

²⁰⁶ Fernando Ballester. Op.cit. p.101.

²⁰⁷ Miren Barrenetxea Ayesta, Antonio Cardona Rodríguez. La brecha digital como fuente de nuevas desigualdades en el mercado de trabajo. Universidad del país Vasco, Disponible en: <http://www.ucm.es/info/ec/jec8/Datos/documentos/comunicaciones/Laboral/Barrenetxea%20Miren.PD>, Consulta: 17 de octubre de 2009.

aglutinen en torno al uso de los códigos tradicionales.²⁰⁸ También **Fernando Ballester** sostiene, que quienes incorporan las TICs a su vida diaria, incita un nuevo fenómeno que tiene un efecto directo sobre la problemática de la brecha digital; y es que a medida que las TICs se van implantando en las sociedades y su uso va haciéndose cada vez más común, estas se convierten en algo realmente imprescindible,²⁰⁹ como es actualmente el celular o la computadora.

De este modo, se manifiesta una marginación digital que tiende a ampliarse y a marcar una diferencia social entre quienes tienen y conocen el uso de las TICs, respecto a aquellos que se encuentran relegados ante la tecnología de la Información y la Comunicación como consecuencia de diversas circunstancias primordialmente políticas, económicas y sociales. Cuestión que según los investigadores en sociología **Ricardo Gómez y Juliana Martínez**, debería representar a nivel global, el que las TICs sean herramientas orientadas hacia la construcción de sociedades más justas, equitativas y democráticas al servicio del desarrollo humano.²¹⁰

²⁰⁸ Lidia Borgaminck de De la Torre (Et.al), ¿Internet: un medio de sociabilidad o de exclusión?. Ed. Universidad Católica Argentina, Vol. 16, No. 2, Buenos Aires Argentina, 2003, p.96.

²⁰⁹ Fernando Ballester. Op.cit. p.93.

²¹⁰ Ricardo Gómez y Juliana Martínez. Internet ¿para qué? Pensando las Tecnologías de Información y Comunicación para el Desarrollo en América Latina y el Caribe. Observatorio de la Cibersociedad, Fundación Acceso Costa Rica, Canadá, 2001, Disponible en: <http://www.acceso.or.cr/PPPP>, Consulta: 17 de octubre de 2009.

IV.2.2.-Brecha Digital en México.

Sólo un 25% de los mexicanos se conecta a Internet, a diferencia del 70% que lo hace en países como Estados Unidos; aún así, la Ciudad de México se ubica al nivel de las ciudades más avanzadas del mundo en cuanto a penetración se refiere.

Agencia Reforma.²¹¹

Uno de los espejismos que divide a los países desarrollados de los subdesarrollados es, sin duda, la tecnología.

Héctor González.²¹²

Analizar la brecha digital en México, implica partir de fundamentos básicos que nos permitirán saber las circunstancias o condiciones en las que se encuentra el país frente a un rezago digital a nivel global. En este sentido, se comienza citando algunos datos que muestra el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en torno a los 112 millones de habitantes con los que cuenta México, lo que representa la nación hispanohablante más poblada del mundo.²¹³ Al mismo tiempo, es la segunda economía de Latinoamérica detrás de Brasil y la cuarta del continente después de Estados Unidos y Canadá, territorios con quien mantiene una fuerte dependencia económica.²¹⁴ Paralelamente es una nación con un poderío en telecomunicaciones, al tener como residente al hombre más rico del mundo Carlos Slim, y poseer una fuerte influencia de grandes corporaciones infocomunicacionales tales como *Telmex*, *Televisa*, *TV Azteca* y *Grupo Reforma*, que se extienden al comercio hispanohablante y varios países de Centroamérica y Sudamérica.²¹⁵

²¹¹ Agencia Reforma. Usa la Red el 25% de los mexicanos. El Siglo de Torreón, lunes 27 de abril del 2009, México D.F., Disponible en: <http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/429923.usa-la-red-el>, Consulta: 10 de abril de 2010.

²¹² Héctor González. México en la era del blog. Revista Vértigo, Grupo Editorial Diez SA. De CV, Año VIII, No. 375, México, 25 de mayo de 2008, p.65.

²¹³ Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Censo poblacional 2005 México. Disponible en: <http://www.inegi.org.mx/inegi/default.aspx?s=est/>, Consulta: Noviembre 2010.

²¹⁴ Wikipedia. La Enciclopedia Libre. México. Secc. Economía, Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9xico#Forma_de_gobierno, Consulta: 14 de abril de 2010

²¹⁵ Martín Becerra y Guillermo Mastrini. Los dueños de la palabra. Ed. Prometeo Libros, Argentina, 2009, p. 130.

En este escenario, se tiene a una nación en vías de desarrollo, tomando en cuenta que no posee un nivel de actividad económica lo suficientemente alta como para proveer de recursos necesarios a la mayoría de su población y garantizarle buenas condiciones de salud, alimentación, educación, vivienda y otros servicios.

Por lo tanto, México se caracteriza por una serie de agentes cardinales que lo sitúan dentro de la brecha digital a partir de la elevada deuda externa que mantiene con Estados Unidos, el alto índice de desempleo y los cuantiosos trabajos de mano de obra pesada y mal remunerada, el analfabetismo tanto en zonas rurales como urbanas, la inestabilidad y desigualdad económica, crecimiento elevado de natalidad así como la escasa producción en el campo tecnológico; son elementos que aunados al limitado apoyo e impulso por parte del gobierno hacia la ciencia y la tecnología, han incidido a que un gran sector de la población mexicana le resulte difícil integrarse a la Sociedad de la Información.

Pero no fue hasta el año 2000, que México tuvo un despegue tecnológico substancial a través de la inversión extranjera que permitió que empresas trasnacionales colocaran en el mercado mexicano su propia tecnología, promoviendo que el país obtuviera de alguna manera los recursos suficientes para mantenerse como uno de los países de América Latina con mayores posibilidades de acceso a las TICs y en particular de Internet.²¹⁶ Así, con la entrada de tecnología al país, también los costos para adquirir algún artefacto tecnológico fueron excesivamente elevados con relación a las posibilidades económicas de los mexicanos; sin embargo, dicho escenario cambió rápidamente debido a la competencia entre empresas y a los mecanismos de producción que solventaron la oferta y demanda de bienes y servicios, promoviendo que las TICs evolucionaran y se convirtieran socialmente en un bien público necesario que indudablemente ampliaría aún más la brecha digital.

En este sentido, desde principios del siglo XXI, el gobierno se dio a la tarea de iniciar proyectos como el “e-México”²¹⁷ con el objetivo de modernizar la estructura tecnológica y crear sitios donde la población recibiera asistencia e información gubernamental a

²¹⁶ Héctor González. *Op.cit.* p.62-65.

²¹⁷ Rodrigo Sandoval Almazán. Explorando la Brecha Digital en México Diagnóstico del proyecto e-México en el Estado de México. Universidad del Estado de México, febrero, año/vol. 9, núm. 017, México, 2008, Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=67601717>, Consulta: 15 de abril de 2010.

través de Internet. Al mismo tiempo, dicho plan pretendía ofrecer servicios *Online* en base a programas de salud, educación, integración étnica, economía y comercio, además de contemplar la posibilidad de suministrar acceso libre de Internet a todo el país.²¹⁸ No obstante, la iniciativa fue demasiado ambiciosa para realizarse en un sexenio frente a una nación tercermundista en la cual no todos sus ciudadanos contaban con una computadora y conectividad a Internet. Hecho por el cual, algunos objetivos del proyecto no fueron llevados a cabo en su totalidad, otros siguen aplazados y unos pocos continúan en desarrollo por medio de establecer coaliciones con empresas internacionales y países desarrollados.²¹⁹

Si bien es cierto, la brecha digital es probablemente uno de los primeros conceptos con que se inicia la reflexión alrededor del impacto social que tuvieron las tecnologías de la información y comunicación. Es decir, se refiere a las consecuencias o transformaciones comunicativas, culturales, de aprendizaje y de percepción de progreso que trajo consigo la entrada de tecnología a nuestra sociedad y que marcó una brecha en torno a las oportunidades de desarrollo, e instauró una distancia entre quienes podían tener acceso y conocimiento de las TICs y quienes por diversas circunstancias quedaban rezagados frente a un mundo digital.

Así, para el año 2008 México en un proceso acelerado de oferta y demanda registraba los 18.2 millones de computadoras personales y 11.3 millones con acceso a Internet, cifras que revelan de acuerdo al estudio realizado por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI),²²⁰ que para ese año el 62% de las computadoras en México se encontraban conectadas a Internet, alcanzando los 27.6 millones de internautas. No obstante, en 2010 AMIPCI²²¹ revela en su estudio más reciente que México en 2009 había superado dichos resultados logrando un crecimiento de los 30.6 millones de internautas, con un perfil de adquisición y manejo de tecnología prioritariamente suministrado por jóvenes mexicanos entre los 12 y 34 años de edad, en un rango ABC+ y C; es decir, que poseen un alto o mediano nivel económico, de status y académico.

²¹⁸ *Ibid.*

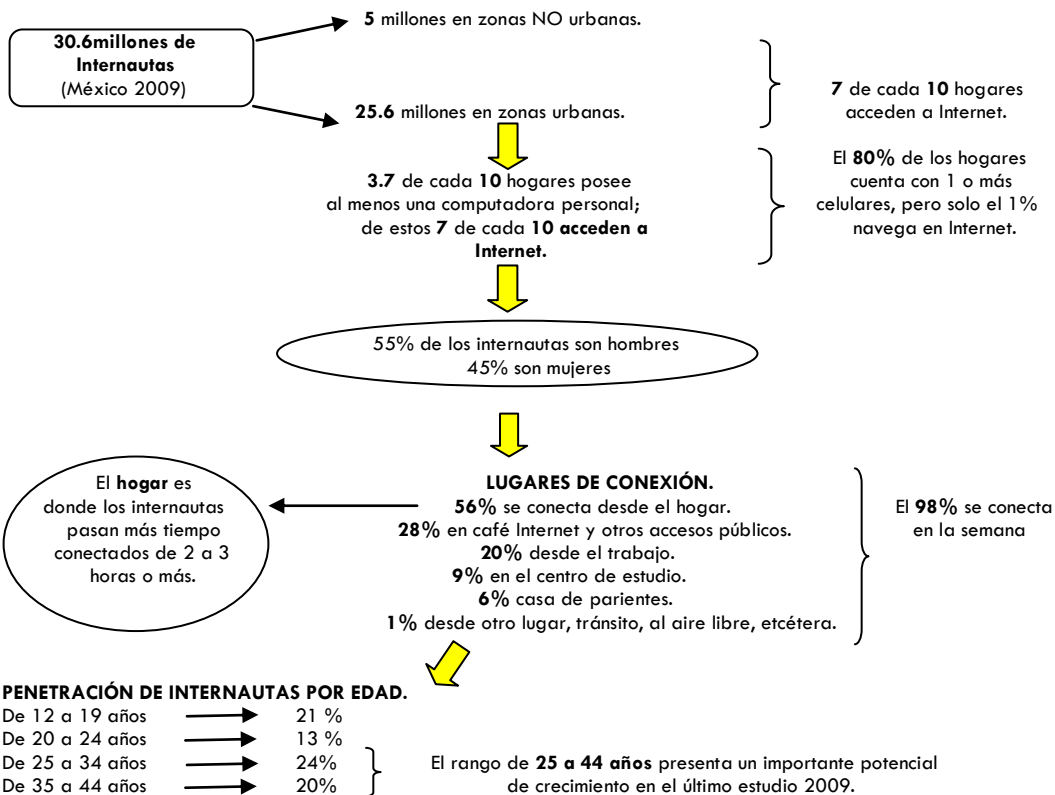
²¹⁹ Alain Ambrosi, Valérie Peugeot y Daniel Pimienta. Palabras en Juego. Enfoques Multiculturales sobre las Sociedades de la Información. Secc. La Brecha Digital por Kemly Camacho, Ed. C & F, 2005, Disponible en: <http://vecam.org/article550.html>, Consulta: 14 y 15 de abril de 2010.

²²⁰ Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI). Estudio de Hábitos de los Usuarios de Internet en México. Mayo, 2009, Disponible en: <http://www.amipci.org.mx/estudios/>, Consulta: 16 de abril de 2010.

²²¹ *Ibid.* Mayo 2010.

Además de un nivel de urbanización concentrado en los estados de Jalisco, Estado de México, Nuevo León y Distrito Federal, que permite a los usuarios acceder fácilmente a la Red y obtener cualquier dispositivo tecnológico.²²² (Véase diagrama.)

MÉXICO EN CIFRAS.



*Elaboración propia a partir de datos proporcionados por la AMIPCI, estudio Mayo 2010.²²³

Hoy por hoy, aunque continúan generándose una serie de iniciativas que promueven la alfabetización, la integración étnica, políticas para reducir la pobreza y acuerdos hacia una innovación y desarrollo tecnológico; la brecha digital seguirá acrecentándose no sólo por cuestiones políticas-económicas sino también por un factor generacional y por la constante salida al mercado de nuevos y sofisticados dispositivos que continuarán marcando una divisoria básicamente social.

²²² Héctor González. *Op.cit.* p.62.

²²³ Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI). *Op.cit.* Disponible en: <http://www.amipci.org.mx/estudios/>

IV.3.-La Web 2.0: Espacio virtual para la colaboración y el intercambio de información entre redes de usuarios.

Todos estos proyectos tienen algo en común: una comunidad comparte un objetivo y una serie de tareas, y los resultados obtenidos sirven a millones de usuarios. Desde la perspectiva de la economía política podría decirse que en estos entornos colaborativos se invierte la razón capitalista, ya que la mayoría se aprovecha de lo producido por una minoría.

Carlos Scolari²²⁴

Con la finalidad de comprender los procesos sociales que se han ido desarrollando dentro del ambiente Internet, es necesario entender la manera cómo este medio ha modificado su carácter de mecanismo informativo, hasta convertirse en la herramienta interactiva de socialización que es en la actualidad. Para ello, es necesario recordar que Internet fue diseñado en la década de los setenta como un instrumento que sólo permitía la comunicación entre instituciones militares de Estados Unidos con la finalidad de salvaguardar la seguridad nacional de aquel país.²²⁵ Sin embargo, lo que aportó el primer cambio significativo dentro de la estructura y funcionamiento de la *Web*, fue la definición del protocolo *TCP/IP* el cual hizo posible que la difusión de la información a través Internet se diera de manera pública.²²⁶

No obstante, cuando fue acentuado el carácter público de Internet las dinámicas informativas y de comunicación que presentaba la Red aún mostraban algunas similitudes con los medios de comunicación tradicionales como la radio o televisión. Tal y como lo indica el creador del concepto *Web 2.0* **Tim O'Reilly**,²²⁷ la comunicación de

²²⁴ Carlos Scolari. Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Ed. Gedisa, 1ª edición, Barcelona, 2008, p.191.

²²⁵ Nicholas Negroponte. Ser digital. Ed. Océano, México, 1995, p. 76.

²²⁶ Carlos Scolari. Op.cit. p.88.

²²⁷ Tim O'Reilly. Qué es Web 2.0. Patrones del diseño y modelos del negocio para la siguiente generación del software. Fundación Telefónica, Debate y conocimiento, Artículos de la Sociedad de la Información, 23 de febrero de 2006. Disponible en:
http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/SHI/seccion=1188&idioma=es_ES&id=200910011630061&activo=4.do?elem=2146, Consulta:15 de octubre de 2009.

uno a muchos prevalecía sobre los contenidos de la Red, a su vez la información únicamente podía ser publicada por el propietario de algún dominio *Web* específico, todos los datos eran iguales para cualquier usuario, la producción de la información en su mayoría tenía un carácter institucional, el cibernauta estaba limitado a leer únicamente los datos en Internet, por citar algunas restricciones. De esa manera, **Francisco Campos Freire**²²⁸ menciona que Internet sólo representaba en aquel momento una plataforma en la cual los cibernautas eran simples receptores de servicios y de información que circulaba en la Red; siendo conocida esta etapa del desarrollo de Internet como *Web 1.0* o como la denomina **Juan Ramón Sánchez Carballido**²²⁹ “la primera edad de Internet”.

Posteriormente, las condiciones de la *Web* presentarían algunos cambios debido a que los usuarios adquirirían mayor experiencia, trayendo como resultado exigencia en la calidad de los contenidos publicados en Internet, lo que finalmente derivó en la difusión de *weblogs*²³⁰, recurso que **Carlos Scolari**²³¹ plantea como uno de los primeros síntomas de que Internet comenzaba a experimentar ciertos cambios en su estructura y manera de operar. Esto implicó que los usuarios dispusieran de herramientas que les proporcionaban la posibilidad de crear a cada sujeto su propia página *Web* y retroalimentar la producción de información, generación de datos y contenidos. Al respecto **Scolari** menciona: “A finales de los noventa muchas de esas páginas personales comenzaron a incorporar un espacio que permitía a sus lectores agregar comentarios a los artículos y una serie de dispositivos que facilitaban la publicación de *post*²³² escritos por sus creadores”.²³³ De este modo, Internet quedaba firme como un medio que comenzaba a cambiar los esquemas comunicativos de los internautas, quienes dejaban de lado la pasividad para formar parte activa de la circulación y

²²⁸ Francisco Campos Freire. Las redes trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. Ed. Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social, Año 11°, No. 63, España, 2008, p.278.

²²⁹ Juan Ramón Sánchez Carballido. Perspectivas de la información en internet: ciberdemocracia, redes sociales y web semántica. Revista Zer, Ed. Universidad del país Vasco, Vol. 13, No. 25, España, 2008, p. 64.

²³⁰ Consulte glosario.

²³¹ Carlos Scolari. Op.cit. p.194.

²³² Consulte glosario.

²³³ Carlos Scolari. Op.cit. p.194.

producción de los contenidos que transitaban a través de la Red; hecho que otorgaba un valor inmensurable para la interacción comunicativa y de socialización.

IV.3.1.-Comunicación e interacción digital.

Los medios interactivos nos exigen identificarnos con la estructura mental de otro sujeto.

Lev Manovich²³⁴

Conforme la Red ha presentado paulatinamente cambios en su estructura, la comunicación entre los usuarios ha sido posible, obligando paralelamente a discutir y replantear constantemente las teorías elaboradas en torno a la manera en que los sujetos socializan y se comunican a través de Internet. Ante ello, para proporcionar soporte teórico a este tema se han acotado las teorías de algunos investigadores y especialistas en el tema; las cuales al final de la investigación, es probable hayan sido reestructuradas o surgido nuevas aportaciones debido al carácter cambiante de la *Web*. Dicho lo anterior, se retoma el hecho que Internet en sus primeros años de vida presentaba ciertas similitudes con medios como la televisión o la radio; sin embargo, con la posibilidad que fue otorgando Internet para que los usuarios produjeran y publicaran sus propios contenidos, también representó cambios en el manejo informativo de los medios de comunicación tradicionales, tal y como lo afirma el Director General de *Google* España **Javier Rodríguez Zapatero**: “La visión de Internet como un ámbito privilegiado para el intercambio real de ideas viene a suponer, en lo teórico, la superación de una etapa marcada por la dependencia de los contenidos informativos a los criterios de una elite profesional que atiende sus propios intereses.”²³⁵

²³⁴ Citado en: *Ibid.* p.93.

²³⁵ Citado en: Juan Ramón Sánchez Carballido. *Perspectivas de la información en internet: ciberdemocracia, redes sociales y web semántica*. Revista Zer, Ed. Universidad del país Vasco, Vol. 13, No. 25, España, 2008, p.64.

No obstante, la transformación más significativa que provocó la llegada de la *Web 2.0* para revolucionar el modo de comunicarse e informarse de los sujetos, fue la posibilidad de interactuar y retroalimentarse en tiempo real, así como permitir una comunicación entre los internautas sin necesidad de compartir el mismo espacio y tiempo, tal como indica **Nicholas Negroponte**: "...la era de la postinformación superará las restricciones que impone la ubicación geográfica. La vida digital traerá consigo una dependencia cada vez menor con respecto a estar en un lugar específico y en un momento específico, e incluso el 'cambio' de lugar empezará a ser posible".²³⁶ Asimismo, estas cualidades comunicativas que posibilitan la ruptura del espacio-tiempo en los procesos comunicativos y de socialización en Internet, permiten la elaboración de nuevos y complejos códigos textuales como los *emoticons*.²³⁷ Ante ello, **José Luis Orihuela** considera algunos cambios significativos que se están originando a partir de la manera tradicional de comunicarse, con respecto a la comunicación que se da en la Red: "el usuario se convierte en el eje de los procesos comunicativos, el contenido es la identidad de los medios, el multimedia es el nuevo lenguaje, el tiempo real es el tiempo dominante, el hipertexto es la gramática y el conocimiento el nuevo nombre de la información".²³⁸

Asimismo, **Carlos Scolari**²³⁹ al retomar las propuestas teóricas de **Derrick De Kerkhove**, **Martin Lister**, **Lev Manovich** y **Gianfranco Bettetini** expone que la nueva comunicación se diferencia de la tradicional debido a la digitalización originada por la transformación tecnológica, la reticularidad que se da en la comunicación de muchos a muchos, la convergencia entre medios y lenguajes, la hipertextualidad, y finalmente la interactividad que existe entre los usuarios. De esta manera, se detallan a continuación los elementos que propone **Carlos Scolari**²⁴⁰ hacia el análisis de una comunicación digital interactiva y que son clave para esta investigación, así como para el estudio de campo acorde a los sujetos de estudio.

²³⁶ Nicholas Negroponte. *Ser digital*. Ed. Océano, México, 1995, p. 99.

²³⁷ Consulte glosario.

²³⁸ Citado en: Carlos Scolari. *Op.cit.* p. 76.

²³⁹ *Ibid.* p. 78.

²⁴⁰ *Ibid.*

IV.3.2.-Digitalización.

Para algunos teóricos la digitalización es el proceso que ha desencadenado las grandes transformaciones en nuestra sociedad. [...] La digitalización de los textos también facilitó su transmisión a larga distancia sin perder información por el camino.

Carlos Scolari²⁴¹

Actualmente, muchos de los sistemas comunicativos incluyendo a Internet se basan en el soporte tecnológico que proporciona la digitalización, debido a sus características. Tales cualidades “permiten que las señales sean amplificadas, moduladas, archivadas, identificadas, reconvertidas y reproducidas manteniéndose idénticas al original, sin perder información”.²⁴² Además, la digitalización es una manera comunicativa a la cual recurren los usuarios por algunas de las prerrogativas que esta representa, tal como lo señala **Nicholas Negroponte**: “Las [ventajas] más evidentes son la compresión de datos y la corrección de errores, ambas importantes en la distribución de información a través de un canal costoso o ruidoso”.²⁴³ Esta forma de transmitir la información adquiere importancia considerando las condiciones de la *Web*, en donde la sobresaturación de contenidos puede llegar a representar un problema al momento de comunicarse o transmitir determinados datos. A su vez, la digitalización proporciona ventajas sobre procesos de mensajes diferidos y en tiempo desplazado, ya que permite enviar mensajes en lugar de mantener comunicación directa cuando esta no es necesaria.²⁴⁴ Esto representa una cualidad única de Internet sobre otros medios de comunicación como el teléfono, ya que los mensajes no tienen que ser necesariamente atendidos de forma inmediata o en tiempo real.

Por otra parte, las herramientas electrónicas mediante las cuales se manipulan los ambientes digitales también desempeñan un papel importante dentro de la comunicación a través de Internet, ya que desde la invención de la computadora se han

²⁴¹ Carlos Scolari. Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Ed. Gedisa, 1ª edición, Barcelona, 2008, p.81.

²⁴² Ibid. p.80.

²⁴³ Nicholas Negroponte. Ser digital. Ed. Océano, México, 1995, p.13.

²⁴⁴ Ibid. p.101.

implementado todo tipo de dispositivos que facilitan la manera de operar los entornos virtuales. Desde la invención del *ratón* en 1964,²⁴⁵ hasta los innovadores tableros digitalizadores donde el usuario puede manipular ambientes virtuales con los dedos; se pueden mencionar toda clase de dispositivos que brindan al usuario mayor facilidad para manejar entornos digitales, así como mejorar e innovar técnicas de comunicación e interacción con otros usuarios de la Red.

Pese a que estos dispositivos son elaborados con tecnología de vanguardia, enfrentan grandes retos como por ejemplo la atención que demanda la comunicación por computadora, la cual representa una evidente diferencia frente a la comunicación verbal ya que como lo señala Negroponte²⁴⁶ cuando se sostiene una conversación cara a cara, las manos pueden permanecer libres; mientras que en la comunicación mediada por computadora, implica permanecer estático con las manos sobre el teclado, la vista concentrada en el monitor y en general, atender exclusivamente el proceso de comunicación e interacción que surge en la Red. Otra desventaja importante que señala Negroponte entre la comunicación que se da a través de la Red y la comunicación interpersonal, es la imposibilidad que existe por parte de los dispositivos tecnológicos para reconocer los valores de la voz; es decir, aquella entonación que las computadoras son incapaces de codificar y la cual es de gran importancia dentro de los procesos comunicativos, debido a que “el lenguaje verbal lleva gran cantidad de información que va más allá de las palabras mismas. Mientras se habla, se puede comunicar con gran exactitud pasión, sarcasmo, exasperación, equivocación, servilismo y agotamiento”.²⁴⁷

Aunque, en la actualidad no se cuenta con algún dispositivo técnico que sea sensible ante el reconocimiento de voz y expresiones, Nicholas Negroponte reconoce que esto es un enorme reto; sin embargo, se muestra entusiasta ante la idea que se pueda contar a la brevedad con computadoras y dispositivos que reconozcan facialmente al usuario, para de este modo comenzar a concebir formas más innovadoras de comunicarse e interactuar a través de Internet.²⁴⁸

²⁴⁵ *ibid.* p. 82.

²⁴⁶ *ibid.* p. 86.

²⁴⁷ *ibid.* p. 87.

²⁴⁸ *ibid.* p. 81.

IV.3.3.- Hipermediación e Hipertextualidad.

... en el concepto de hipermedia confluye una buena parte de las propiedades que distinguen a las nuevas formas de comunicación: la hipertextualidad dentro de un contexto de convergencia de lenguajes y medios.

Carlos Scolari²⁴⁹

El concepto de hipermediación es definido por **Carlos Scolari**,²⁵⁰ como el resultado de la elaboración de contenidos utilizando herramientas *multimedia*²⁵¹ incorporadas al soporte técnico que proporciona Internet; es decir, la elaboración de contenidos que combinan *hipertextos* o *hipervínculos*,²⁵² aunadas al uso de imágenes y sonidos. De esta forma, al mencionar a la comunicación hipermediática se hará referencia a:

“procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí [así como]... a la trama de reenvíos, hibridaciones y contaminaciones que la tecnología digital, al reducir todas las textualidades a una masa de bits, permite articular dentro del ecosistema mediático. Las hipermediaciones, en otras palabras, nos llevan a indagar en la emergencia de nuevas configuraciones que van más allá –por encima– de los medios tradicionales”.²⁵³

A su vez, la hipertextualidad será considerada como parte fundamental de las hipermediaciones, no sólo por la practicidad que representa al usuario al momento de desplazarse a través de los diversos portales en Internet; sino también, al acceso ilimitado de información que pone a disposición de los internautas. De ese modo el creador del concepto hipertexto **Ted Nelson**, indica:

“La red hipertextual permite el acceso a cualquier cosa que esté registrada en la red; se trata de una diferencia enorme, que aumenta continuamente [...] Al margen de la capacidad del hardware, un disco no lo puede contener `todo`, porque `todo` no se refiere a un cuerpo de información bien

²⁴⁹ Carlos Scolari. Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Ed. Gedisa, 1ª edición, Barcelona, 2008, p.113.

²⁵⁰ Id.

²⁵¹ Consulte glosario.

²⁵² Consulte glosario.

²⁵³ Carlos Scolari. Op.cit. p.113- 114.

delimitado, sino a una avalancha en curso que cambia radicalmente día tras día.²⁵⁴

Esta cualidad única que proporciona a los cibernautas la facultad de producir libremente hipervínculos, da como resultado que los contenidos en Internet sean enlazados entre sí, en la medida en que los usuarios crean, descubren, se interesan y recomiendan la información que encuentran por toda la Red. Ante esta situación, **Tim O'Reilly**²⁵⁵ lo explica comparándolo con la sinapsis que se da en el cerebro, donde la asociación que se hace con una idea llega a ser más fuerte a partir de la repetición y la intensidad. Ejemplo de ello es la manera en que diversos sitios y sistemas operan, tales como *Amazon*,²⁵⁶ *Yahoo*,²⁵⁷ *Barrapunto*²⁵⁸ u *Open Directory Project*,²⁵⁹ que incentivan de algún modo la participación de los internautas y de esta manera se produce una reacción en cadena, la cual provoca se vinculen los usuarios de manera paulatina unos con otros. Esta propiedad de enlazar contenidos en Internet, ha sido resultado del desarrollo tecnológico tal como lo señala **Xavier Ribes i Guàrdia**,²⁶⁰ mediante el uso de *softwares* como *DreamWave*²⁶¹ y *FrontPage*,²⁶² los cuales no exigen mayor conocimiento en edición de páginas *Web*, ni un manejo avanzado en lenguaje *HTML*;²⁶³ lo cual ha sido favorable para la publicación de información desde una infraestructura *Web* mínima.

Por otra parte, los documentos hipermedia presentan una ventaja sobre las impresiones en papel, la cual es definida por **Ribes i Guàrdia** como una lectura tridimensional;²⁶⁴ debido a que en las lecturas impresas tradicionales los pies de página, notas,

²⁵⁴ *Ibid.* p. 86-87.

²⁵⁵ Tim O'Reilly. *Qué es Web 2.0. Patrones del diseño y modelos del negocio para la siguiente generación del software*. Fundación Telefónica, Debate y conocimiento, Artículos de la Sociedad de la Información, 23 de febrero de 2006. Disponible en:
http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/SHI/seccion=1188&idioma=es_ES&id=200910011630061&activo=4.do?elem=2146, Consulta: 15 de octubre de 2009.

²⁵⁶ Consulte glosario.

²⁵⁷ Consulte glosario.

²⁵⁸ Consulte glosario.

²⁵⁹ Consulte glosario.

²⁶⁰ Xavier Ribes i Guàrdia. *El analfabetismo hipermediático y la lectura tridimensional*. Universitat Autònoma de Barcelona, Facultat de Ciències de la Comunicació, Disponible en:
http://www.portalcomunicacion.com/bcn2002/n.../r/.../r002_ribes.pdf, Consulta: 11 de abril de 2010

²⁶¹ Consulte glosario.

²⁶² Consulte glosario.

²⁶³ Consulte glosario.

²⁶⁴ Xavier Ribes i Guàrdia. *Op.cit.* Disponible en:
http://www.portalcomunicacion.com/bcn2002/n.../r/.../r002_ribes.pdf

referencias bibliográficas o cualquier tipo de anotación rompen con la secuencia lineal, lo que las convierte en lecturas bidimensionales. En tanto, los textos en la Red obtienen su valor tridimensional cuando las referencias hipermedia facilitan al usuario una cantidad infinita de referencias externas para consultar, aunque estas no necesariamente tengan relación con la idea principal del contenido hipermediático, tal y como lo define **George P. Landow** “El hipertexto se experimenta como un sistema que se puede descentrar y recentrar hasta el infinito”,²⁶⁵ lo que conlleva que Internet sea una fuente inagotable de información y referencias de consulta.

De esta forma, el fenómeno de la hipermediación en Internet puede compararse de alguna manera con el *zapping*²⁶⁶ televisivo, tal como lo señala **Ribes i Guàrdia**,²⁶⁷ en donde la televisión brinda un número limitado de canales para que así el espectador seleccione alguno con el control remoto; mientras que en la Red, se ofrece al internauta miles de millones de opciones digitales y todas al alcance de un *click*, lo que a su vez pudiera definirse como *clicking*.

Es así, que Internet ha permitido utilizar estas cualidades tecnológicas de tal forma que **Carlos Scolari**²⁶⁸ menciona que los usuarios se vuelven activos, rebeldes y contrahegemónicos en relación a los medios tradicionales, adentrándose por otra parte a una dimensión comunicativa de colaboración en torno a la producción textual, creación de enlaces y jerarquización informativa. Cabe señalar, que a diferencia de las teorías que abordan las mediaciones en los medios de comunicación, “las hipermediaciones construyen su mirada a partir de los nuevos espacios participativos de comunicación y de su irrupción en lo masivo. En este sentido se interesan más por estudiar las hibridaciones de lenguajes y la convergencia de medios que centrarse en un medio en particular”.²⁶⁹

²⁶⁵ Citado en: Id.

²⁶⁶ Consulte glosario.

²⁶⁷ Xavier Ribes i Guàrdia. Op.cit. Disponible en:
http://www.portalcomunicacion.com/bcn2002/n.../r/.../r002_ribes.pdf

²⁶⁸ Carlos Scolari. Op.cit. p.114.

²⁶⁹ Carlos Scolari. Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Ed. Gedisa, 1ª edición, Barcelona, 2008, p.114-115.

IV.3.4.- Interactividad.

En los medios digitales los usuarios tienden a convertirse en productores textuales y al interactuar en red, aumentan la entropía del sistema.

Carlos Scolari²⁷⁰

Como ya se ha mencionado, Internet ofrece la posibilidad de producir contenidos propios, lo que provoca cambios en la manera de comunicarse tanto en los medios electrónicos de comunicación como interpersonalmente. Dicho fenómeno en el cual los usuarios participan en redes comunicativas en común, **David Casacuberta** lo visualiza como “la revolución copernicana de Internet”,²⁷¹ debido al carácter descentralizado de Internet en donde la comunicación es generada y distribuida en todas direcciones, lo cual provoca que se vayan desechando los esquemas clásicos de los medios de comunicación, donde unos pocos producían los contenidos que consumían todos. Con esto se acentúa la afirmación de **Dominique Wolton**,²⁷² quien enfatiza que el surgimiento de Internet trajo consigo mayores progresos en el campo de las técnicas de comunicación.

De esta manera, la Red comenzó a generar nuevas formas de comunicación que tienen cierta similitud con la manera de socializar *Offline*, lo cual puede comprenderse a partir de la postura teórica de **Ignacio Siles González**, denominada “señales sociales reducidas”.²⁷³ Dicha conjetura, plantea que la comunicación que se da a través de la computadora carece de señales sociales que comúnmente se aplican en la comunicación cara a cara como el contexto, estatus, edad, género, identidad y gesticulación. En apariencia, esta cualidad podría representar un retroceso para la forma de comunicación social, sin embargo como apunta **David Casacuberta**²⁷⁴ el anonimato no forzosamente implica situaciones negativas para la comunicación entre

²⁷⁰ *Ibid.* p. 98.

²⁷¹ David Casacuberta. *Creación Colectiva. En Internet el creador es el público*. Ed. Gedisa, España, 2003. p. 114.

²⁷² Dominique Wolton. *Sobrevivir a Internet*. Ed. Gedisa, 1ª edición, España, 2000, p. 20-21.

²⁷³ Ignacio Siles González. *A la conquista del mundo en línea: Internet como objeto de estudio (1990-2007)*. Nueva época, Ed. Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Universidad de Guadalajara, No.10, julio-diciembre 2008, p.57.

²⁷⁴ David Casacuberta. *Op.cit.* p.116.

los sujetos, ya que la *Web* figura como una oportunidad para que cualquier persona exprese sus ideas y opiniones sin inhibiciones o temor a represalias, cuestión que probablemente resulte difícil en la vida social de cualquier sujeto.

IV.3.5.- Rompimiento espacio-tiempo.

La era Internet ha sido anunciada como el fin de la geografía. De hecho, Internet tiene una geografía propia, una geografía hecha de redes y nodos que procesan flujos de información generados y controlados desde determinados lugares.

Manuel Castells²⁷⁵

Como se ha mencionado, la *Web* posee una serie de cualidades únicas que proporcionan al usuario alternas posibilidades para comunicarse que no encuentran en otros medios de comunicación, tales como la producción de contenidos, la manipulación digital, las conversaciones de dos o más usuarios, entre otras características. Aunado a estas distinciones, los mensajes que se intercambian a través de Internet gracias a su carácter textual y digital, adquieren la particularidad de permanecer intactos en aquellos espacios virtuales en los que el cibernauta participa, tal como lo afirma **Raúl Trejo**

Delarbre:

“...de nuestros recorridos por Internet quedan rastros lo mismo en el servidor al cual nos conectamos para acceder a la Red que en nuestro propio ordenador cuando alguno de los sitios que visitamos coloca en ellas los pequeños archivos de información encriptada –*cookies*, les llaman- en donde se registran nuestros hábitos y preferencias en la WWW: así como somos ubicuos, también somos ubicables en nuestras andanzas por el ciberespacio”.²⁷⁶

De esto modo, los textos enviados a través de Internet permanecen intactos dentro de espacios o bandejas virtuales destinadas a almacenar mensajes, correos electrónicos, archivos multimedia y en general, cualquier carácter digital hasta que el usuario decida

²⁷⁵ Manuel Castells. *La Galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Ed. Debolsillo, 1ª edición, España, 2003, p.265.

²⁷⁶ Raúl Trejo Delarbre. *Viviendo en el Aleph La sociedad de la información y sus laberintos*. Ed. Gedisa, 1ª edición, Barcelona, 2006, p. 107.

suprimirlo. Esto brinda la posibilidad de generar contenidos donde los internautas plasman ideas a perpetuidad; es decir, las conversaciones llevadas a cabo en Internet quedan exentas de cualquier clase de caducidad o vigencia, de tal forma que los cibernautas incorporan elementos a la Red formando una especie de memoria digital donde a su vez, establecen interacciones aunque los contextos temporales y geográficos de los usuarios sean distintos entre sí.

Asimismo, Raúl Trejo Delarbre menciona que el incremento de áreas públicas y privadas con acceso a Internet, ha posibilitado que un mayor número de cibernautas logren establecer contacto virtual con otros usuarios desde cualquier espacio físico, de forma inmediata y con dispositivos tecnológicos que así lo permitan.²⁷⁷ De esta manera, las prácticas comunicativas pueden llevarse a cabo entre sujetos que se ubican en puntos geográficos diferentes, además de lograr interacciones instantáneas o atemporales, que representan parámetros comunicativos que resultan atractivos para los usuarios, debido a la manipulación de la información e intercambio de contenidos en los que no se requiere necesariamente la presencia de los interlocutores.

Con ello, la comunicación interpersonal y multidireccional entre los internautas al desvincular la presencia física de los procesos de interacción, diversifica las posibilidades de socialización tradicionales. Ante tal contexto, la investigadora **María Bakardjieva** ha denominado a estas formas de interacción virtual como socialización inmóvil, refiriendo aquellas relaciones sociales que se generan mediante la *Web* entre sujetos físicamente distantes que se relacionan a través de dispositivos fijos o portátiles, intercambiando experiencias y apropiándose de nuevos territorios para llevar a cabo novedosas formas de organización social.²⁷⁸

De este modo, la comunicación y socialización en Internet redefine los contextos geográficos y temporales entre usuarios; como indica la socióloga **Saskia Sassen**, quien refiere que las prácticas sociales y habilidades tecnológicas de los internautas aplicadas en la Red, giran en torno a la fragmentación de las líneas espacio-temporales reconfiguran alternas estructuras sociales.²⁷⁹ Es así, que estas facultades que

²⁷⁷ *Ibid.*, p.108.

²⁷⁸ María Bakardjieva. *Virtual togetherness: an everyday-life perspective*, Media, Culture & Society, Reino Unido, volumen 25, número 3, mayo de 2003, p.291.

²⁷⁹ Saskia Sassen. *Digital networks and power*. en M. Featherstone y S. Lash (eds.) *Spaces of culture: City, Nation, World*, Ed. Sage, Reino Unido, 1999, p.54.

proporciona Internet han provocado que los actores sociales encuentren puntos de reunión como foros, *blogs*, *Chats* y comunidades para debatir, socializar, informar, comunicar, y en general, llevar a cabo todo tipo de encuentros sociales sin que la brecha temporal o geográfica represente para los internautas, un obstáculo a sus intereses y necesidades.

IV.4.- Redes Sociales en Internet.

El poder de la comunicación está en manos de los usuarios. Sitios como *Facebook*, *YouTube*, *MySpace*, *Twitter*... por mencionar algunos, contribuyen a una nueva revolución en Internet que ha otorgado el poder de decisión y creación a los usuarios de los servicios.

Enrique Bustamante²⁸⁰

Una vez comprendido lo que representa Internet y como tal el ciberespacio donde se gesta la Sociedad de la Información, se analizará aquella relación ambivalente que forjó Internet en sus usuarios a través de la *Web 2.0* para la creación de redes sociales. Es decir, el libre acceso que la Red permitió a los cibernautas en torno a la elaboración, participación, interacción y comunicación de “muchos a muchos”; una realidad que accedió para que millones de personas forjaran de manera inmediata, vínculos con demás sujetos alrededor del mundo, a partir de buscar y compartir los mismos intereses en Red.

De esta forma, para un mayor entendimiento sobre lo que implican las redes sociales en Internet, es conveniente partir de lo que **Elina Nora Dabas** concibe por red social a partir de su libro *Red de redes. Las prácticas de la intervención en redes sociales*.

“...un proceso de construcción permanente tanto individual como colectivo...[Es] un sistema abierto que a través de un intercambio dinámico entre sus integrantes y con integrantes de otros grupos sociales, posibilita la potencialización de los recursos que poseen.”²⁸¹

²⁸⁰ Enrique Bustamante. *Redes sociales y comunidades virtuales en Internet*. Ed. Alfaomega, 1ª edición, Argentina, 2008, p.105.

²⁸¹ Elina Nora Dabas. *Red de redes*. Ed. Paidós, 3ª reimpresión 2001, Argentina, 2001, p.21.

De igual manera, la investigadora en Ciencias de la Información **Maidelyn Díaz** apunta que “una red social es una especie de conjunto de individuos que en forma colectiva o individual interactúan entre ellos por un objetivo común.”²⁸² En este sentido se comprende por red social, una estructura de personas interconectadas bajo un propósito por comunicar, intercambiar información, conocimiento, socializar, hasta generar un bienestar fundado en intereses o proyectos en común; dando cabida a la conformación de una compleja comunidad o sociedad de individuos, cuyas prácticas y lazos sociales potencian su existencia y los recursos que poseen.

Una vez desarrollado el término red social, se aborda desde la perspectiva de **Arturo Caro Islas** lo que representan estos grupos de personas conectadas a la Red, quienes a través de un sitio se comunican y socializan con usuarios cercanos o de cualquier espacio geográfico. Es decir, a partir de una página *Web* se construye una red social que da paso a lo que autores e investigadores en el tema de Internet, perciben hoy en día como sociedades o comunidades virtuales.

“[Las redes sociales son] servicios que permiten publicar un perfil de una persona (real o ficticia), y donde se incluyen fotos y detalles de personalidad, con el único fin de conocer gente que posiblemente intercambie gustos o hasta opiniones similares, quizá sin necesidad de conocerse físicamente.”²⁸³

En este caso pensar sobre la lógica o sentido de las redes sociales en Internet, implica tomar en cuenta desde su creación, la cual se le atribuye a algún internauta quien a partir de un proyecto o intención, construye un sitio *Web* para que usuarios que navegan en Internet interactúen y compartan las mismas necesidades, objetivos, intereses o aficiones acorde con la que fue creada la red. De esta manera, es importante apuntar cómo en el ciberespacio podemos encontrar una diversidad de redes orientadas a funciones específicas como efectuar actividades educativas, compartir videos, realizar activismo social, jugar en línea, plasmar experiencias de vida, buscar trabajo, efectuar negocios, entre otras. Asimismo, existen redes dirigidas a la interacción social en las cuales se crean o mantienen relaciones de amistad y se llevan

²⁸² Maidelyn Díaz Pérez. Redes sociales en Internet: aplicación FOAF (Friend-of-a-Friend). ACIMED, Vol. 15, No. 6, La Habana, 2007, p.3.

²⁸³ Arturo Caro Islas. Una segunda vida en la red. Revista Mexicana de Comunicación en línea, Núm. 106, agosto / septiembre 2007, Disponible en: http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/rmxc/rmc106_8.htm, Consulta: 1 de marzo de 2009, p.1.

a cabo intercambios de fotos, videos, música e imágenes; además de contar con una red interna de mensajería que posibilita la comunicación de unos usuarios a otros. En este caso, se trata de redes para la socialización cuya lógica no sólo radica en una intención única de trabajo, entretenimiento o empresarial, por mencionar algunas; sino en una red abierta a todo tipo de intercambio social y comunicativo.

En general se piensa a todas estas redes como redes sociales en Internet, mismas que se definen de acuerdo con **Enrique Bustamante** como “nuevas formas de interacción social que permiten un intercambio dinámico de todo tipo de información entre personas, grupos e instituciones, en contextos de complejidad, a través del uso de la tecnología.”²⁸⁴ Conjuntamente, además de ser las redes un medio de gran utilidad para la sociedad a partir de los flujos de información, éstas se caracterizarán según señala **Ernesto Murguía Moreno**, colaborador del periódico *El Universal*, por la razón de “pertenecer a un grupo que en teoría nos comprende y comparte los mismos intereses”,²⁸⁵ situación que de igual manera **Enrique Bustamante** sostiene como una necesidad real de expresión y reconocimiento.²⁸⁶

Al mismo tiempo, comprender lo que son las redes sociales en Internet implica saber de su presencia y de su capacidad de desarrollo, aspectos que recaen tanto en los servicios que ofrece la red, como en el uso que le otorguen los propios usuarios; es decir, las prácticas e interacciones que se llevan a cabo entre sus miembros y que repercuten directamente en la permanencia e impacto que llegue a tener la red, como plantea **Enrique Bustamante** en su libro *Redes Sociales y Comunidades Virtuales en Internet*.²⁸⁷ Por tal motivo, la fortaleza de las redes sociales en Internet recae en la utilidad que éstas ofrezcan a la sociedad y en la contribución de sus miembros al crecimiento de las relaciones.

Por otra lado, analizar la dinámica de cómo funcionan las redes sociales en Internet, parte en primer instancia de poseer las herramientas y conocimientos digitales y de tener una necesidad comunicativa y de socialización basada en una o varias redes.

²⁸⁴ Enrique Bustamante. *Op.cit.* p.104.

²⁸⁵ Ernesto Murguía Moreno. *Redes sociales, necesidad de expresión*. El Universal, lunes 29 de septiembre de 2008, México D.F., Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/articulos/49683.html>, Consulta: 1 marzo de 2009, p.1.

²⁸⁶ Enrique Bustamante. *Op.cit.* p. 3-103.

²⁸⁷ *Id.*

Posteriormente, **Ernesto Murguía** plantea la creación de un perfil²⁸⁸ (real o ficticio) que pertenezca a la personalidad que desee mostrar el usuario, en seguida se invita por correo electrónico a posibles “amigos” y casi instantáneamente se comienza a tejer una compleja telaraña de relaciones que implica compartir información regularmente y realizar comentarios a los perfiles, artículos o *blogs*²⁸⁹ de los miembros.²⁹⁰ No obstante, cabe destacar que dicha dinámica no puede pensarse como la descripción íntegra de lo que son las redes sociales en Internet, ya que su complejidad va más allá de simples contactos intercambiando información. En este sentido, creemos que los vínculos sociales que se forjan en la red social, no son sino, una nueva forma de comunicar y socializar a través de redes de información, que propician la creación de un sistema de convivencia con rasgos similares a las sociedades físicas y con mayores posibilidades de conocimiento.

Así, se localizan usuarios que no sólo buscan navegar por navegar o subir información sin tener una retroalimentación, como sucedía con la *Web 1.0*; sino por el contrario, se encuentra una generación primordialmente de jóvenes que oscilan entre los 12 y 34 años de edad,²⁹¹ que buscan salir de los medios tradicionales para ser ellos quienes elaboren sus propios contenidos y donde a su vez puedan compartir a través de flujos de información, conocimiento con otros miembros que posean similares objetivos o intereses, como ocurre a través de las redes sociales en Internet. Una actividad que de acuerdo la Asociación Mexicana de Internet, se ubica entre la 4° y 6° función que llevan a cabo cibernautas después de enviar y recibir correos electrónicos, mensajes instantáneos y entrar al *Chat*.²⁹²

A su vez, datos que arroja el diario de México *El Universal*, indican que el número de usuarios a nivel global en redes sociales seguirá creciendo precipitadamente durante los siguientes años, de acuerdo con estudios que lleva a cabo la empresa *comSocore*.²⁹³

²⁸⁸ Consulte glosario.

²⁸⁹ Consulte glosario.

²⁹⁰ Ernesto Murguía Moreno. *Op.cit.* p.1.

²⁹¹ Asociación Mexicana de Internet. *Estudio AMIPCI. Hábitos de los usuarios de Internet en México*. AMIPCI, mayo 2010, Disponible en: <http://amipci.org.mx/estudios/>, Consulta: 2009-2010.

²⁹² *Ibid.*

²⁹³ El Universal. *Facebook crece en Europa*. Diario El Universal- Computación, miércoles 15 de abril de 2009, Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/articulos/53552.html>, Consulta: 21 de octubre de 2009.

En concreto, la existencia de las redes sociales en Internet no es una cuestión de apenas unos años, pues habría que remontarse a 1995 con la primera red social *classmates*. Sin embargo, el auge de estas redes fue alcanzado hace apenas cuatro años atrás, cuando cibernautas vieron la posibilidad de terminar con toda limitación del mundo físico y de poder compartir experiencias, encontrar trabajo, establecer nuevas relaciones de amistad o pareja, localizar socios para un negocio, entre otras posibilidades; que dieron paso a lo que **José Luís Orihuela** distingue como alternativas prácticas de comunicación y lazos fuertes que serían difíciles de establecer y potenciar en el mundo físico.²⁹⁴

IV.4.1.- Comunidades virtuales.

En la era electrónica vemos a nosotros mismos cada vez más traducidos en términos de información, dirigiéndonos hacia la extensión tecnológica de nuestra conciencia.

Marshall McLuhan²⁹⁵

Los conceptos sobre comunidad son importantes en cualquier investigación que trate de comprender a la sociedad misma; sin embargo, cuando se trata de explicar lo que simbolizan las comunidades que se gestan en el ciberespacio, el término adquiere una nueva vertiente. De este modo, para fines de esta investigación se considera oportuno partir desde la definición más básica de “comunidad” que aporta **Webster** citado por **Susana Finquelievich** en su libro *Ciudadanos a la Red!*, quien percibe por comunidad “...el conjunto de personas que viven en una región, ciudad o barrio en particular y que usualmente están relacionadas por intereses comunes.”²⁹⁶ Los cuales se establecen a

²⁹⁴ José Luís Orihuela. Las redes sociales en internet. Laboratorio de Comunicación Multimedia, Universidad de Navarra, 10 de octubre 2008, Disponible en: http://www.youtube.com/watch?v=LsfMoBVjs_Q, Consulta: 3 de marzo de 2009.

²⁹⁵ Citado en: Derrick de Kerckhove. La piel de la Cultura. Ed. Gedisa, 1ª edición, Barcelona, 1999, p. 169.

²⁹⁶ Citado en: Susana Finquelievich (Et.al). Ciudadanos a la Red. Los vínculos sociales en el ciberespacio. Ed. La crujía, 1ª edición, Argentina, 2000, p.140.

partir de la interacción social que llevan a cabo dichos grupos, como indica **Robín B. Hamman**.²⁹⁷

En este sentido, ambas definiciones son un claro entendimiento de la esencia y elementos indispensables, que nos refieren a una comunidad en el mundo físico (*Offline*).²⁹⁸ No obstante, partiendo de estas concepciones que se consideran apropiadas y que se han adoptado para dicho estudio; se da paso a definir lo que es una comunidad que habita en la Red y que autores como **Howard Rheingold, Manuel Castells, Pierre Levy, Philippe Quèau** o **Raúl Trejo**; por mencionar algunos, han denominado como “comunidades virtuales”. Mismas que se sostienen de las TICs, como es Internet y que desde una perspectiva subjetiva conforman un nuevo tipo de experiencia social y comunicativa *Online* que da cabida a promover y estimular la cooperación, participación, intercambio de información, experiencias, bienes y servicios entre sujetos, instituciones o empresas.

Por tanto, desde la postura más básica que brinda **Philippe Quèau** del término “comunidades virtuales”, son comunidades a través de la conexión Red donde los usuarios como punto cardinal serán los que entretejen relaciones con numerosos miembros de la Red, con los que pueden compartir e ir edificando su propia sociedad; sólo que en esta ocasión a través de los flujos de información que accede Internet y que posibilita las redes, bajo las cuales Philippe Quèau señala:

“Ocurren...acontecimientos que se producen y desempeñan un papel concreto, afectivo, en la vida de la gente que les da vida...Las comunidades virtuales son verdaderas comunidades sociales, y los individuos que las componen establecen lazos afectivos, intercambian informaciones, colaboran entre sí”²⁹⁹

También, haciendo uso de otras posturas como la del experto en ciberespacio **Howard Rheingold**, quien determina a estas comunidades como “un número relativamente elevado de personas que mantienen discusiones durante un tiempo...y conforman redes de amigos personales y profesionales en el ciberespacio.”³⁰⁰ Es decir, redes que se propician y sustentan a partir de las relaciones de identidad, donde se crean vínculos

²⁹⁷ María Luisa Zorrilla Abascal. Comunidades virtuales en Internet ¿Nacen o se hacen?. Tesis de maestría en Comunicación, Universidad Nacional Autónoma de México, México, DF. Agosto de 2003, p.44.

²⁹⁸ Consulte glosario.

²⁹⁹ María Luisa Zorrilla Abascal. Op.cit. p.46.

³⁰⁰ Susana Finkelievich (Et.al). Op.cit. p.141.

de semejanza o identificación de acuerdo a los intereses, necesidades o proyectos que tengan los usuarios de la red y que coincidan con los propios, según señala la socióloga **Sherry Turkle**.³⁰¹

En esta breve panorámica de percepciones sobre lo que significa una comunidad y lo que representa está en la Red; es que se aborda como plataforma de este tema, la definición de “comunidad virtual” que ofrece **María Luisa Zorrilla Abascal**, maestra en comunicación por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), quien concibe a las mismas como:

“el agregado social en la Red, que se forma en torno a uno o varios puntos de encuentro, que pueden ser necesidades, intereses, ideas, propósitos o gustos; que carecen de localización geográfica y cuya existencia puede ser efímera o prolongarse en el tiempo, según el grado de formalización que alcance; entre sus participantes se dan flujos de información que pueden ser sincrónicos³⁰² y/o asincrónicos.³⁰³ Su génesis puede ser accidental, a partir de la convocatoria de una entidad específica o bien derivar de la iniciativa de un núcleo fundante de miembros.”³⁰⁴

Así, en el ciberespacio hay redes sociales donde se gestan las comunidades virtuales, las cuales se sostienen de la tecnología que implica el tener una computadora, acceso a Internet así como los conocimientos previos que en buena medida permitirán a los usuarios el que su búsqueda e incorporación a estas redes no se convierta en algo tedioso y frustrante. Al mismo tiempo, pertenecer a una red social conlleva tener algún tipo de necesidad comunicativa o de convivencia con sujetos conocidos o completamente desconocidos a lo largo y ancho del planeta. Tomando en cuenta que compartan los mismos intereses, que comprenden desde una cuestión social, económica, laboral, política, comercial, cultural, escolar, noticiosa o de entretenimiento, por mencionar algunas. Las cuales harán que miembros de las redes, se sientan simbólicamente unidos a través de la sensación de pertenecer a un círculo social con el cual se identifican y pueden llegar a comunicarse, socializar, participar e intercambiar todo tipo de información, dentro de una comunidad que ellos mismos construyen y desarrollan.

³⁰¹ Id.

³⁰² Consulte glosario.

³⁰³ Consulte glosario.

³⁰⁴ María Luisa Zorrilla Abascal. Op.cit. p.47.

En este sentido, el comunicólogo y periodista **Ezequiel Fejler**, señala que “las comunidades que habitan en las redes sociales de Internet son lugares lúdicos donde los internautas encuentran espacios de socialización para la nueva cultura de la naciente Sociedad de la Información”.³⁰⁵ Donde las personas son quienes interactúan con uno o muchos usuarios al mismo tiempo, y entretejen redes de relaciones humanas regidas por la inmediatez y el intercambio cultural que concede Internet. Además de otros factores que contempla **Raúl Trejo Delarbre** como rasgos base de las comunidades virtuales, tales como la desigualdad, omnipresencia, irradiación, ubicuidad, inmaterialidad, intemporalidad, innovación, libertad, interactividad, colaboración, enmascaramiento, multilinealidad, heterogeneidad, convergencia y conocimiento.³⁰⁶

El desarrollo de esta estructura social a través de las recientes redes sociales como *Facebook, MySpace, Hi5, Twitter, YouTube, Orkut, Bebo*, por mencionar algunas, lleva a pensar en un número indeterminado de personas que se encuentran habitando dos mundos, el físico y el virtual. Con respecto a este último se indica una urbanización informacional, que si bien no se compara con la sociedad física, de cierto modo logra muchas similitudes al conformar una comunidad basada en intereses en común, que se comunican y socializan, generando sus reglas, códigos, valores, tareas e identidad. No obstante, estas comunidades que surgen en las redes que integran a Internet, prometen no sólo potenciar, sino hasta rebasar a la sociedad física; pues conforme con los investigadores en ciencias sociales **Víctor Flores** y **Alva Rosa Elena Gaspar**:

“Nunca tantos hombres y mujeres contaron con un volumen de información tan amplio y con capacidad de acceso a tan numerosas bases de datos como en este tiempo. Sólo por ese hecho, de alcance profundo, ya que se modifican las formas de vida de millones de personas y las necesidades y hábitos de trabajo de muchas de ellas, resulta claro que nos envuelve un proceso de transformación de dimensión planetaria.”³⁰⁷

³⁰⁵ Raquel Turrubiates. *Ágoras cibernéticas y comunicación global*. En: Finquelievich (Et.al). *Op.cit.* p. 270.

³⁰⁶ Raúl Trejo Delarbre. *Viviendo en el Aleph La sociedad de la información y sus laberintos*. Ed. Gedisa, 1ª edición, Barcelona, 2006.

³⁰⁷ Citado en: Raquel Turrubiates. *Ágoras cibernéticas y comunicación global*. En: Finquelievich (Et.al). *Op.cit.* p. 271.

IV.4.2.- Cibercultura.

La cultura de Internet es la cultura de los creadores de Internet.

Manuel Castells³⁰⁸

Cada nueva tecnología transforma de tal manera la sociedad que impone una nueva cultura.

Marshall McLuhan³⁰⁹

El término cultura significa “cultivo o crianza”³¹⁰ de acuerdo a lo que define la **Real Academia Española**. Mientras que desde la perspectiva del sociólogo **Manuel Castells**, cultura es entendida como “...un conjunto de valores y creencias que conforman el comportamiento [de las personas]...una construcción colectiva que trasciende a las preferencias individuales e influye en las actividades [de quien pertenece a la misma sociedad]...”.³¹¹ Asimismo para, **Tylor** citado por **Ricard Faura i Homedes** en su artículo *Cibercultura, ¿realidad o invención?*, cultura es: “...todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, la costumbre [implementos y artefactos además de]...otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad”.³¹² Por último, y sintetizando este panorama, **Marisa Avogadro** precisa por cultura toda acción del hombre sobre el mundo.³¹³

A partir de estos tres enfoques se comprende por cultura todo aquello que cultiva el propio hombre; es decir, se trata de la construcción de valores, creencias, ideologías, hábitos, prácticas, costumbres, códigos y normas, hasta elementos resultantes de su

³⁰⁸ Manuel Castells. *La Galaxia Internet*. Ed. Debolsillo, 1ª edición, España, 2003, p.57.

³⁰⁹ Marshall McLuhan. *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*. Ed. Diana, México, 1969, p.25.

³¹⁰ Diccionario de la Real Academia Española. *Término Cultura*. Disponible en: http://buscon.rae.es/draef/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=cultura, Consulta: 1 de noviembre de 2009.

³¹¹ Manuel Castells. *Op.cit.* p.57-58.

³¹² Ricard Faura i Homedes. *Cibercultura, ¿realidad o invención?*. Doctorado en Antropología Social, Ciudad Virtual de Antropología, España, 26/6/07, Disponible en:

http://www.naya.org.ar/congreso2000/ponencias/Ricard_Faura.htm#_ftnref12, Consulta: 2 de noviembre de 2009.

³¹³ Marisa Avogadro. *Periodismo Científico: Acceso a la Información y Cibercultura: algunas Definiciones*. Revista Razón y Palabra, No. 43, octubre - noviembre 2004, Disponible en:

<http://www.razonypalabra.org.mx/comunicarte/2005/febrero.html>, Consulta: 3 de noviembre de 2009.

aprendizaje que integran y sirven al desarrollo del ser humano como son las TICs. En este sentido, las culturas surgen y se comparten en la interacción social generando conductas colectivas que establecen una identidad como sociedad, de tal modo que dicha manifestación y resultado de conocimientos recibe el nombre de cultura.

Es entonces la cultura de la sociedad *Offline* la que ha creado una serie de dispositivos tecnológicos como es Internet. Sin embargo, son los productores, usuarios y consumidores que navegan en la Red, quienes de acuerdo con **Manuel Castells**, han cimentado una cultura alterna a través de las redes de información *Online*.³¹⁴ Algo parecido al mundo físico, pero que sin duda ha llegado a rebasar lo que en algún momento era una cuestión de ciencia-ficción o simplemente una visión futurista; algo como lo que **Alejandro Piscitelli** contempla como una simbiosis hombre/máquina.³¹⁵ En donde personas se sirven de computadoras para una serie de actividades y prácticas, como un cerebro de inteligencia artificial; y recíprocamente donde las computadoras se valen del hombre para existir y evolucionar.

No obstante, es con la invención y apertura de Internet que las computadoras tomaron un nuevo rumbo y sentido, primero con la *Web 1.0* y posteriormente con la panacea que representó la segunda generación *Web 2.0*, donde más personas se sumergieron en los monitores de las computadoras con nuevos mundos de acción, colaboración e intercambio ágil y eficaz de información basados en redes sociales o servicios como *blogs*, *wikis*, correo electrónico, foros o *Chat*. Es entonces la *Web 2.0*, una Red informática meramente social, que ha permitido el principio y desarrollo de una cultura sustentada de protocolos propios de Internet y facilitada por herramientas y dispositivos como *hardwares* y *softwares*. En donde millones de usuarios de todo el mundo realizan a través de computadoras conectadas a la Red, una serie de prácticas e intercambios que conforman una cultura dentro del espacio virtual a la cual **Alejandro Piscitelli** concibe por “cibercultura”.³¹⁶

Una cultura virtual que está emergiendo del uso de computadoras e Internet con fines comunicativos, de interacción, socialización, entretenimiento, comercio, y básicamente

³¹⁴ Manuel Castells. *Op.cit.* p.57.

³¹⁵ Alejandro Piscitelli. *Ciberculturas 2.0. En la era de las máquinas inteligentes*. Ed. Paidós, 1º edición, Buenos Aires, 2002, p.24.

³¹⁶ *Ibid.* p.1-288.

para todo tipo de transmisión informativa entre seres digitales que se conectan desde cualquier territorio geográfico y conforman lo que **Rodolfo Llinás** contempla como “una sociedad de muchas conciencias en una mente colectiva”;³¹⁷ eso sería la plataforma de la cibercultura. Por lo que Internet en esta faceta de interactividad informacional, es por sí misma una producción cultural que trae consigo nuevos desarrollos sociales, políticos, económicos y culturales que fundamentalmente vienen a cambiar según **Alejandro Piscitelli** la forma de pensar de las personas.³¹⁸

Cabe destacar, que la cultura que se edifica en Internet es tan amplia que sería necesario exponer estratos que refiere **Manuel Castells** como: la universitaria (la cultura de la investigación por la investigación), la *hacker*³¹⁹ (la pasión de innovar y crear), la cultura empresarial (representada por empresarios sin aversión al riesgo y con gran capacidad para innovar), y finalmente las formas culturales alternativas (gente que encuentra en Internet nuevas opciones de vivir).³²⁰ Por tanto, para fines de la presente investigación se ahondará en esta última, con el objeto de comprender la cultura que se cimenta en el ciberespacio bajo el comportamiento y la organización de usuarios que se comunican y socializan dentro de redes sociales en Internet.

De esta manera desde que Internet abrió sus redes al mundo, son los usuarios quienes han transformado a la propia Red a consecuencia de sus intereses y deseos, según indica **Manuel Castells**.³²¹ En este sentido, el surgimiento de redes sociales en el ciberespacio no es más que una consecuencia directa de la necesidad de espacios alternos para la comunicación y la socialización. Sitios que condujeron a la formación de comunidades *Online*, que reinventaron a la sociedad a partir de expandir considerablemente la conexión informática para fines sociales. Es decir, nuevas formas de vida social que permiten a las personas desde una computadora que tenga Internet ser un nodo³²² o un actor más de una o varias comunidades virtuales. Donde compartirán con una infinidad de usuarios el mismo propósito o necesidad y

³¹⁷ Rodolfo Llinás. El cerebro y el mito del yo. Ed. Norma, Bogotá, 2002. p.298.

³¹⁸ Alejandro Piscitelli. Op.cit. p.120.

³¹⁹ Consulte glosario.

³²⁰ Manuel Castells. La dimensión cultural de Internet. Universitat Oberta de Catalunya (UOC), Instituto de Cultura: Debates culturales, julio 2002, Barcelona, Disponible en: http://www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articles/castells0502/castells0502_imp.html, Consulta: 2 de noviembre de 2009.

³²¹ Manuel Castells. La Galaxia Internet. Ed. Debolsillo, 1ª edición, España, 2003, p.79.

³²² Consulte glosario.

desarrollarán en común una actividad a través de la interacción y la cooperatividad en la que se asienta la sociedad virtual.

Por tanto, es la cibercultura la que emerge como consecuencia del asiduo uso de computadoras y dispositivos digitales para la comunicación, entretenimiento, negocios y en general para toda forma de socializar en línea. De acuerdo con lo antes citado, se está frente lo que **Marisa Avogadro** investigadora en cibercultura, observa como la cultura de la *Web* “conformada por grupos de personas que cambian constantemente, comunidades electrónicas que se arman y desarman, páginas que se abren, [y se] cierran, sin límites de tiempo ni espacio, con un sentido de ubicuidad y multiculturalidad...”.³²³ Una compleja cultura de computadoras conectadas por las inmensas redes de Internet, que de acuerdo con **Jesús Galindo Cáceres** teórico en redes sociales y cibercultura de las TICs, permite que más sujetos tengan un nivel cultural de información, una sed de conocimientos y una densa cultura de comunicación, hábitos de contacto e interacción.³²⁴ Es entonces, la cibercultura quien da cabida a un nuevo espacio para actuar a través de sitios, foros o comunidades *Online*, por citar algunas.

Lo cierto es que las actividades cotidianas vuelven a reconfigurarse con la introducción de las tecnologías inherentes a Internet. La computadora y los dispositivos digitales modifican como señala **Enrique Bustamante** la vida de las personas, ya que nuevas costumbres, hábitos, valores y creencias aparecen, nuevas formas de comunicarse, alternas formas de interactuar, de compartir, de trabajar e informarse y hasta de enamorarse, es lo que se propicia en el ciberespacio. Prácticas que según el autor del libro *Redes sociales y comunidades virtuales en Internet*, “se introducen como parte normal de nuestras vidas y llegan en cierto momento a resultar casi imposibles de concebir sin la mediación de computadoras e Internet”.³²⁵

Apostar por una cultura en Internet similar o que rebase al mundo físico, aún representa un escenario utópico; sin embargo con los adelantos de la tecnología y el peso y uso

³²³ Marisa Avogadro. Op.cit. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/comunicarte/2005/febrero.html>

³²⁴ Jesús Galindo Cáceres. La cibercultura en evolución a través de la vida social de las tecnologías de información y comunicación. Revista Razón y Palabra, No. 29, Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n29/jgalindo.html>, Consulta: 5 de noviembre de 2009.

³²⁵ Enrique Bustamante. Redes sociales y comunidades virtuales en Internet. Ed. Alfaomega, 1ª edición, Argentina, 2008, p.18.

que le otorguen los usuarios, la cibercultura podría ir tomando nuevos rumbos y facilitando mayores dispositivos que potencien o sean la conexión directa hacia la vida social, laboral, educativa, cultural, económica y política. En este sentido, **Fernando Quiñones** investigador de las TICs y de la comunicación multimedia sostiene:

“...no está claro si la cibercultura es una evolución de la cultura. Si la primera contiene a la segunda o viceversa, o si es una nueva forma de categorizar la suma de conceptos, modos de pensar, actitudes y patrones de comportamientos de los individuos en su entorno social mediado por las tecnologías de comunicación. Lo que sí está claro es que las mismas tecnologías han generado una nueva revolución en la manera de acceder, apropiarse y transmitir la información, generando nuevos desarrollos sociales, políticos y económicos, que es lo que el común de la gente interpreta como cibercultura”.³²⁶

Ésta es sin duda, una mirada que ya contemplaba **Marshall McLuhan**, al sostener que “Nosotros creamos nuestras herramientas y luego éstas nos recrean”.³²⁷ Hoy en día, es posible hablar de una cultura en Internet de comunicación y socialización digital interactiva, caracterizada por su igualdad ante las normas y reglas de convivencia propias de la cibercultura, afirma **Sherry Turkle**.³²⁸ Una cultura por la información, que pronostica revolucionar el ciberespacio, el espacio físico y la vida de las personas.

³²⁶ Fernando Quiñones Bonilla. De la cultura a la cibercultura. Disponible en: esguitar.googlepages.com/QuionesFernando-Delaculturaalaciberc.pdf, Consulta: 9 de noviembre de 2009.

³²⁷ Christopher Horrocks. Encuentros contemporáneos Marshall McLuhan y la realidad virtual. Ed. Gedisa, 1º edición, Barcelona, 2004.

³²⁸ Delia Covi. Los jóvenes ante la convergencia tecnológica: ¿integración o exclusión?. Revista Comunicación y Sociedad, Universidad de Guadalajara, No.38, julio-diciembre, 2000.

IV.4.3.- **Web 3.0: una Web más inteligente.**

No hay día en que alguien no anuncie una nueva revolución gracias a la red.

Dominique Wolton³²⁹

Si en la *Web 2.0*, el protagonista es el usuario que escribe artículos en *blogs*, colabora en *wikis*, produce información, se comunica de “muchos a muchos”, navega, socializa, comparte y produce colectivamente. Es entonces, la *Web 3.0* la que está orientada hacia el protagonismo de procesadores de información más elaborados, capaces de entender a las personas, a la diversidad de lenguajes, así como aptos para procesar de forma eficiente la avalancha de información publicada en Internet.

En este sentido, se debe tomar en cuenta la evolución que tuvo la *Web 1.0* al permitir, como bien menciona **Carlos Scolari**, a través de la *Web 2.0*, abandonar la estaticidad de la vieja *Web* y romper con el modelo de “uno a muchos” (*broadcasting*), para dar cabida a la generación y distribución de contenidos e información de “muchos a muchos”.³³⁰ Lo cual indica **Xavier Ribes**, especialista en informática, transformó a la Red en servicios y utilidades sustentadas en una base de datos que actualmente concede a los cibernautas la capacidad de modificar, añadir, cambiar, borrar o asociar datos a la información existente.³³¹ Sin duda, una Red ampliamente compleja que está cambiando profundamente la forma de comunicarse, hacer negocios, trabajar, concebir relaciones y socializar, entre un número indeterminado de usuarios conectados a la Red 2.0. Sin embargo, estos factores que han propiciado el éxito de la *Web*, recíprocamente han originado algunos problemas como el exceso de información y la heterogeneidad cultural que afecta directamente a la comunicación, debido a la incompatibilidad en códigos.

Frente a esta problemática, se piensa en una evolución de la *Web* capaz de encomendar tareas en el *software*; es decir, de ser los programas quienes procesen el

³²⁹ Dominique Wolton. *Sobrevivir a Internet*. Ed. Gedisa, 1ª edición, España, 2000, p.17.

³³⁰ Carlos Scolari. *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Ed. Gedisa, 1ª edición, Barcelona, 2008, p.193-195.

³³¹ Xavier Ribes. *El valor de los metadatos y de la inteligencia colectiva*. Revista Telos, 2007, Disponible en: <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/TELOS/>, Consulta: 9 de noviembre de 2009.

contenido, lo razonen y realicen deducciones lógicas que remedien este tipo de dificultades. Lo que daría entrada a una *Web 3.0*, caracterizada por la inteligencia de sus herramientas y dispositivos, que trascendería a lo que el doctor en Ciencias de la Información, **Juan Ramón Sánchez Carballido** concibe como:

“...futuros sistemas capaces de razonar a semejanza de los seres humanos, atendiendo a las posibilidades asociadas a la Inteligencia Artificial, que se esfuerza en diseñar máquinas cada vez más eficaces y capaces de pensar en lugar de limitarse a atender órdenes. Dichos sistemas son conocidos genéricamente como *web 3.0*. Por el momento, se piensa en ordenadores que estén dotados de una mínima capacidad de comprensión lingüística para reaccionar correctamente ante el sentido figurado de un término. Tales sistemas evitarían, como decimos, la necesidad de precisar rigurosamente las variables de búsqueda requeridas. En un estadio ulterior de desarrollo será posible concebir ordenadores capaces de dialogar entre sí en torno a la información que acumulan y pedirse explicaciones cuando los términos no resultan coincidentes. Como consecuencia más inmediata de ello, los usuarios también se verían liberados de la obligación de aprender el lenguaje de los ordenadores, es decir, de adivinar y utilizar el léxico preciso a través del cual los sistemas informáticos liberan su información más pertinente.”³³²

Por tanto, se piensa en una inteligencia artificial capaz de emular y mejorar la obtención de conocimiento, hasta el momento reservada a las personas. Es decir, será Internet quien evolucionará y seguirá brindando mayor información entre sus usuarios; sirviéndose de programas y computadoras de alta tecnología que establezcan una base de conocimiento sobre las preferencias de los usuarios. Esta combinación entre la capacidad de inteligencia que adquirirán los dispositivos y la información asequible en Internet, será aprovechada para atender de forma exacta las necesidades de información de los cibernautas.

Es entonces, que la *Web 3.0* es imaginada como una Red dotada de significado y también considerada como *Web* semántica donde “el usuario en Internet podrá encontrar respuestas a sus preguntas de forma más rápida y sencilla gracias a una información mejor definida. Al dotar a la *Web* de más significado y, por lo tanto, de más semántica...”³³³ En concreto, el futuro inmediato reside en TICs que emularán la capacidad del ser humano y tomarán decisiones mediante el cruce de datos, con el fin

³³² Juan Ramón Sánchez Carballido. Perspectivas de la información en internet: ciberdemocracia, redes sociales y web semántica. Revista Zer, Ed. Universidad del país Vasco, Vol. 13, No. 25, España, 2008, p.7.

³³³ Consorcio Word Wide Web. Guía breve de Web semántica. España, Disponible en: <http://www.w3c.es/divulgacion/guiasbreves/WebSemantica>, Consulta 6 de noviembre de 2009.

de satisfacer en el mayor grado posible las necesidades y características informacionales del usuario.

Asimismo cuando se especula sobre una *Web 3.0*, se piensa en dispositivos que podrán localizar el lugar donde fue tomada una foto;³³⁴ es decir, saber más y obtener mayor información sobre el espacio o territorio que se está observando. Al mismo tiempo, se habla de la innovación de un ambiente tridimensional o 3D, el cual afirma el especialista en Internet **Johanes Behr**, “será la base tecnológica decisiva en las aplicaciones de Internet en el futuro”,³³⁵ donde las personas podrán actuar a través de sus monitores, gracias a tarjetas gráficas que recrearán una nueva dimensión de la Red, haciendo sentir al usuario como parte de la escena; algo similar a lo que brinda la comunidad en línea *Second Life*.³³⁶ La primera red social que plantea la construcción de personajes, lugares y objetos en 3D con una perspectiva de profundidad que supone un mundo real en el cual se vive, se construye una casa, se va al cine, se hacen nuevas relaciones humanas, se dan intercambios de dinero e incluso se tiene sexo virtual.

Algunos investigadores en informática creen que también la *Web 3.0* empezará totalmente nueva; con esto se dice, que dejará de usar un código básico de lenguaje HTML para basarse en uno nuevo, todavía sin aparecer. Esto porque se considera, será más fácil comenzar desde cero en lugar de intentar cambiar toda la *Web* que está en marcha. Sin embargo, esta versión 3.0 es tan teórica que es casi imposible saber cómo funcionará con exactitud.³³⁷ Lo cierto, es que hoy en día gozamos de una *Web* geoespacial que correspondería a la *Web 3.0*; en donde más individuos pueden hacer uso de datos geográficos *Online*, que les permite saber con relación a sus intereses, la ubicación de un banco, hospital, cine, calle, etcétera; a través de herramientas como *Google maps*³³⁸ o *Google Earth*.³³⁹ También es de considerarse, la aparición en el mercado de una serie de herramientas que prometen la comodidad de los cibernautas,

³³⁴ CiberP@ís. La web geoespacial para ver el mundo. Francis Pasini, 14/06/2007/, Disponible en: http://www.elpais.com/articulo/semana/web/geoespacial/ver/mundo/elpepateccib/20070614elpepciblse_2/Tes, Consulta: 10 de noviembre de 2009.

³³⁵ Instituto Fraunhofer, Darmstadt. Web 3D: Buscan estándares para el Internet tridimensional en Darmstadt. DW-WORLD. DE DEUTSCHE WELLE. 17.06.2009, Disponible en: <http://www.dw-world.de/dw/article/0,,4399124,00.html>, Consulta 9 de noviembre de 2009.

³³⁶ *Second Life*. México, Disponible en: <http://secondlife.com/?u>, Consulta 2 de julio de 2009.

³³⁷ Ordenadores -y -Portátiles .com. Funciones y características de la Web 3.0. Artículo, Disponible en: <http://www.ordenadores-y-portatiles.com/funciones-web-3-0.html>, Consulta: 6 de noviembre de 2009.

³³⁸ Google. Google maps. Disponible en: <http://maps.google.com.mx/>, Consulta: 3 de noviembre de 2009.

³³⁹ Google. Google Earth. Disponible en: <http://earth.google.es/>, Consulta: 3 de noviembre de 2009.

como es el caso de mini-computadoras, *mouses* digitales, Internet móvil inalámbrico o más recientemente el teclado *Celluon CL850*, cuyo funcionamiento no tiene complicaciones ya que “se proyecta la imagen de un teclado en una superficie, y la escritura se produce cuando el sensor detecta dónde colocamos cada dedo y el movimiento de los mismos”.³⁴⁰

En esta atmósfera, el hombre se encuentra permeado de cambios, avances y tecnologías, enfocadas a un futuro que reconfigurará las actividades laborales, de entretenimiento, profesionales, comunicativas y culturales; un escenario que describe **Nicholas Negroponte** de la siguiente manera:

“...socialmente nos relacionaremos en forma de comunidades digitales, en las que el espacio físico será irrelevante y el tiempo desempeñará un papel diferente...Leer sobre la Patagonia sería incluir la experiencia sensorial de estar físicamente allí. Una novela se podrá convertir en un diálogo con el autor...”³⁴¹

En síntesis, se pretende enumerar las nuevas tecnologías que penetrarán en la humanidad, sino exponer el futuro que éstas podrán cimentar en la sociedad. Ya que será a partir de ellas, que los usuarios podrán desarrollar más y novedosas acciones y prácticas sociales y comunicativas, en un ambiente meramente digital. Es decir, una *Web 3.0* que se servirá de otros dispositivos y herramientas para hacer de la navegación una experiencia no sólo útil, sino realmente vivencial.

³⁴⁰ Javier Penalva. Teclado virtual Celluon. Xataka Gadgets y electrónica de consumo, Disponible en: <http://www.xataka.com/moviles/teclado-virtual-celluon>, Consulta: 8 de noviembre de 2009.

³⁴¹ Nicholas Negroponte. Ser digital. Ed. Océano, México, 1995, p. 26-27.

IV.5.- Generación @

Las cifras nos ofrecen la dimensión de un hecho incontrastable, el número de conectados a internet crece a diario. Estamos convencidos de hallarnos frente a la emergencia de un nuevo fenómeno socializador que deja su impronta en contingentes de jóvenes. El ciberespacio es la nueva frontera que representa algo muy parecido a la “libertad” codiciada de la cultura de la nocturnidad. Así como se sienten libres en la noche, se sienten libres en el ciberespacio.

Citado por Sergio Alejandro Balardini³⁴²

No sólo el tiempo construye socialmente lo juvenil; también la juventud construye socialmente al tiempo, en la medida en que modela, readapta y proyecta nuevas modalidades de vivencia temporal.

Carles Feixa³⁴³

Si bien es cierto que existe una brecha digital generacional entre quien está navegando en Internet y quien está desconectado totalmente de ella, son los jóvenes quienes se apoderan de la Red de redes para vivir en ella y reestructurar sus hábitos, costumbres, prácticas, identidades y formas de concebir la vida, movidos por la acelerada tecnología y su tránsito por Internet desde principios del siglo XXI. Una generación de jóvenes que ha hecho de Internet, alternos espacios para comunicarse, intercambiarse información y socializar a través de innumerables comunidades virtuales. Posiblemente haya sido su espíritu emprendedor y su capacidad por innovar, o probablemente las circunstancias de un mundo globalizado lo que haya puesto a la Red en manos de una joven generación que la reinventa cada vez que se conecta y hace de ella, un inmenso océano de información.

En este marco, se define el concepto de “joven”, mismo que permitirá comprender y describir al actor principal que habita y da vida a Internet y que simultáneamente

³⁴²Sergio Alejandro Balardini. Jóvenes e Identidad en el Ciberespacio. Nómadas Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas, No. 13, Universidad Complutense de Madrid, p.100.

³⁴³Carles Feixa. Generación @ La juventud en la era digital. Nómadas Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas, No. 13, Universidad Complutense de Madrid, p.89.

representa el sujeto de estudio a lo largo de esta investigación. Por tanto, se comienza desde la perspectiva de **Carles Feixa**, quien define el término joven como: “la Imagen cultural, que corresponde a una condición social de semidependencia, que en determinadas sociedades se atribuye a los individuos que se encuentran en una fase biográfica de transición entre la infancia y la vida adulta”.³⁴⁴ Asimismo, Carles Feixa indica una serie de condiciones sociales, que deben ser tomadas en cuenta para que exista la juventud dentro de un grupo determinado de personas. En base a ello refiere: “normas, comportamientos e instituciones que distingan a los jóvenes de otros grupos de edad. Por otra parte, una serie de imágenes culturales; es decir, valores, atributos y ritos asociados específicamente a los jóvenes [que dependerán según la estructura social de cada territorio].”³⁴⁵ De acuerdo a lo antes citado, estas condiciones son las que a su vez establecerán la presencia y roles que llevarán a cabo los jóvenes en un espacio determinado.

Al mismo tiempo, Carles Feixa partiendo de referentes etnográficos e históricos, plantea cinco grandes modelos o tipos ideales por los que ha transcurrido la juventud, los cuales se consideran relevantes para ubicar al joven del siglo XXI. En este sentido son “los púberes de las sociedades primitivas, efebos de los Estados antiguos, mozos de las sociedades campesinas preindustriales, los muchachos de la primera industrialización; y los jóvenes de las modernas sociedades postindustriales.”³⁴⁶ Estos últimos, son quienes se encuentran ante una enorme apertura de servicios y de TICs, que permiten ser parte de la era de la información y el conocimiento. Son jóvenes que se han desarrollado y formado bajo una atmósfera tecnológica, que de acuerdo con **Maricela Portillo** los define en la manera de ser joven.³⁴⁷ En este sentido, es la emergencia digital la que facilitó la aparición de nuevas culturas juveniles a través de Internet, que pueden denominarse como “virtuales”, según indica Carles Feixa.³⁴⁸

³⁴⁴ Carles Feixa. De jóvenes, bandas y tribus. Ed. Ariel, 2ª edición, España, 1999, p.270.

³⁴⁵ Ibid. p.18.

³⁴⁶ Id.

³⁴⁷ Maricela Portillo. La construcción de las identidades juveniles en relación al acceso a la tecnología: las culturas juveniles y las culturas de habitación. Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Disponible en: http://www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/Internet/ponencias/GT18_40Portillo.pdf, Consulta: 1 de noviembre de 2009, p.3.

³⁴⁸ Carles Feixa. Generación @ La juventud en la era digital. *Nómadas Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, No. 13, Universidad Complutense de Madrid.

De tal forma, se percibe por culturas juveniles lo que desde la perspectiva antropológica social de Carles Feixa, define de la siguiente manera:

“En el sentido amplio, las culturas juveniles se refieren a la manera en que las experiencias sociales de los jóvenes son expresadas colectivamente mediante la construcción de estilos de vida distintivos, localizados fundamentalmente en el tiempo libre, o en espacios intersticiales de la vida institucional.”³⁴⁹

Son jóvenes cuyas prácticas los hace identificarse y ser parte de determinada cultura juvenil, donde podrán construirse una identidad colectiva de acuerdo a la ideología, valores, costumbres, vestimenta, comportamientos, formas de comunicarse y de reunión, y en general a los estilos de vida bajo los cuales se construya su grupo. Conjuntamente, **Stanley Hall** y **Tony Jefferson** señalan la articulación social de las culturas juveniles, las cuales pueden entenderse a partir de la cultura hegemónica que refleja la distribución del poder cultural de la sociedad más amplia o dominante sobre los jóvenes; en segundo lugar se tiene a las culturas parentales, que pueden considerarse como las grandes redes culturales definidas por identidades étnicas y de clase; por último las culturas generacionales, refieren a la experiencia que adquieren los jóvenes en el seno de espacios institucionales, parentales y sobre todo de ocio, donde el joven se encuentra con otros jóvenes y empieza a identificarse con determinados comportamientos y valores, diferentes al del mundo adulto.³⁵⁰ De esta manera, las generacionales son las que permiten en cierta medida entender la cultura juvenil que se inserta en Internet, quienes se han caracterizado por ser una generación conectada a través de computadoras.

Es decir, son jóvenes que se han convertido en protagonistas de la convergencia tecnológica, como indica **Delia Crovi**, jóvenes que se han identificado por vivir en un contexto determinado, ante un mundo globalizado que les ha permitido el acceso a las TICs; y con ello, indiscutiblemente, la oportunidad de forjar nuevos espacios para comunicarse y socializar. Es decir, una estructura generacional que oscila entre los 12 y 34 años de edad,³⁵¹ cuyo perfil se caracteriza por conversar a través del *Chat*, jugar

³⁴⁹ Carles Feixa. *De jóvenes, bandas y tribus*. Ed. Ariel, 2ª edición, España, 1999, p.84.

³⁵⁰ *Ibid.* p.85-86.

³⁵¹ Para el Instituto Mexicano de la Juventud (IMJUVE) ser joven en lo etario corresponde de los 12 a 29 años; mientras que para el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) joven comprende de los 15 a 29 años. Asimismo, la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) considera por joven personas entre los 12 y 34 años de edad.

virtualmente, resolver dudas y debatir en foros, consultar datos académicos, acceder a otros medios de comunicación a través de Internet, mantener y construir nuevas relaciones a partir de comunidades virtuales, y básicamente se habla de jóvenes que se encuentran e intercambian información en la Red. Una cultura juvenil a la que **Carles Feixa** ha denominado como generación @, entendiendo por generación:

“El primer gran factor estructurador de las culturas juveniles... puede considerarse el nexo que une biografías, estructuras e historias. La noción remite a la identidad de un grupo de edad socializado en un mismo período histórico. Al ser la juventud un momento clave en el proceso de socialización, las experiencias compartidas perduran en el tiempo, y se traducen en la biografía de las personas.”³⁵²

Respecto a esto, son los jóvenes que desde principios del siglo XXI se han visto envueltos por la revolución tecnológica, misma que se ha consolidado no sólo como una herramienta, sino como parte de la existencia y sentido que toman las culturas juveniles modernas. Pues es a través de las infinitas redes de Internet, que los jóvenes encuentran espacios alternos para realizar una serie de prácticas e intercambios de información a nivel global, rebasando todo tipo de frontera física y geográfica. A ello se suman nuevas formas de comunicación electrónica, novedosas formas de convivir e interactuar y la construcción virtual de identidades; referente a lo cual menciona **Sherry Turkle** citado por Delia Crovi, “...permiten el juego y abren una libertad en la comunicación, donde se puede elegir entre tener la misma personalidad que en la vida real, o crear una o varias personalidades virtuales sustituidas.”³⁵³ Finalmente, son los jóvenes los que tienden a interesarse más por lo novedoso, e Internet no fue la excepción. Hoy en día, Internet tiene como plataforma la interacción de millones de usuarios que intercambian información, realidad que **Delia Crovi** concibe como “una generación informatizada, conectada a la red.”³⁵⁴

Cabe destacar, que este último parámetro de edad se ha determinado para dicho estudio, debido a comprender un rango mayor a los 29 años.

³⁵² *Ibid.* p.88.

³⁵³ Delia Crovi. Los jóvenes ante la convergencia tecnológica ¿Integración o exclusión?. Revista Comunicación y Sociedad, Universidad de Guadalajara, No. 38, julio-diciembre 2000, México, p.136.

³⁵⁴ *Ibid.* p.133.

IV.5.1.- Jóvenes en Red.

Actualmente cualquier persona puede tener un *MySpace* o un perfil en *hi5* y usarlo para conectarse con sus amigos....'Coloco mi foto, mi perfil y búscame, *linkeame* y a ver si nos conocemos por ahí.' Todavía hay mucha gente que no se identifica a este medio, pero una vez que lo encuentran y publican no lo pueden dejar. Aquí puedes formar una comunidad, una especie de vínculo con gente afín en libros, música o lo que tú quieras.

Héctor González³⁵⁵

Internet ha dejado de ser visto como un simple medio de comunicación; para ser éste un espacio social de interacción, que definirá ampliamente la forma de comunicarse. En este sentido, son los jóvenes predispuestos a participar en la modernidad y a impulsar los procesos de cambio, afirma **Delia Crovi**,³⁵⁶ quienes encuentran múltiples formas y maneras de estar juntos e identificarse, de comunicarse, compartir e informarse a partir de la construcción de redes sociales en el ciberespacio. Un contexto virtual que establece y mantiene relaciones y prácticas comunicativas a través de computadoras conectadas a la Red; donde son éstas las que posibilitan el poder compartir música, videos, películas, documentos, información, imágenes, juegos así como una infinidad de *softwares*.

Un espacio donde más medios de comunicación han encontrado un lugar para ser vistos o escuchados por los cibernautas. Una Red de redes en la que es posible encontrar diversas respuestas a preguntas, y muchas veces soluciones a diferentes necesidades. Por ello, Internet representa para los jóvenes el acceso a un universo de la información, donde señala **Philippe Quéau**:

“La fascinación de los mundos virtuales y de las imágenes de síntesis afecta sobre todo a las jóvenes generaciones. Esta fascinación no sólo proviene del hecho de que uno pueda crearse pequeños “mundos” ex nihilo, sino también del hecho de que, en cierto sentido, se puede vivir ‘realmente’ en dichos mundos. Cada vez más, podríamos llegar a desear contentarnos con

³⁵⁵ Héctor González. *México en la era del blog*. Revista Vértigo, Grupo Editorial Diez SA. De CV, No. 375, Año VIII, México, 25 de mayo de 2008, p.62.

³⁵⁶ Delia Crovi. *Op.cit.*, p.136.

esos simulacros de realidad, por poco que el mundo real parezca demasiado hostil, inhóspito, o por poco que sus vías de acceso parezcan fuera de nuestro alcance.”³⁵⁷

Sin embargo, no se puede pensar en dos mundos aislados *Online-Offline* como expone **Blanca Chong López**,³⁵⁸ sino en una alterna posibilidad de vida social en Internet, en la cual los jóvenes se sumergen e interactúan en el ciberespacio frente a nuevas formas de comunicación y de socialización digital; una atmósfera que se crea a partir de lo que **Jesús Galindo Cáceres** describe como:

“...un espacio poblado de millones de personas, pero esas personas están en lugares distintos a los lugares donde interactúan, y que vistos desde fuera y desde la mirada preciberspacial están todos sólo ocupados en máquinas computadoras. Pero desde dentro, desde el ciberespacio y desde la nueva mirada están interactuando con intensidad unos con otros a pesar de las distancias y de los horarios. Esa es la imagen, aparentemente comprensible, ya cotidiana, pero no por ello menos asombrosa; un milagro hacia finales del siglo XX, un acto colectivo de magia que conecta la energía social como nunca antes, y que probablemente inaugura una nueva civilización, un tipo nuevo de ser humano, de vida social, de mundo.”³⁵⁹

Se piensa en redes sociales en Internet, en las cuales indica **Enrique Bustamante** residen comunidades de usuarios; en su mayoría de jóvenes, que se construyen por los intereses en común y bajo el teje de relaciones.³⁶⁰ Además señala **Delia Crovi**, investigadora en Comunicación y Educación de las nuevas tecnologías de la información, que las identidades en Red se forman de acuerdo a las condiciones sociales y culturales de las comunidades o grupos en los que se inserten.³⁶¹ En torno a ello, **Blanca Chong López** refiere que son identidades que tienen la facilidad de ser flexibles, al permitir presentarse como uno quiera; es decir, “las identidades de la gente en red son modificables en cualquier momento [...] una misma persona puede estar actuando con su identidad real en una ventana, mientras que al mismo tiempo en otra

³⁵⁷ Philippe Quéau. *Lo virtual. virtudes y vértigos*. Ed. Paidós, Buenos Aires, 1995, p. 42.

³⁵⁸ Blanca Chong López. *Internet desde la visión de los jóvenes*. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Autónoma de Coahuila, Disponible en: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n49/bienal/Mesa%2010/PonenciaB%5B1%5DChong.pdf>, Consulta: 14 de noviembre de 2009.

³⁵⁹ Jesús Galindo Cáceres. *Cibercultura, Ciberciudad, Cibersociedad. Hacia la Construcción de Mundos Posibles en Nuevas Metáforas Conceptuales*. Revista Razón y Palabra, No. 10, Año 3 abril-junio, Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n10/galindo2.htm>, Consulta: 14 de noviembre de 2009.

³⁶⁰ Enrique Bustamante. *Redes sociales y comunidades virtuales en Internet*. Ed. Alfaomega, 1ª edición, Argentina, 2008.

³⁶¹ Delia Crovi. *Los jóvenes ante la convergencia tecnológica: ¿integración o exclusión?*. Revista Comunicación y Sociedad, Universidad de Guadalajara, No.38, julio-diciembre, 2000, p.135.

asume una identidad distinta...”³⁶² Por lo tanto, de acuerdo con **Erving Goffman** citado por Blanca Chong “un individuo tiene tantas identidades como grupos de personas existen y cuya opinión le interesa, y por lo general muestra una fase de sí mismo a cada uno de esos grupos.”³⁶³ En este sentido, **Antulio Sánchez** ejemplifica este juego virtual que da la oportunidad de mostrar la identidad real en un espacio virtual o bien de jugar con ella de un modo multifacético a través de herramientas como:

...los *nicks*³⁶⁴ o apodos que generalmente usan los cibernautas podrían hacer referencia a un cambio de identidad cuando se interactúa a través de la Red...los seudónimos son una manera de no pasar inadvertidos, al mismo tiempo que es la vía para conformar el anonimato, una manera de representar el deseo de reconocimiento y el juego de identidades...es una posibilidad más de ser, de explorar las emociones y la estructura psicológica que constituyen a la persona.³⁶⁵

Asimismo, la identidad también tiene un papel importante dentro de la interacción entre los jóvenes que se relacionan a través de las comunidades virtuales. Cuenta de ello es la posibilidad que da la creación y selección de *Avatares*, que acorde con **Sergio Alejandro Balardini**, proporcionan la posibilidad de crear un “yo” principal, y algunos “yos” alternos, dependiendo de la circunstancia que lo amerite.³⁶⁶ Esto quiere decir, que a partir de una foto o imagen que recibe el nombre de *avatar*, es posible identificarse y mostrar una apariencia de la personalidad de los usuarios que se encuentren del otro lado del monitor.

Evidentemente como recupera la investigadora y licenciada en ciencias de la Información **Maidelyn Díaz** es “a partir de lo que somos y queremos ser, que necesitamos más de Internet”.³⁶⁷ Cuestión que permite reflexionar sobre ese gran apogeo de las redes de afinidad, que en poco tiempo se han convertido, en la apropiación de la Red, donde jóvenes pueden conectarse a Internet y hacer grupos de amigos o relaciones sociales bajo los mismos intereses u objetivos, donde pueden comunicarse, trabajar cooperativamente y socializar en comunidades. Por ello, son las redes sociales en Internet una nueva manera de revolucionar a las culturas juveniles,

³⁶² Blanca Chong López. *Op.cit.* p.5.

³⁶³ *Ibid.* p. 6.

³⁶⁴ Consulte glosario.

³⁶⁵ Antulio Sánchez. *La era de los afectos en Internet*. Ed. Océano, México, 2001, p.164.

³⁶⁶ Sergio Alejandro Balardini. *Op. cit.* p.104.

³⁶⁷ Citado en: Maidelyn Díaz Pérez. *Redes sociales en Internet: aplicación FOAF (Friend-of-a-Friend)*. ACIMED, Vol. 15, No. 6, La Habana, 2007, p.2.

quienes esta vez se reúnen en una sociedad virtual en la cual pueden expresarse, convivir, compartir e informarse; sólo que esta vez como afirma **Susana Flinquevich**, “nuestras vidas estarán enredadas por múltiples conjuntos de interacciones, dentro de un auge virtual”.³⁶⁸

³⁶⁸ Susana Finquelievich (Et.al). Ciudadanos a la Red. Los vínculos sociales en el ciberespacio. Ed. La crujía, 1ª edición, Argentina, 2000, p.9-18.

CAPÍTULO V. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO (UACM).

V.1. Breve historia de la UACM.

La Universidad Autónoma de la Ciudad de México (**UACM**) es una institución de educación superior de carácter público y descentralizada, instaurada en el año 2001 por el entonces jefe de gobierno del Distrito Federal Andrés Manuel López Obrador. Su creación responde a la extensión de una educación a nivel superior que contribuya a la satisfacción de necesidades sociales y desarrollo cultural.³⁶⁹

La UACM es una casa de estudios superiores con vocación humanista, científica y crítica que representa un espacio académico para que millones de personas continúen sus estudios superiores y se forjen como individuos autónomos, reflexivos y responsables de su propia educación, junto al apoyo de catedráticos que acrecienten su conocimiento.³⁷⁰

La autonomía la obtuvo el 16 de diciembre de 2004, teniendo como rector al Ing. Manuel Pérez Rocha, quien dio por concluido su cargo en 2010 y fue sucedido por la actual rectora, Dra. Esther Orozco Orozco. El hecho de su autonomía le significó la facultad y responsabilidad de auto-gobernarse, así como de definir su estructura y los mecanismos para educar, investigar y difundir la cultura de acuerdo con los principios del artículo 3° Constitucional.³⁷¹

V.2. Planteles.

Con la inauguración en 2001 del primer plantel correspondiente al campus Centro Histórico; la **UACM** concibió acorde a los objetivos planteados y a las demandas de la sociedad, abrir progresivamente nuevos planteles en zonas estratégicas que resarcieran la falta educativa e impulsarán el desarrollo de la población. Por tal motivo,

³⁶⁹ Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM). Breve historia de la UACM. Disponible en: <http://www.uacm.edu.mx/Institución/NuestraUniversidad/tabid/93/Default.aspx>, Consulta: 16 de septiembre de 2010.

³⁷⁰ Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM). Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Publicada en la Gaceta Oficial del Distrito Federal el 5 de enero de 2005, México, D.F, p.3.

³⁷¹ Ibid. p.3-29.

el resultado fue la creación de los planteles: Casa Libertad (Iztapalapa) en 2001, Del Valle en 2002, San Lorenzo Tezonco en 2004 y por último Cuauhtépec en 2007.³⁷²

V.3.Oferta académica de la UACM.

La institución se organiza en 3 Colegios que imparten licenciaturas y posgrados en áreas científicas, humanísticas e ingenierías.³⁷³

Colegio de Ciencias y Humanidades.

- Promoción de la Salud.

Colegio de Ciencia y Tecnología.

- Ingeniería en Sistemas Electrónicos Industriales.
- Ingeniería en Sistemas Electrónicos y de Telecomunicaciones.
- Ingeniería en Sistemas de Transporte Urbano.
- Ingeniería en Software. (La licenciatura por ser reciente, no está contemplada aún en el registro de estudiantes y licenciaturas de 2010, que proporcionó el departamento de Registro Escolar)

Colegio de Humanidades y Ciencias Sociales.

- Arte y Patrimonio Cultural.
- Filosofía e Historia de las Ideas.
- Creación Literaria.
- Historia y Sociedad Contemporánea.
- Ciencia Política y Administración Urbana.
- Comunicación y Cultura.
- Ciencias Sociales.
- Derecho.

³⁷² Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM). Op.cit. Disponible en: <http://www.uacm.edu.mx/Institución/NuestraUniversidad/tabid/93/Default.aspx>

³⁷³ Id.

V.4. Perfil del estudiante de la UACM 2008.

El estudio más reciente que presenta la institución con relación al “*El perfil del estudiante de la UACM. Generación 2008*”,³⁷⁴ muestra aspectos socioeconómicos y familiares, así como cifras relacionadas a la universidad que describen una comunidad conformada por un 53% del sector femenino respecto un 47% del masculino, y cuya procedencia se origina de tres principales delegaciones que corresponden a Iztapalapa, Gustavo A. Madero y Tláhuac.

El perfil de sus ingresados se caracteriza fundamentalmente por ser estudiantes que decidieron continuar con sus estudios, que sobrepasaron los tres años de educación media superior, que se encuentran realizando una segunda carrera o que no concluyeron una licenciatura.

En tanto, el rango de edad de los estudiantes oscila entre los 18 y 30 años de edad; sin embargo, la **UACM** se define como una institución que apoya y resalta el ingreso de personas adultas y de la tercera edad. Asimismo, el estudio arroja que aproximadamente el 70% de los estudiantes viven con su familia, el 49% trabaja, mientras que el 17% tienen hijos y el 60% de los estudiantes tiene un ingreso familiar inferior a los \$6,000 mil pesos mensuales.

³⁷⁴ Espacio estudiantil. Perfil del estudiante de la UACM. Generación 2008. Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México, 2008, Disponible en: <http://www.uacm.edu.mx/Áreasyservicios/ServiciosEstudiantiles/PruebaCSE/Investigacióndelapoblaciónestudiantil/PerfildelestudianteUACM/tabid/772/Default.aspx>, Consulta: 16 de septiembre de 2010.

CAPÍTULO VI. ESTRATEGIA METODOLÓGICA.

A continuación, se muestra la estrategia metodológica que se desarrolló para responder a la pregunta general de investigación, así como a los cuestionamientos particulares que se desprenden de la misma. En este sentido, se trabajó de la teoría a la práctica, logrando una labor de exploración y análisis desde la perspectiva de los jóvenes de la UACM, plantel San Lorenzo Tezonco (SLT), en torno a los conocimientos, hábitos, opiniones, experiencias, actividades y dinámicas comunicativas y de socialización que tienen en redes sociales en Internet.

VI.1. Definición de métodos.

Para realizar la investigación de campo, se aplicaron los **métodos cuantitativo y cualitativo**. Las técnicas que se inscriben en alguna de estas perspectivas metodológicas, permiten en su conjunto investigar determinado tema desde la realidad y recabar datos, porcentajes y cifras, así como tener conocimiento de las prácticas, comportamientos, costumbres y formas de vida de un determinado sector de la población.

La metodología **cuantitativa** permite a través de una medición numérica y de un análisis estadístico, establecer con exactitud los patrones de comportamiento de un determinado grupo de personas; es decir, el método ofrece las herramientas para contabilizar o poner en cifras ya sea tendencias, comportamientos o actitudes. Asimismo, el investigador José Lozano refiere, que es un método cuya viabilidad radica en generalizar lo observable y en pasar por alto aquellos rasgos particulares, para dar como resultado conclusiones 'universales'.³⁷⁵ Sin embargo, esto no quiere decir que sean datos o cifras que correspondan a toda la sociedad, sino más bien, se refiere a obtener el promedio general que sustenta ciertos elementos, condiciones o rasgos de una muestra de estudio establecida. Finalmente, la investigadora Maricela Portillo señala, que un método cuantitativo pretende intencionalmente a través sus técnicas

³⁷⁵ José Lozano. Teoría e investigación de la comunicación de masas. Ed. Pearson Prentice Hall, 2ª edición, México, 2007.

como experimentos, encuestas o análisis de contenido, acotar la información y medir con exactitud las variables de estudio.³⁷⁶

Otro método empleado para la investigación corresponde al **cualitativo**, mismo que se caracteriza por investigar sobre el mundo real o los procesos de interacción social, a partir de estrategias flexibles y herramientas que permiten captar el lado humano de los informantes. Este método brinda la posibilidad de construir y desconstruir continuamente el modelo del proceso que se estudia, condición metodológica que hace de esta labor un arte para el propio investigador, quien sigue directrices orientadoras pero no reglas; es decir, nunca es esclavo de un procedimiento o técnica como contrariamente sucede en lo cuantitativo.³⁷⁷

Por su parte, los científicos sociales Steve Taylor y Robert Bodgan, describen dicho método como una técnica donde los investigadores interactúan con los informantes de modo natural, bajo una postura no tan objetiva que les permite adentrarse al contexto y a las situaciones en las que se encuentran y desenvuelven los sujetos de estudio.³⁷⁸

Así, entre las técnicas cualitativas se tiene la entrevista, historia oral y de vida, grupos de discusión, observación y etnografía.³⁷⁹ Técnicas que desde diferentes perspectivas, permiten acercarse al terreno de investigación e irrumpir en la vida de los informantes con la intención de ahondar y conocer sobre su identidad, sentimientos, emociones, prácticas, costumbres y formas de percibir la vida.

³⁷⁶ Maricela Portillo. El proceso de investigación y los enfoques cuantitativo y cualitativo: hacia un modelo integral. Unidad II en Metodología cuantitativa Antología. Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México, D.F., 2005, p.165-167.

³⁷⁷ Marta Rizo. Introducción a la Investigación Cualitativa. Unidad I en Metodología cualitativa Antología, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México, D.F., 2007, p. 27-32.

³⁷⁸ Jorge E. Aceves Lozano (Et.al).. La historia oral y de vida: del recurso técnico a la experiencia de investigación. Unidad III en Metodología cualitativa Antología, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México, D.F., 2007, p.121-154.

³⁷⁹ Jorge E. Aceves Lozano (Et.al). Técnicas de investigación cualitativas. Unidad III en Metodología cualitativa Antología, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México, D.F., 2007, p.119-399.

VI.2. Definición de Técnicas de Investigación.

Las técnicas que se emplearon para realizar la investigación y que resultan aptas para dar respuesta a la pregunta general y particulares, así como para cubrir satisfactoriamente los objetivos del estudio, son las siguientes:

- Método cuantitativo: Encuesta por Internet.
- Método cualitativo: Entrevista en profundidad y Etnografía virtual.

VI.3. Encuesta por Internet.

La técnica de encuesta se caracteriza por medir audiencias y patrones de consumo a través de formular preguntas escritas que se dirigen a una muestra representativa de informantes, con el objetivo de conocer su opinión o situaciones específicas. Una vez contestada la encuesta, las respuestas son información estadística que servirá como parámetro para medir hábitos, costumbres, valores, preferencias, opiniones, información demográfica, económica y en general estilos de vida.³⁸⁰

Entre los tipos de encuesta se tiene: Encuesta basada en entrevista cara a cara o de profundidad, Encuesta telefónica, Encuesta postal y Encuesta por Internet.³⁸¹ Esta última, fue elegida como técnica de investigación debido a la naturaleza de su estado que permite el análisis de sujetos relacionados con las TIC's, así como por la cantidad innumerable de información que proporciona y el ahorro de tiempo y dinero que facilita al estudio. El diseño de la técnica consiste en elaborar un cuestionario y una breve carta de presentación donde se detalle el propósito e importancia de las respuestas.

La encuesta por Internet se manda a un número indeterminado de informantes y al concluir el lapso de recepción, las respuestas de los informantes se tabulan, analizan e interpretan los resultados. Esta técnica, además de ser idónea para conocer numéricamente a los sujetos de estudio, también es una herramienta que permite hacer uso del medio virtual en cual se desenvuelven los jóvenes.

³⁸⁰ Maricela Portillo, Técnicas de investigación cuantitativas: La encuesta. Unidad III en Metodología Cuantitativa Antología, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México, D.F., 2005, p.317-347.

³⁸¹ Ibid. p.347-372.

VI.4. Entrevista en profundidad y Etnografía virtual.

En el seno del método cualitativo, la entrevista en profundidad es la técnica dialógica que permite entrar en contacto con los informantes. Básicamente, es una entrevista individual cuyo sentido social posibilita comprender cierto fenómeno desde la visión y entorno de sus actores, profundizando sobre sus opiniones, sentimientos, apreciaciones, valoraciones, experiencias y en general, cuestiones particulares del entrevistado. Por ende, la **entrevista en profundidad** es una herramienta generadora de conocimiento que permite al entrevistado explayarse verbalmente a partir de una serie de tópicos flexibles que han sido previamente elaborados por el entrevistador, con el fin de dar respuesta a sus preguntas de investigación.³⁸²

Esta técnica, permite tener en persona a los sujetos y saber a través del diálogo lo que representan y significan las redes sociales en Internet para sus prácticas comunicativas y de interacción. También se conocen los alcances, experiencias, formas de entablar relaciones, los contenidos que se intercambian, las dinámicas para comunicarse o lo significativo que se vuelve ser miembro y participe de redes sociales desde un plano virtual; sin dejar de mencionar la posibilidad que brinda esta técnica para observar y analizar el comportamiento de los entrevistados y el manejo que se tiene sobre las TICs y las redes sociales en Internet.

Por su parte la **etnografía** como técnica se caracteriza por buscar, seguir y contemplar; es una labor de experiencia reflexiva donde el investigador dirige la mirada y sentido hacia el otro, dejando que la percepción haga su trabajo. La etnografía parte del asombro y el extrañamiento, de la curiosidad y capacidad de maravillarse con lo extenso y diverso de los mundos posibles. En tal sentido, el observador se caracteriza por ser metódico, analítico y estudiar el espacio y tiempo en que se desenvuelven las personas, se guía de valoraciones y significados que le permiten sumergirse y trastocar los rincones más invisibles de las ciencias sociales, del comportamiento humano e incluso de la emergente comunicación para mostrar los caminos de lo que está más allá de lo evidente.³⁸³

³⁸² Marta Rizo. Técnicas de investigación cualitativas. Unidad III en Metodología Cualitativa Antología, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México, D.F., 2007, p.201-211.

³⁸³ Jesús Galindo Cáceres. Etnografía. El oficio de la mirada y el sentido. Unidad III en Metodología Cualitativa Antología, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México, D.F., 2007, p.292-300.

Recientemente, la etnografía ha sido una técnica empleada dentro del campo virtual para estudiar el uso e incorporación de Internet a la vida cotidiana de las personas. De esta manera, la **etnografía virtual** consiste en adentrarse en la Red y ser un investigador visible, que interactúe y sea participante dentro de uno o varios espacios de observación, análisis y reflexión que permitan problematizar el uso de Internet como tecnología incorporada a la vida de las personas, como forma de comunicación y como espacio para el establecimiento de comunidades; es decir, todo lo concerniente a las relaciones, interacciones, actividades, significaciones y procesos sociales que experimentan los usuarios dentro de dicho entorno.³⁸⁴

Por tal motivo, para fines de la investigación, esta técnica permite observar y analizar las características de la comunicación digital y las dinámicas de socializar que llevan a cabo los jóvenes de la UACM (SLT), en redes sociales en Internet. Esto significa, indagar sobre el establecimiento y construcción de las redes de relaciones humanas, sus características comunicativas y de socialización, el intercambio de contenidos e información que generan, así como establecer cuál es el atractivo e inserción que los sujetos de estudio (estudiantes de la UACM, plantel SLT) han alcanzado en este tipo de sitios virtuales.

VI.5. Selección de muestra e informantes.

Para seleccionar la muestra de informantes se solicitó al departamento de Registro escolar,³⁸⁵ el padrón de matriculados por licenciatura y turno de la UACM (SLT), el cual refiere a un total de **5665 estudiantes**. De estos, se tuvo conocimiento en base al registro de correos electrónicos facilitados por la misma instancia, que **5160 estudiantes** cuentan con buzón electrónico y de ellos, acorde a su colaboración vía *mail*, la muestra se concretó a un universo aleatorio de **200 informantes** representado por un 4%, que fueron los que finalmente respondieron al instrumento cuantitativo de investigación y cumplieron con el criterio de tener al menos una red social en Internet.

³⁸⁴ Christine Hine. Etnografía virtual. Ed. UOC, 1ª edición, Colección. Nuevas Tecnologías y Sociedad, USA, 2000, p.10-23

³⁸⁵ Agradecemos las facilidades que brindaron a la investigación el área de Registro escolar, en relación a la obtención de censos escolares y correos electrónicos de los estudiantes.

Asimismo, de la población de 200 informantes, **9 estudiantes** formaron parte del estudio concerniente a lo cualitativo, en base a su disposición para ser entrevistados. La selección de informantes son en promedio jóvenes estudiantes de 18 a 29 años de edad,³⁸⁶ cuya característica etaria los hace pertenecer a la era tecnológica y digital; es decir, los hace interesarse, familiarizarse y asimilar rápidamente todo lo concerniente a los avances tecnológicos y por consiguiente, son quienes ocupan la plataforma de Internet para desarrollar cuantiosas actividades ya sea personales y/o laborales. Por tal motivo, dicho sector fue considerado como el más adecuado para efectuar una investigación relacionada a las características de la comunicación y socialización en redes sociales en Internet.

VI.6. Protocolo de aplicación de las técnicas de investigación.

PRIMERA FASE. Aproximación cuantitativa.

El diseño de la encuesta,³⁸⁷ fue en torno a **78** preguntas en su mayoría de elección múltiple y sólo algunas preguntas con opción a responder de forma abierta sus respuestas.

La encuesta fue organizada bajo **6 rubros** que facilitaron el manejo de la información y cuyo orden fue el siguiente: **Datos personales y académicos, Computadora, Internet, Hábitos, Redes sociales en Internet y Datos sociodemográficos.**

Una vez concluida la encuesta, se abrió una cuenta de correo electrónico desde el portal de *Gmail*, debido a su capacidad de almacenaje y envío que concede el portal. La dirección fue la siguiente: **redes.sociales.uacm@gmail.com**. Simultáneamente, se solicitaron al área de Registro escolar los correos electrónicos de los **5665** estudiantes de la UACM (SLT), de los cuales sólo **5160** contaban con buzón electrónico. Asimismo, se requirió una base de datos que detallara el número de estudiantes por licenciatura y turno, para tener una relación general de la cifra de encuestas enviadas y recibidas; simultáneamente, de servir como parámetro respecto a los resultados obtenidos.

³⁸⁶ Cabe destacar, que la mayoría de los participantes oscila entre los 18 y 29 años; sin embargo, debido al perfil incluyente de la UACM y a las características de selección de los informantes, sólo el 8% se encuentra con más de 30 años de edad. En tal sentido, no fue excluido ningún estudiante debido a que no representan una muestra significativa.

³⁸⁷ La encuesta para fines de practicidad y espacio se ubicó en el área de **Anexos C.D.**

El Reporte General de Estudiantes Reinscritos al Semestre 2010-I, Plantel SLT, se muestra enseguida:

Licenciatura/Colegio	Matutino			Vespertino			TOTAL
	Mujer	Hombre	Total por turno	Mujer	Hombre	Total por turno	
Humanidades y Ciencias Sociales							
Arte y Patrimonio Cultural	140	68	208	79	62	141	349
Ciencia Política y Administración Urbana	417	302	719	211	220	431	1150
Ciencias Sociales	166	63	229	84	36	120	349
Comunicación y Cultura	560	267	827	268	200	468	1295
Creación Literaria	95	53	148	40	43	83	231
Filosofía e Historia de las Ideas	81	51	132	32	62	94	226
Historia y Sociedad Contemporánea	94	67	161	54	48	102	263
Derecho	1	3	4	0	0	0	4
Subtotal	1554	874	2428	768	671	1439	3867
Ciencias y Humidades							
Promoción de la Salud	343	77	420	133	48	181	601
Subtotal	343	77	420	133	48	181	601
Ciencia y Tecnología							
Ingeniería en Sistemas Electrónicos Industriales	49	190	239	26	117	143	382
Ingeniería en Sistemas de Transporte Urbano	48	82	130	17	44	61	191
Ingeniería en Sistemas Electrónicos y de Telecomunicaciones	135	269	404	57	163	220	624
Subtotal	232	541	773	100	324	424	1197
							5665

*Información actualizada al 27 de enero de 2010.³⁸⁸

Las encuestas fueron enviadas vía correo electrónico a las direcciones de estudiantes, entre los meses de abril y mayo de 2010, con su respectiva carta de presentación que se muestra a continuación:

³⁸⁸ Registro escolar. Reporte General de Estudiantes Reinscritos al Semestre de la UACM, Plantel SLT. Información actualizada al 27 de enero de 2010, Solicitud de datos: 4 de febrero de 2010.

Estimad@s Compañer@s:

Somos Jibrán Ramos y Marina Tlapalamatl, estudiantes de la carrera de Comunicación y Cultura (UACM). Nos encontramos realizando nuestra investigación de tesis acerca de los “**Usos y prácticas** que le brindan los **universitarios** de la UACM, **San Lorenzo Tezonco**, a las **Redes Sociales en Internet**”. Por lo tanto, si eres usuari@ de alguna Red como *MySpace*, *Twitter*, *Facebook*, *Hi5* o cualquier otra comunidad virtual, te pedimos que nos ayudes respondiendo el cuestionario que se te envía adjunto.

Tus respuestas serán de gran utilidad y la información que te estamos solicitando es absolutamente confidencial y con fines académicos.

Por favor, descarga, contesta y regresa tus opiniones.

Agradecemos tu cooperación.

Responsables de Investigación.

Jibrán Ramos Miranda.
Marina Tlapalamatl Tlapalamatl.
Lic. Comunicación y Cultura.

La entrega de encuestas se estimó en un periodo aproximado de 1 mes, obteniendo finalmente **200** encuestas digitales.

Esta técnica, permitió saber de forma más específica datos personales de los estudiantes, uso y manejo de la tecnología, hábitos, situación socioeconómica, así como información de las actividades en sus redes sociales, formas y modos de comunicarse y socializar, significaciones, opiniones y utilidades que encuentran los jóvenes de la UACM (SLT) en este tipo de comunidades virtuales. Sin embargo, la encuesta por Internet también llevó desventajas ya que debido a sus características, no hubo presencia física para resolver cualquier pregunta o aclaración que tuviera el informante, además que el tiempo de recolección de instrumentos, variaba según las actividades del estudiante; es decir, algunos cuestionarios llegaron a la brevedad y otros tardaron incluso semanas.

SEGUNDA FASE. Aproximación cualitativa.

Una vez obtenido el número de encuestas deseadas, se realizó la entrevista en profundidad. Para lo cual, fueron seleccionados **92** de los estudiantes en base a su perfil que mostraron en las encuestas, definido a partir de la frecuencia con que utilizaban sus redes sociales, el uso que le otorgaban, los conocimientos que mostraban acerca del tema, además del interés y participación que denotaron por el estudio.

Se mandó a dicho número de informantes la invitación vía correo electrónico para colaborar en esta fase metodológica de la investigación, que tenía por objetivo ahondar sobre algunos tópicos relacionados a la encuesta.

El comunicado que se envió fue el siguiente:

Estimad@ compañer@:

Gracias a tu ayuda, nuestra tesis sobre los “**Usos y prácticas** que brindan los **universitarios** de la UACM, **San Lorenzo Tezonco**, en **Redes Sociales en Internet**” está siendo un éxito.

Sin embargo, para concluir nuestra investigación hemos pensado realizar una breve entrevista con algunos de los encuestados. La entrevista tiene por finalidad conocer más sobre tus actividades, comentarios y opiniones con relación a las Redes Sociales en Internet.

Por lo tanto, pedimos tu colaboración para entrevistarte brevemente dentro de las instalaciones de la UACM plantel San Lorenzo Tezonco. Te recordamos que las respuestas serán absolutamente confidenciales y con fines académicos.

Si deseas apoyarnos y conocer de cerca este proyecto, por favor mándanos un correo a **redes.sociales.uacm.@gmail.com** e indícanos tu respuesta, además del día o momento en que podríamos entrevistarte.

Agradecemos tu participación.

Responsables de Investigación.

Jibrán Ramos Miranda.

Marina Tlapalamatl Tlapalamatl.

Lic. Comunicación y Cultura.

De los 92 informantes sólo confirmaron **9 personas**, las cuales estuvieron organizadas para ser entrevistadas individualmente durante el mes de junio de 2010, en el cubículo D-201 de la UACM (SLT).³⁸⁹ Los objetivos de la técnica fueron conocer personalmente a los entrevistados, ahondar sobre su sentir, opiniones, conocimientos, valores, significaciones y capturar los comportamientos y actividades que desarrollan a través de las redes sociales en Internet; además de obtener un libre intercambio de información sin ningún tipo de presión.³⁹⁰

Posteriormente, se llevó a cabo con los 9 entrevistados un análisis etnográfico virtual de los respectivos perfiles en redes sociales. Por lo que, fue necesario enviar una solicitud de acceso a sus respectivas comunidades, con la intención de ser miembros y partícipes de la misma red social.³⁹¹ Una vez admitidas las solicitudes, se estableció analizar sólo **1 comunidad por informante**, para cual el parámetro de selección fue a

³⁸⁹ Entrevista en profundidad consulte **DVD**

³⁹⁰ La guía de entrevista para fines de practicidad y espacio se ubicó en el área de **Anexos C.D.**

³⁹¹ Se destaca, que la inserción, uso y dominio de redes sociales en Internet por parte de los investigadores ha sido desde el año 2005.

través de indagar cuál era la red social preferida y de mayor actividad por los informantes. Además, otro aspecto que se consideró fue tener distintas comunidades de estudio que mostrarán las características y dinámicas particulares de cada red social.

Finalmente, la etnografía virtual se llevó a cabo en las redes sociales de *Hi5*, *Facebook*, *MySpace* y *Twitter*; sitios que corresponde a las redes en donde los jóvenes tienen mayor actividad. El estudio se llevó a cabo del **13 de septiembre al 4 de octubre de 2010**, con un monitoreo continuo que pretendió cubrir la mayor parte de las actividades realizadas por los jóvenes y las interacciones con otros usuarios. Este parámetro de tiempo fue determinado, por el uso que cuantitativamente señalaron los estudiantes le otorgaban a sus redes sociales en Internet, así como por razones de estrategia metodológica en la que empíricamente se determinó que dicho período arrojaría datos suficientes para sustentar el estudio.

Durante la observación metódica del espacio y sus elementos, se involucró e interactuó con los participantes, se capturaron imágenes de sus perfiles, recopilaron fragmentos de sus comentarios y conversaciones, se registró el número de amigos, procedencia y frecuencia de contacto, además de indagar en el sentido y dinámica de las interacciones que se desenvuelven desde la plataforma de Internet a través de sus redes sociales.

TERCERA FASE. Análisis e Interpretación.

En esta tercera fase de la investigación, las encuestas por Internet fueron previamente exploradas con el propósito de conocer el tipo de información concedida por los informantes, para posteriormente elaborar el libro de códigos.³⁹² Las respuestas del instrumento cuantitativo (Encuesta por Internet), fueron codificadas a través del programa estadístico en ciencias sociales ***Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)***. El cual sirvió para obtener porcentajes y gráficas, además de cruce de variables que para los fines del estudio fueron acordes por su dimensión y objetivos. Finalmente, en este primer proceso de análisis a partir de los resultados estadísticos, se elaboró una interpretación que puntualiza el promedio general de los informantes en

³⁹² Consultar libro de códigos en **Anexos C.D.**

base a su perfil, conocimientos en computadora e Internet, hábitos, dinámicas en redes sociales en Internet y datos sociodemográficos.

En relación a las entrevistas en profundidad, todas las videograbaciones fueron digitalizadas y editadas procurando no perder la esencia de la entrevista, ni alterar contenidos. Posteriormente, por cada entrevista se transcribió la información más relevante que compete a los fines de estudio y posteriormente, se empleó para ser citada durante el análisis cualitativo. Asimismo, para analizar el material audiovisual, se retomó al sociólogo Luis Enrique Alonso, con los tres niveles de la entrevista en profundidad para determinar el sentido del discurso, los cuales son: El contrato comunicativo, que refiere al conocimiento general que tiene el entrevistado acerca del tema en cuestión. La interacción verbal, que indica la apertura comunicativa que existe por parte del entrevistado hacia sus interlocutores, así como el uso del lenguaje verbal y no verbal que emplean, y en general el protocolo que se desarrolla durante la entrevista. Finalmente, el universo social de referencia, que permite un análisis del papel social del informante con el objetivo de definir la actividad total del participante dentro de su contexto social.³⁹³

Por lo tanto, a través de este primer proceso cualitativo se profundizó sobre su sentir y opinar, así como se adentró a las situaciones en las que se encuentran y desenvuelven los informantes en torno a las redes sociales en Internet.

En lo que compete a la etnografía virtual, una vez que se vivió la experiencia de ser miembro, explorar y analizar el perfil de los nueve estudiantes dentro de sus comunidades virtuales, se dio paso al cierre de dicha técnica, una vez recabado el material suficiente para proveer un resultado representativo y considerar una flexibilidad interpretativa del fenómeno de estudio y de la complejidad que lo envuelve.

Cabe destacar, que las técnicas de entrevista en profundidad y etnografía virtual fueron expuestas dentro de un mismo análisis, con la intención de integrar datos y entretejer o correlacionar las prácticas y testimonios de los nueve jóvenes participantes.

³⁹³ Citado en: Marta Rizo. Op.cit. p.203.

CUARTA FASE. Resultados. Triangulación de métodos y teoría.

Finalmente, para concluir la investigación se utilizó la estrategia metodológica de triangular métodos³⁹⁴ (cuantitativo-cualitativo), y confrontarlos con la perspectiva teórica de estudio. Esto, con el propósito de presentar el cruce de información entre múltiples datos, análisis y teorías que darán por resultado, la conclusión final respecto al tema de estudio.

³⁹⁴ La triangulación es la combinación de dos o más estrategias diferentes de investigación, para el estudio de una misma unidad empírica o varias. La triangulación se usa para asegurar que se toma una aproximación más comprensiva en la solución del problema de investigación. Es decir, la triangulación envuelve datos, teorías, así como metodologías que proporcionan un acercamiento más sólido y desde diferentes perspectivas hacia el fenómeno de estudio.

CAPÍTULO VII. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

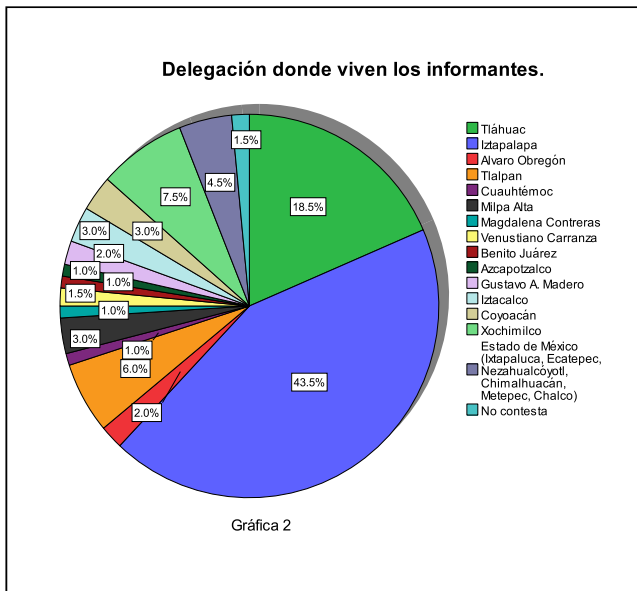
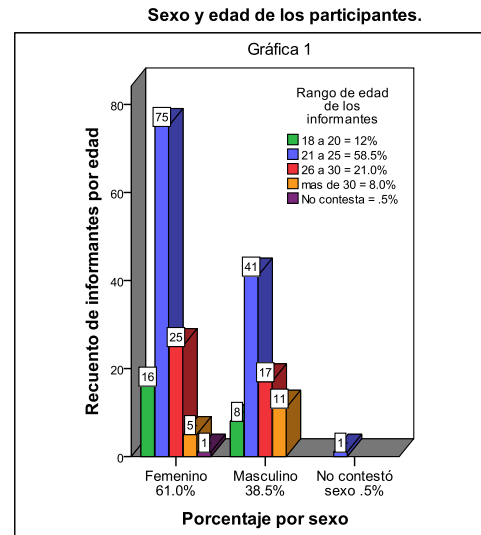
ANÁLISIS CUANTITATIVO

VII.1.Datos estadísticos.

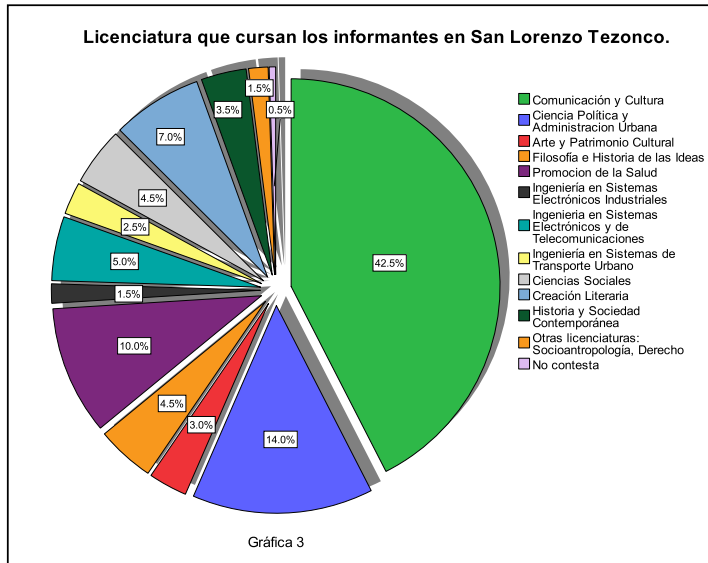
ENCUESTA POR INTERNET

Datos personales y académicos.

De acuerdo a la muestra de 200 informantes, el 61% son mujeres, mientras que el 38.5% son hombres y sólo una persona con el .5% se abstuvo de contestar. En relación al rango de edad, de los 21 a los 25 años fue el sector que mayor participación tuvo durante la investigación alcanzando el 58.5%, seguido del 21% correspondiente al rango de los 26 a los 30 años. (Véase gráfica1)



En torno al lugar de residencia, los sujetos de estudio habitan principalmente en las delegaciones Iztapalapa con el 43.5%, Tláhuac con 18.5%, Xochimilco con 7.50%, Tlalpan con 6% y sucesivamente el Estado de México con el 4.5%. Cabe destacar, que el resto de las demarcaciones políticas figuran en la investigación a excepción de Cuajimalpa y Miguel Hidalgo de las cuales no se obtuvieron informantes. (Véase gráfica 2)



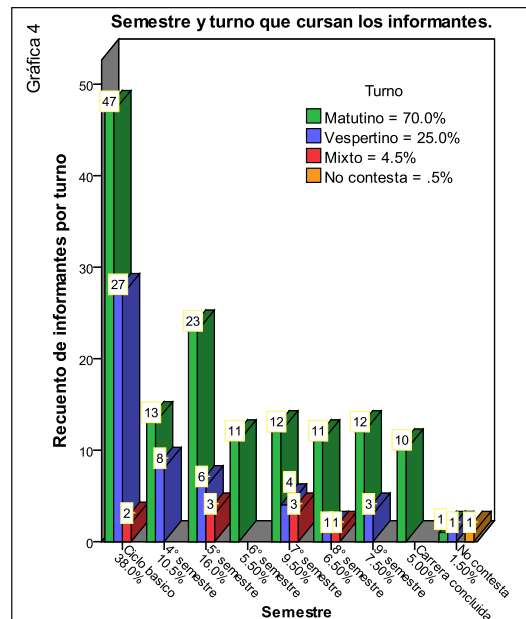
Con relación a la licenciatura, se logró tener participantes de todas las carreras impartidas en la UACM, San Lorenzo Tezonco (SLT). De las cuales, la que mayor porcentaje alcanzó fue la de Comunicación y Cultura con el 42.5%; frente a la de Ingeniería en Sistemas Electrónicos Industriales, Filosofía e Historia de las Ideas y otras licenciaturas, que sólo

obtuvieron un porcentaje menor al 2% respectivamente. Las cifras que se aprecian en la gráfica 3, tienen relación en torno al registro de estudiantes inscritos por carrera en 2010.I, detallado anteriormente.

Por otra parte, la mayor cantidad de informantes con 70% corresponde al turno matutino, el 25% al vespertino, el 4.5% a ambos turnos y sólo el .5% no respondió.

Respecto al semestre que se cursa, la mayor participación con el 38% fue de ciclo básico. En tanto, los semestres que menor intervención tuvieron fue 6° con 5.5%, y estudiantes con carrera concluida con 5%. (Véase gráfica 4)

Posteriormente, las respuestas de los participantes registran que el 55.5% son solter@s, el 32.5% tiene novi@, el 6% está en unión libre, el 3.5% casad@, el 1.5% divorciad@, el .5% se encuentra viud@ o separad@, el .5% no respondió su estado civil y finalmente del total de los informantes, sólo el 10% tiene hij@s.





Computadora.

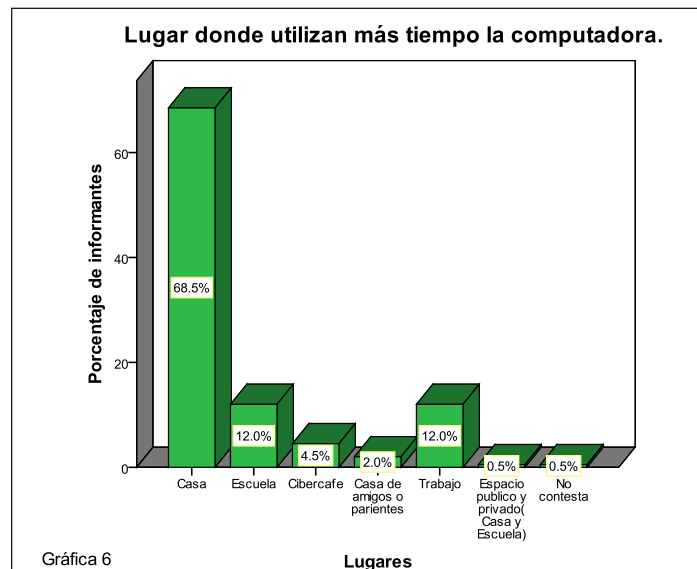
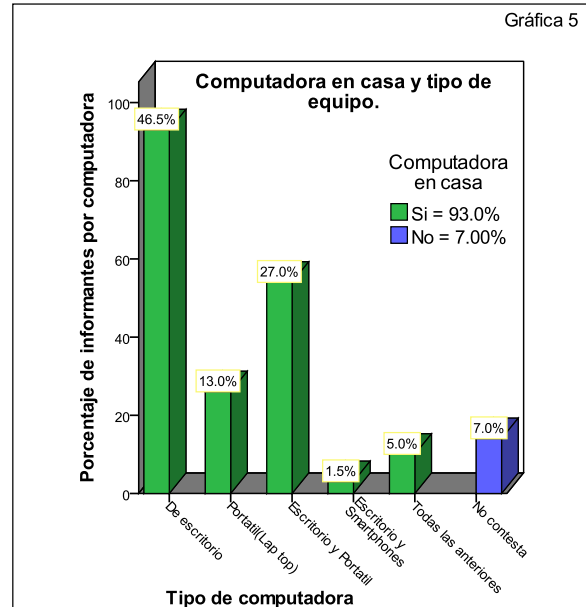
El apartado tiene por objetivo conocer todo lo relacionado a la adquisición, uso y aprendizaje que han tenido los informantes en relación a la computadora. En tal sentido, las respuestas arrojaron que el 93% de los estudiantes cuenta con computadora, la cual adquirieron en un promedio de 3 y 10 años. De ellos, el 46.5% posee sólo 1 equipo de cómputo de escritorio y 27% además de haber adquirido su computadora fija tiene una portátil.

Conjuntamente, una fracción menor concernida al 13%, muestra que algunos informantes han preferido adquirir una *Lap top* en relación a una computadora de escritorio u otro tipo de dispositivos. Mientras que los *Smartphone*, aún se encuentran lejos de las preferencias o posibilidades de los estudiantes, alcanzando una relación mínima del 6.5%.

(Véase gráfica 5)

Según los datos proporcionados, el espacio en el cual los informantes ubican su computadora refiere a su habitación y entre los lugares menos usuales, se encuentra el pasillo cerca de las habitaciones y el cuarto de un familiar.

Respecto al lugar donde ocupan más tiempo la computadora, la casa fue el área de primer elección con el 68.5%, seguido de la escuela y el trabajo con un 12% respectivamente. (Véase gráfica 6)



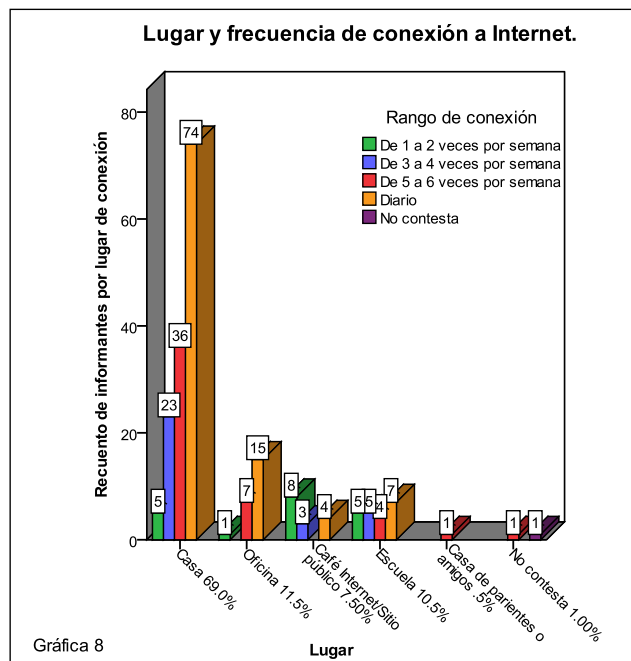
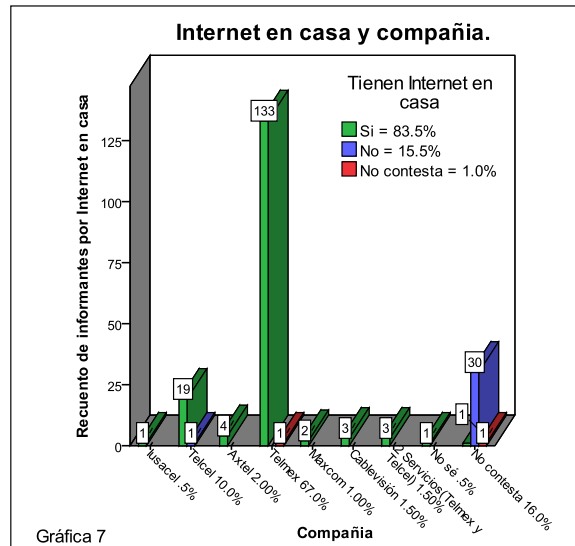
En tiempo de saber utilizar una computadora, 144 informantes refieren que tienen conocimiento de la misma, desde hace más de 7 años y su modo de aprendizaje fue a partir de una educación informal que comprende tomar un curso de informática, leer un manual, explorar por su propia cuenta, en el trabajo o bien acudiendo a un cibercafé.

Internet.

La encuesta realizada registra que el 83.5% de los participantes goza de Internet en casa; de los cuales el 68.5% adquiere dicho servicio con la compañía *Telmex*, con cobertura de banda ancha no menor a 1 MB. En segunda opción la vía de conexión a Internet fue *Telcel* con el 11.5%.

(Véase gráfica 7)

De acuerdo con el 79% de los informantes, las tecnologías que emplean para navegar en Internet son básicamente dispositivos fijos, tales como computadora de escritorio y en un mínimo porcentaje consola de videojuego. Además, la mayoría de los partícipes señala no compartir la computadora con ninguna persona y de ser lo contrario, el rango de sujetos con quien llegan a utilizar el equipo de cómputo es de entre 1 a 3 personas. Se puede observar a detalle en la gráfica 8, que el lugar donde los jóvenes se conectan a Internet con

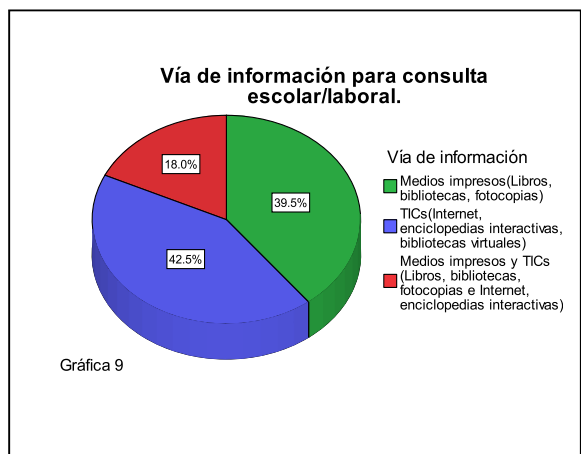


mayor frecuencia, concierne a la casa con una relación del 69%, seguido de la oficina con 11.5% y la escuela con 10.5%, dejando a los cibercafés o sitios públicos en el 7.5%. Hecho que refleja, el alcance que ha tenido Internet para que un mayor número de personas cuente con este servicio desde la privacidad y comodidad de su casa y pueda navegar sin tener que pagar altos costos, como en algún momento lo representó acudir a un cibercafé. En esta misma línea de investigación, el 50% de los informantes respondieron entrar diariamente a Internet y quienes lo hacían en una frecuencia menor de 5 a 6 veces por semana fue el 24.5%.

Entre las utilidades que los informantes le otorgan a Internet, se halla como primera opción consultar y enviar correos electrónicos, en segunda realizar actividades escolares y en una tercera elección la mensajería instantánea (*Messenger*). A su vez, del total de casos expuestos el más alto porcentaje de 39.5% ubica a las redes sociales entre el 3° y 5° de sus preferencias y tan sólo una fracción menor del 9%, las sitúa como una de sus actividades preponderantes en la Red.

Hábitos.

Los encuestados señalaron a Internet y al celular como los dos medios de comunicación que les permite estar informados; situación que pone a los medios electrónicos como televisión y radio en una segunda posición, seguidos por medios impresos. Asimismo, respecto a los medios que consultan para actividades escolares y/o laborales, se tiene que los medios impresos han dejado de ser la vía primordial para informarse, situándose las TICs como primer elección entre el agrado de los informantes. (Véase gráfica 9)



Respecto a las 5 actividades que realizan habitualmente los encuestados, la primera se relaciona a dinámicas de la escuela con una frecuencia de 193 personas, en segundo lugar navegar en Internet con 155, mientras que la familia se ubicó en un tercer plano

con 145 respuestas a favor y en una frecuencia menor de 57 informantes quedaron las actividades relacionadas al trabajo. No obstante, cuando se cuestionó a los jóvenes con quién pasaban más tiempo dentro de su rutina diaria, éstos respondieron que procuraban convivir con la familia en un 42.5% y después con amigos en un 23%.

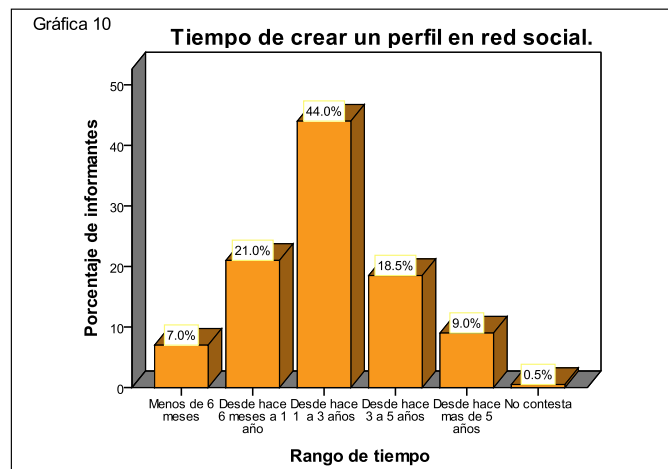
Refiriendo al lugar donde los sujetos hacen fácilmente amigos, los resultados apuntaron que los espacios públicos como escuela, calle e iglesia son áreas predilectas para dicha dinámica social. En tanto, para fines de la investigación, se revela que Internet se halla distante de ser un lugar idóneo para hacer nuevos amigos, ya que únicamente el 9.5% relacionado a 11 personas, aseveran crear lazos de amistad a través de la Red.



Redes sociales en Internet.

Los datos expuestos hasta el momento, tienen la intención de describir el perfil de los encuestados y brindar un esbozo del entorno bajo el cual se han relacionado y han hecho uso de la computadora e Internet. Por su parte, el presente apartado lleva el objetivo de dar a conocer en base a los 200 encuestados, la inserción que han tenido los jóvenes de la UACM, plantel (SLT), en el mundo de las redes sociales, las actividades que en ellas realizan, su utilidad e importancia en el devenir cotidiano y, en general, información que permita tener conocimiento de las dinámicas y características comunicativas y de socialización que construyen los estudiantes a través de este tipo de comunidades virtuales.

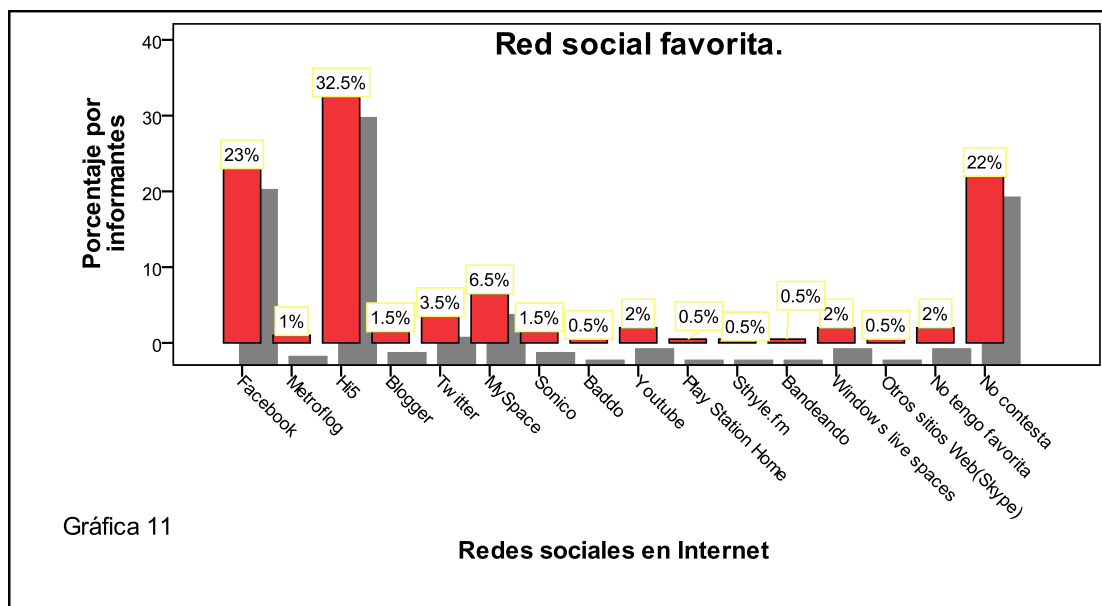
Por lo tanto, del número total de la muestra se obtuvo que el 100% de los participantes indican tener al menos una red social en Internet, la cual fue abierta en los últimos 5 años, tal y como se ilustra en la gráfica 10.



De las redes sociales que tienen los estudiantes, los resultados arrojaron que el 99% cuenta con perfil en comunidades de interacción social como *MySpace*, *Facebook*, *Hi5*, *Sonico*, *Badoo*, *Tagged*, *Orkut*, *Skoost*, *Sthyle.fm*, *¿Cuánto me das?* y *Netlog*. Con un porcentaje menor al 50%, asumen tener una cuenta en redes sociales enfocadas a subir fotos y/o videos como *Youtube*, *Flickr*, *Metroflog* y *Viadeo*; finalmente en un tercer plano ubican a comunidades dirigidas a informar tales como *Twitter* y *Blogs*.

Partiendo del rango de edad promedio de los participantes, se reflejó que el rango de 21 a 25 años de edad tiene como red social favorita a *Hi5* con un 32.5%, mientras que la población de 26 a 30 años prefiere *Facebook* con 23% y *MySpace* con 6.5%.

(Véase gráfica 11)



Según los encuestados, además de pertenecer a redes sociales como las antes citadas, una porción por debajo del 30% está inscrito en grupos o comunidades encauzadas a cuestiones educativas de la UACM,³⁹⁵ después en redes musicales como *ICAN Productions*,³⁹⁶ *Real techno samples*,³⁹⁷ *Bandeando*,³⁹⁸ *Universal Stereo*³⁹⁹ y sitios de cantantes sin especificar cuáles; seguido de redes para socializar como *Gente*

³⁹⁵ Entre las comunidades existentes se cita: Blog. [Academia de Leguaje y Pensamiento – UACM](http://lenguajepensamiento-uacm.blogspot.com/). Disponible en: <http://lenguajepensamiento-uacm.blogspot.com/>

³⁹⁶ Red social en Internet. [Ican Productions](http://www.residentadvisor.net/review-view.aspx?id=6086). Disponible en: <http://www.residentadvisor.net/review-view.aspx?id=6086>

³⁹⁷ Foro. [Real techno samples](http://www.idmforums.com/showthread.php?t=34810). Disponible en: <http://www.idmforums.com/showthread.php?t=34810>

³⁹⁸ Red social en Internet. [Bandeando](http://www.bandeando.com.mx/). Disponible en: <http://www.bandeando.com.mx/>

³⁹⁹ Red social en Internet. [Universal Stereo](http://universalstereo.mx/). Disponible en: <http://universalstereo.mx/>

linda,⁴⁰⁰ *Urbanismo*,⁴⁰¹ *Comunidad ecuatoriana*⁴⁰² además de sitios *Punk* y *Skate* de los cuales no se tiene registro del nombre de la comunidad.

Respecto al motivo de ingreso a redes sociales, los encuestados revelaron con el 38.5% que entraron a este tipo de comunidades con la intención de producir información, comunicarse con familiares, amigos y otras personas conocidas, así como para expresar opiniones. Como segunda razón, el 20.5% señaló haber accedido por simple curiosidad; mientras que el 14.5% expuso que fue con el objetivo de conocer y reencontrar gente, compartir objetivos e intereses en común promocionar sus oficios y actividades, además de pertenecer a una sociedad más justa y democrática.

Respecto de por qué continúan los estudiantes en redes sociales, las respuestas apuntaron por ser una vía para la comunicación y el contacto sin importar distancias y tiempo, simultáneamente de ser redes incluyentes. Posteriormente declararon, por la libertad de expresión que ofrecen las redes sociales, la posibilidad de producir una página propia, la generación de información y el alcance para conocer usuarios de otras culturas.

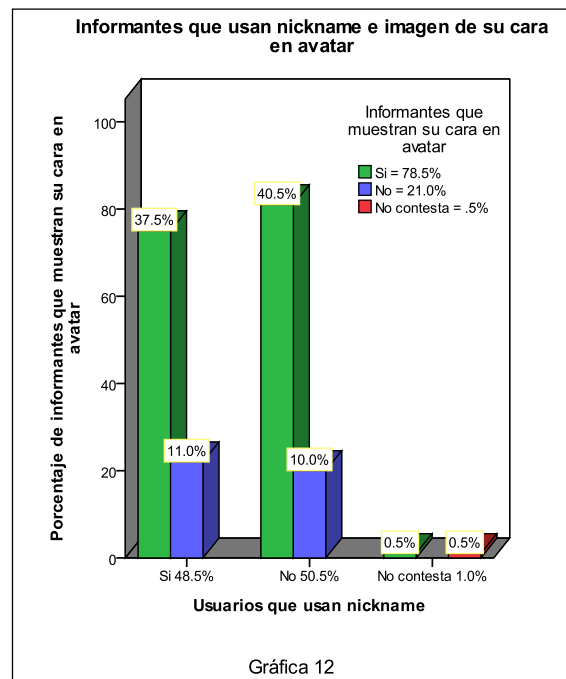
Según el 53% de los participantes, el tiempo que pasan diariamente en redes sociales es menor a 1 hora, a diferencia del 33% que dedica de 1 a 2 horas, el 8.5% de 2 a 4 horas y la porción más baja con el 3.5%, de 4 a más de 6 horas al día.

En otro aspecto, el 48.5% acostumbra poner sobrenombre en redes y de la población total, el 78.5% afirma subir una imagen que muestre su identidad en *avatar*.

(Véase gráfica 12)

En lo que compete a la actividad primordial que suelen realizar los jóvenes dentro sus

comunidades virtuales, la comunicación fue su dinámica predilecta; es decir, expresar



⁴⁰⁰ Red social en Internet. *Beautiful people*. Disponible en: <http://www.beautifulpeople.com/index/es>

⁴⁰¹ Foro. *Urbanismo*. Disponible en: <http://www.wikio.es/sociedad/urbanismo>

⁴⁰² Red social en Internet. *Comunidad ecuatoriana*. Disponible en: <http://www.comunidadecuatoriana.com/>

sus ideas, mandar mensajes y conversar. En tanto, como actividad secundaria está el subir y comentar fotos, compartir videos e intercambiar música; mientras en tercera opción se encontró el difundir noticias y eventos e informarse, en simultáneo con cuestiones enfocadas al entretenimiento, como seguir la pista de contactos, visitar otros perfiles, jugar o dar obsequios. En contraste, la dinámica que menos realizan concierne al activismo político. (Véase grafica 13)



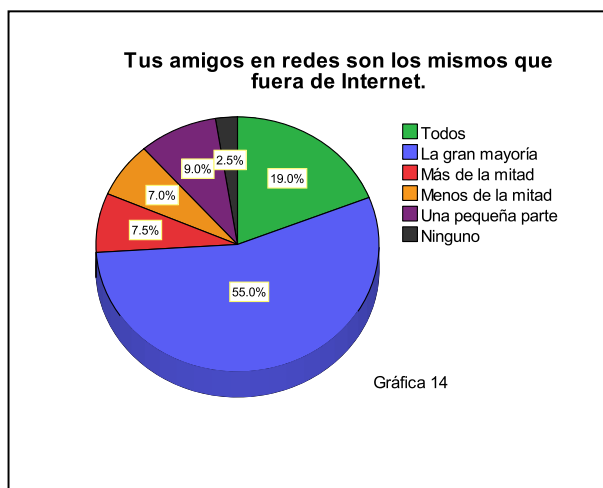
El 74% de la población investigada, revela que la mayoría de sus contactos en redes sociales corresponden a las mismas personas que conocen fuera de Internet; mientras que el 23.5% asegura que la mitad del número de contactos son sujetos que desconocen totalmente.

(Véase gráfica 14)

En términos generales, los informantes plantean no haber hecho nuevos amigos dentro de estas comunidades virtuales, sino más bien ocupar estos sitios para mantener sus relaciones previamente establecidas.

Por el contrario, quienes afirman haber construido vínculos de amistad a través de redes en Internet, responden a un promedio de 1 a 25 amigos.

Cuando se les cuestionó a los estudiantes el tipo de personas que suelen añadir a sus redes, reconocieron, en el siguiente orden, aceptar a todo tipo de personas

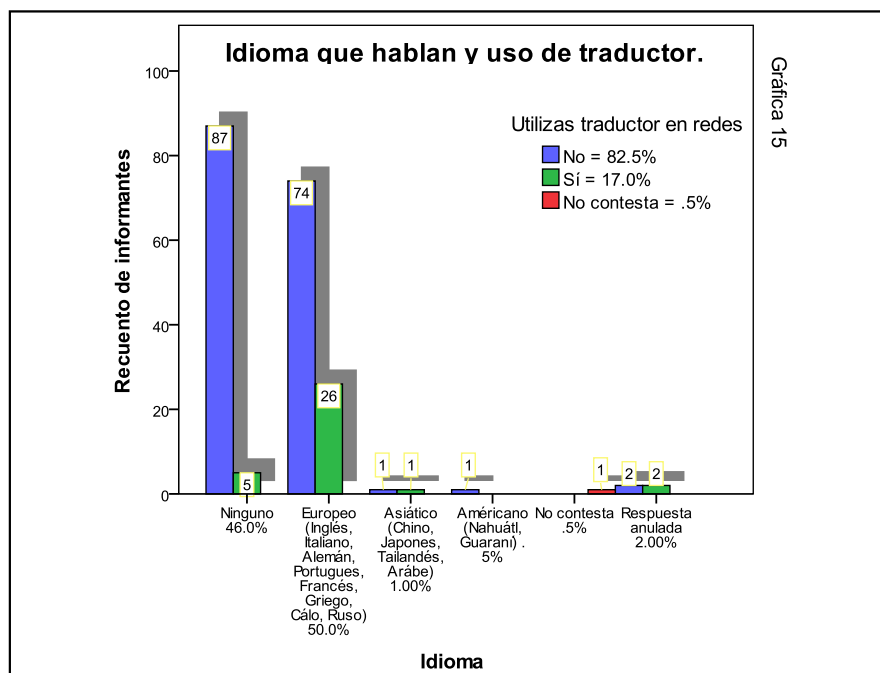


relacionadas al mundo académico e intelectual, del espectáculo, estudiantes de la universidad, personas cercanas como amigos, conocidos y del trabajo; situando en las últimas opciones a gente del mundo artístico, deportivo y encuadernadores.

Asimismo, los encuestados señalan en un 62.5% no requerir de una *Webcam* para ver a sus contactos mientras están en redes. Concerniente al ámbito afectivo, el 86.5% refirió no haber entablado relaciones amorosas en redes sociales, a comparación del 12.5% que confirmó lo contrario.

De acuerdo, a los territorios geográficos los jóvenes tienen amigos o contactos principalmente de América Latina, en segundo lugar de Norteamérica, después de Europa y posteriormente de ciudades de la República Mexicana.

El 50% de los informantes manifestó que además del español domina una lengua europea⁴⁰³ y, en algunos casos, se apoyan de traductor para comunicarse. En un porcentaje cercano al 46%, los encuestados confirmaron no tener noción de ningún idioma o dialecto distinto al español; sin embargo, de esta cifra el 2.5% recurre a un traductor cuando necesita estar en contacto. (Véase gráfica 15)

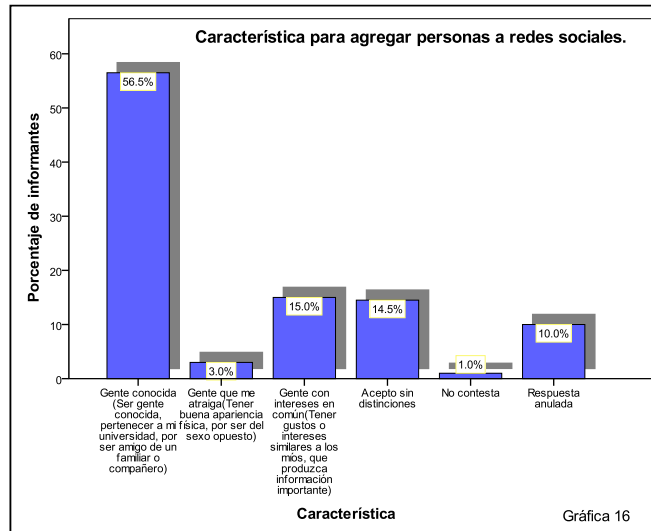


⁴⁰³ Lengua Europea integrada por Inglés, Italiano, Alemán, Portugués, Francés, Griego, Caló o Ruso.

La característica principal que toman en cuenta los participantes para agregar personas a su red, radica con el 56.5% que sean personas conocidas y después con un 15% que sea gente que tenga intereses en común.

(Véase gráfica 16)

En cuanto a seguir o estar al pendiente de las actualizaciones de algún perfil en particular, el 67% ratificó no tener esa costumbre.



De las herramientas que ofrecen las redes sociales, las de interacción son las que han utilizado casi todos los informantes, entre las que se encuentran el comentar, chatear, etiquetar amigos, crear un álbum, poner estados de ánimo y frases. En un menor uso, se ubicaron las herramientas para compartir información y datos tales como subir música, videos, fotos, invitar o recomendar eventos. Mientras, en último lugar, se colocaron las herramientas de diversión consideradas como los *test*, juegos en línea, dar obsequios, obtener monedas y ligar con miras a una relación amorosa.

En este sentido, ya que las herramientas comunicativas fueron las de mayor uso por los encuestados, estos indicaron que prefieren comunicarse de manera privada, lo cual refiere al *Chat*, mensajes privados, hablar virtualmente y mensajería instantánea. En una segunda elección, recurren a comentarios y boletines públicos.

Respecto a los temas por los cuales se comunican en redes sociales, más del 50% de los informantes revelaron abordar cuestiones sociales, seguido de asuntos escolares y culturales. Mientras que temáticas familiares se ubicaron en una cuarta posición, quedando en las últimas opciones tópicos relacionados a cuestiones laborales, amorosas, de política y asuntos deportivos.

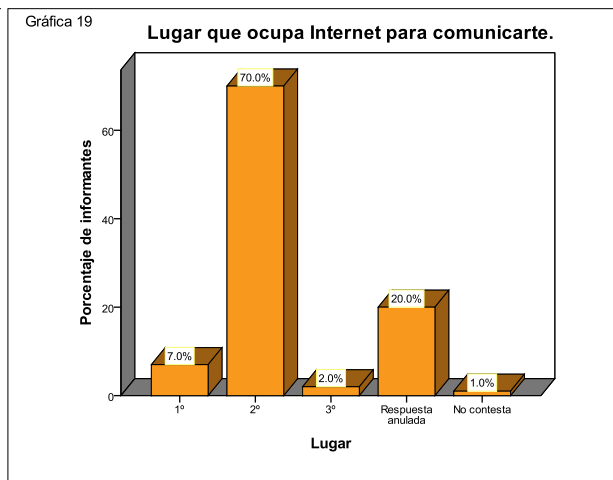
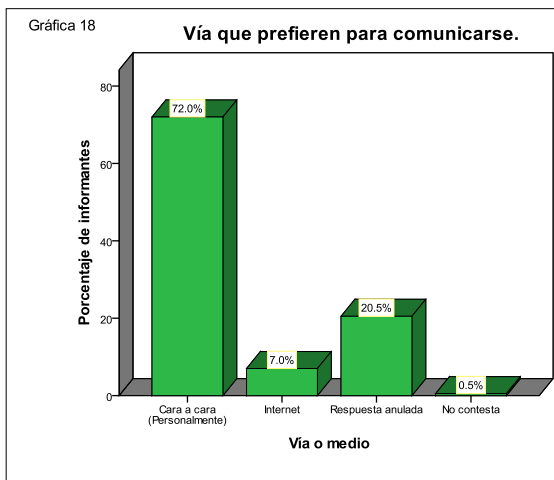
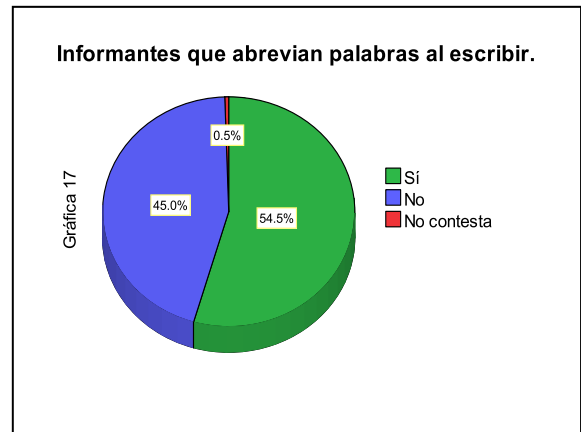
Por otra parte, el 44.5% de los estudiantes comentaron tardar en promedio de 1 a 2 días para contestar cualquier mensaje enviado a través de redes sociales; el 20.5% señala responder inmediatamente; y, el 17%, de 3 a 4 días. Cabe subrayar que una

pequeña cifra de jóvenes, registrada con el 4.5% revela no dar respuesta a ningún tipo mensaje.

Del total de casos, más de la mitad afirmó abreviar palabras mientras escribe en redes sociales en Internet. (Véase gráfica 17)

En otro orden de ideas, los jóvenes de la UACM (SLT) externan que prefieren comunicarse a través de dinámicas que sean cara a cara y, aunque Internet no alcanzó a ubicarse como primera vía, ésta ha representado una alternativa importante para

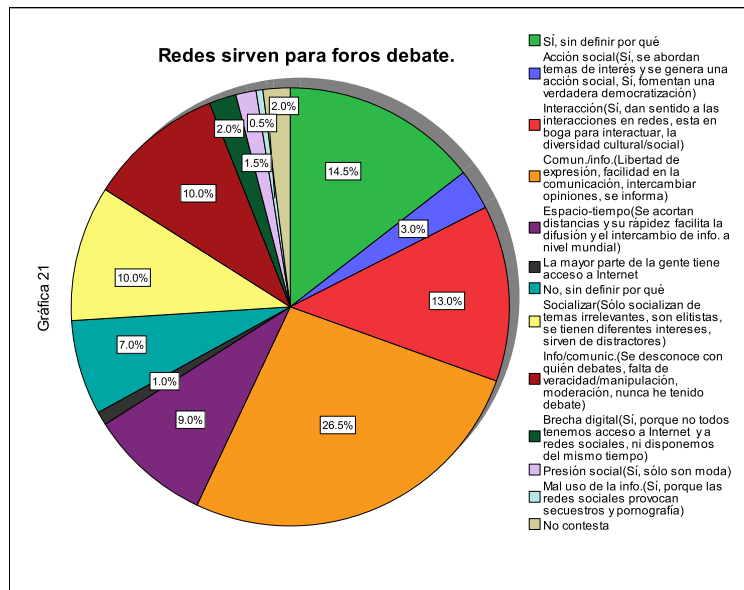
el 70% de los estudiantes. (Véase comparativa de gráficas 18 y 19)



De acuerdo a las respuestas de los estudiantes, las redes sociales facilitan la comunicación en un 33%, a partir de que son una vía accesible para estar en contacto e interactuar con amigos y/o familiares, así como por el intercambio de ideas, información, difusión y conocimiento que proporcionan. Posteriormente, con un 19%, se obtuvo que las redes sociales contribuyen a la comunicación debido a que son rápidas e inmediatas, acortan tiempos, costos y distancias. (Véase gráfica 20)



Concerniente a la información que se intercambia en redes sociales, el 91.5% de los encuestados dice no confiar; en cambio, reconocen que dichas comunidades virtuales pueden convertirse en grandes foros de debate para problemas nacionales e internacionales, debido a que brindan la posibilidad de mantenerse informados, de intercambiar opiniones y de ser un espacio de libre expresión y retroalimentación en distintos temas. Asimismo, los informantes conciben, en una segunda postura, que los foros de debate no son más que el reflejó y sentido que tienen las redes sociales en Internet; además consideran que estos espacios, debido al auge que están alcanzado, pueden funcionar efectivamente para la interacción entre grupos culturales y socialmente diversos. (Véase gráfica 21)

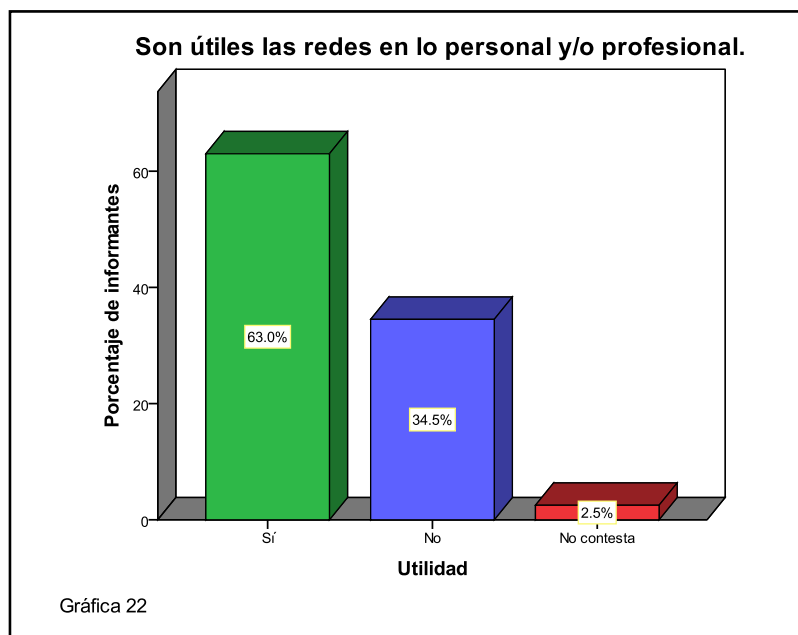


En torno a las situaciones positivas que los jóvenes encuentran en redes sociales en Internet, se enfatizó que favorecen primordialmente para socializar; es decir, en torno a prácticas de reunirse con amigos y/o familiares, crear lazos de amistad, participar y compartir con otras personas, conocer gente con gustos similares, promocionar oficios y actividades o bien para ser miembro de una sociedad que, para los informantes, se percibe más justa y democrática.

En los aspectos negativos, los encuestados expusieron que a través de las redes sociales se hace mal uso de la información conduciendo a engaños, secuestros o robo de identidad y, en una segunda posición, enfatizaron la apatía para reunirse con amigos y/o familiares y la pérdida de tiempo para otras actividades.

En términos generales, para el 40% de los informantes, las redes sociales no han significado ningún cambio en su vida o no lo han detectado así, y para quienes sí lo ha representado, las redes sociales han facilitado el contacto con amigos y familiares distantes, les ha permitido conocer a más personas, organizarse en grupos y, también, ha aumentado la autoestima de los usuarios. Todo esto, a la par de haber adquirido nuevas habilidades para comunicarse y expresar fácilmente sus opiniones.

Finalmente, para 63% de los estudiantes, las redes sociales en Internet han sido útiles en la vida personal y/o laboral. (Véase gráfica 22)





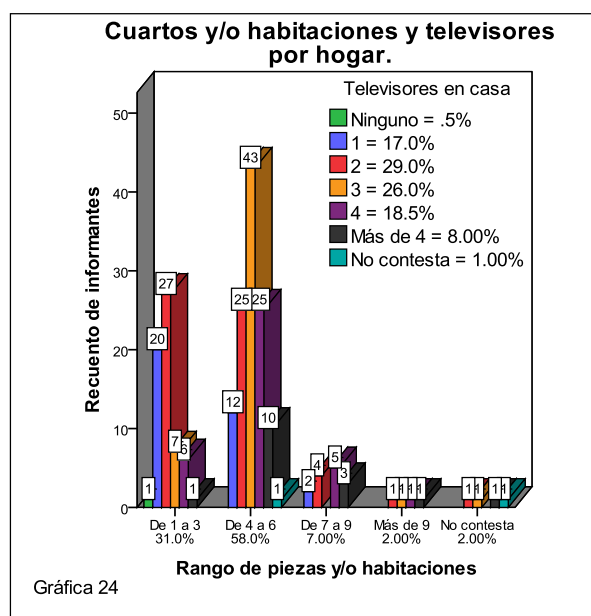
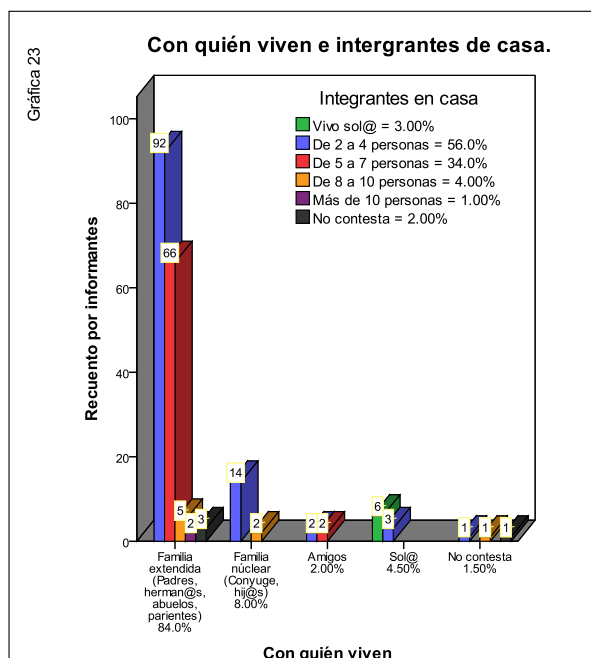
Datos sociodemográficos.

El 84% de los estudiantes señala vivir con su familia extendida, constituida ya sea por padres, herman@s, abuel@s o parientes. Con un número de integrantes que oscilan de 2 a 7 personas por vivienda.

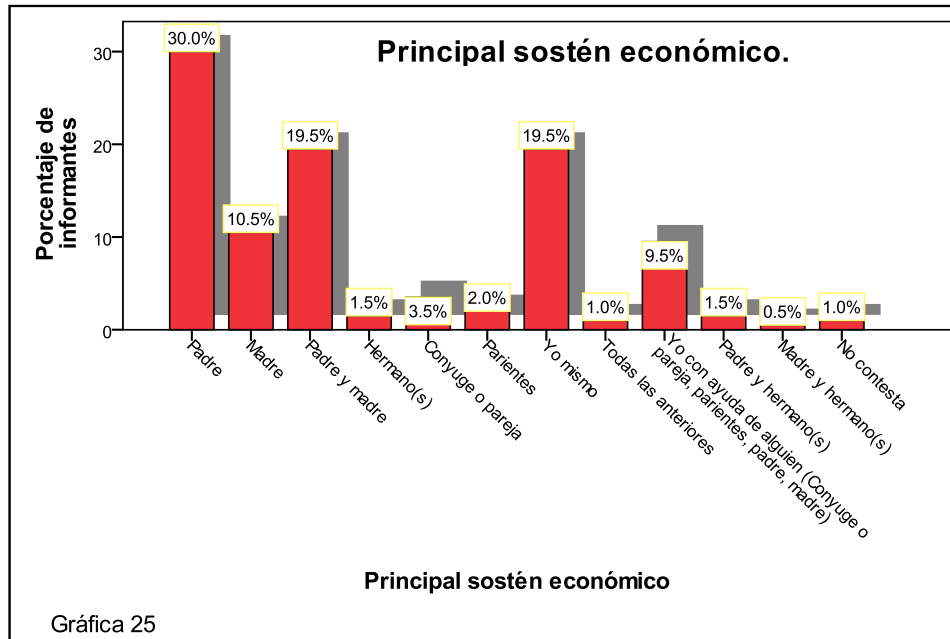
De los hogares que cuentan con niños, el 55% mencionó no tener ninguno, a diferencia del 45% que reveló tener de 1 a 4 menores de edad. (Véase gráfica 23)

En promedio, los hogares de los informantes tienen de 4 a 6 cuartos y/o habitaciones. Además, según los datos, el 73% tiene de 2 a 4 televisores, lo cual refleja que aproximadamente por la mitad del número de cuartos se localiza un aparato de televisión.

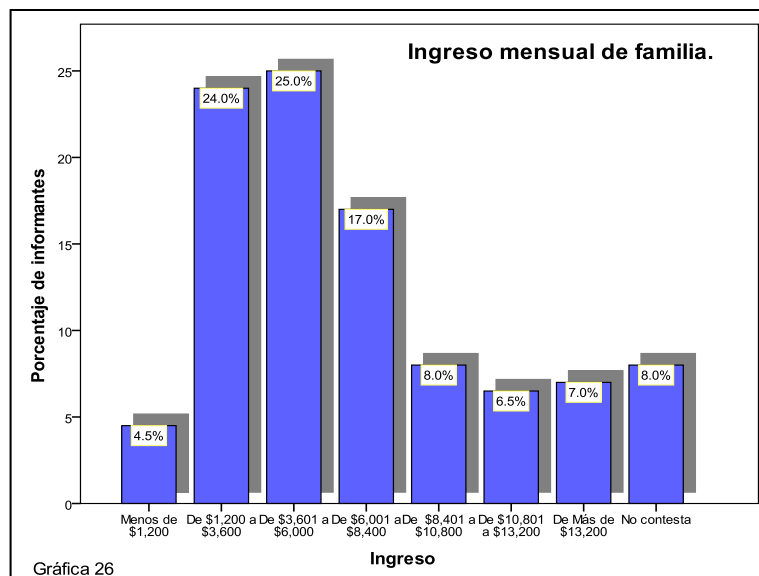
(Véase gráficas 24)



De la muestra de participantes, se obtuvo que el principal sostén económico de la familia es el padre con 30%, seguido de ambos padres y del propio estudiante con una relación del 19.5% respectivamente. (Véase gráfica 25)



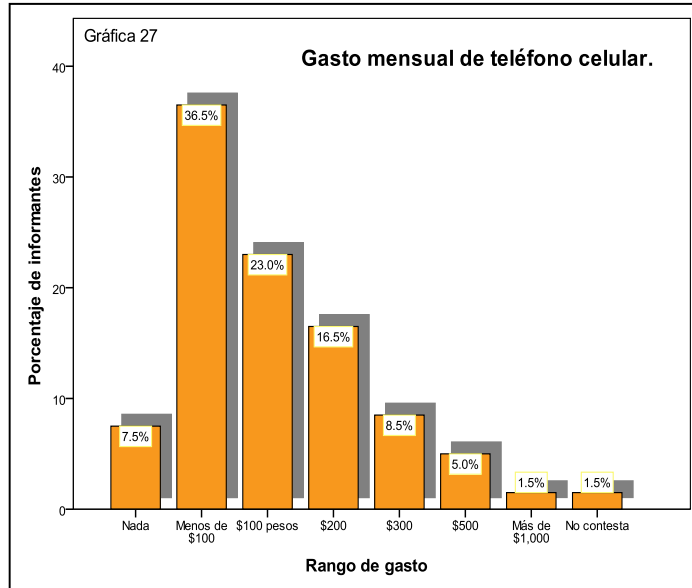
El ingreso económico mensual por familia asciende, en promedio, de los 1,200 a 8,400 pesos; sin embargo, como se aprecia en la gráfica 26, son más los estudiantes que asumen un capital de 3,601 a 6,000 pesos mensuales, hecho que no hace más que constatar que el ingreso por hogar sigue siendo el mismo con relación al último estudio efectuado en 2008 por la UACM. (Véase gráfica 26)



Los estudiantes gastan en celular menos de 100 pesos al mes y, quienes invierten más de 300 pesos en este tipo de móviles, corresponde a una minoría del 15%.

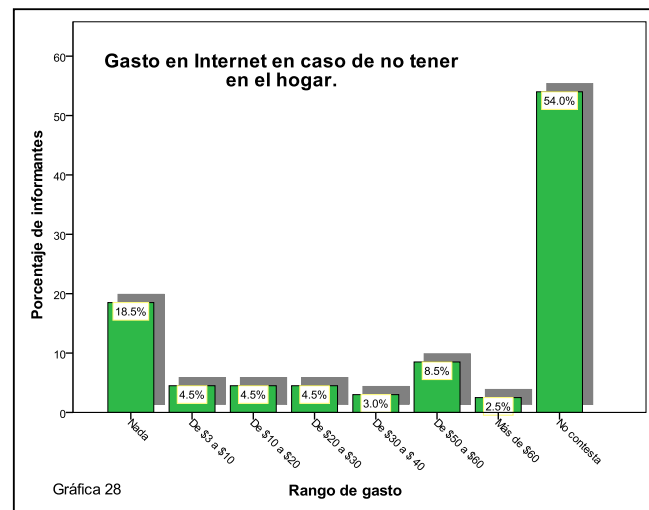
(Véase gráfica 27)

A partir de esto, se concluye que la mayor parte de los informantes no usa el celular para navegar en Internet, sino más bien lo hacen a través de computadoras de escritorio o *Lap top*.

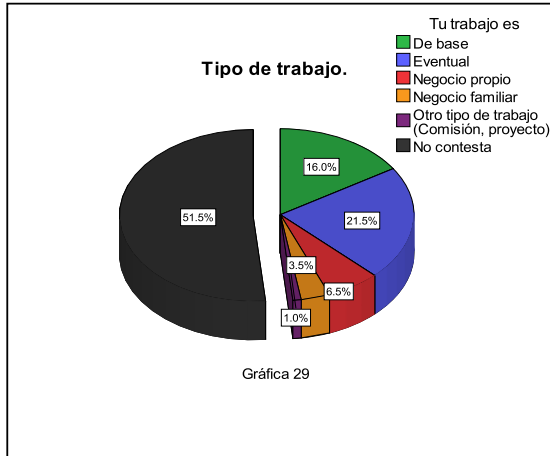


En este sentido, el pago que realizan los jóvenes respecto al servicio de Internet en casa asciende a los 300 pesos, costo que supone la tarifa de la compañía *Telmex*, de la cual un 65% de los estudiantes son clientes. En tanto, quienes pagan por Internet de 400 a 700 pesos, son el 11.5% que señalaron contar con el servicio de la compañía telefónica *Telcel*.

Los estudiantes que gozan de Internet en casa, respondieron no invertir ningún tipo de monto económico para acceder a Internet desde fuera de casa. No obstante, los informantes que no disponen de dicho servicio, revelaron acudir a sitios para navegar solventando un costo de 50 a 60 pesos por tiempo de consulta. (Véase gráfica 28)

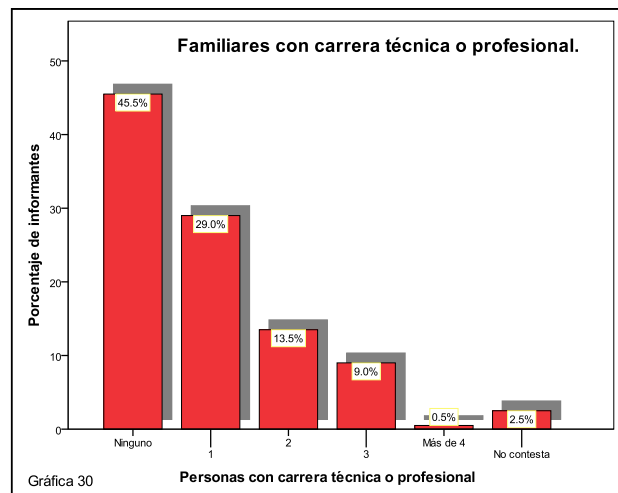


Del total de casos, el 48.5% trabaja y obtiene una ganancia no mayor a los 1,000 pesos semanales.



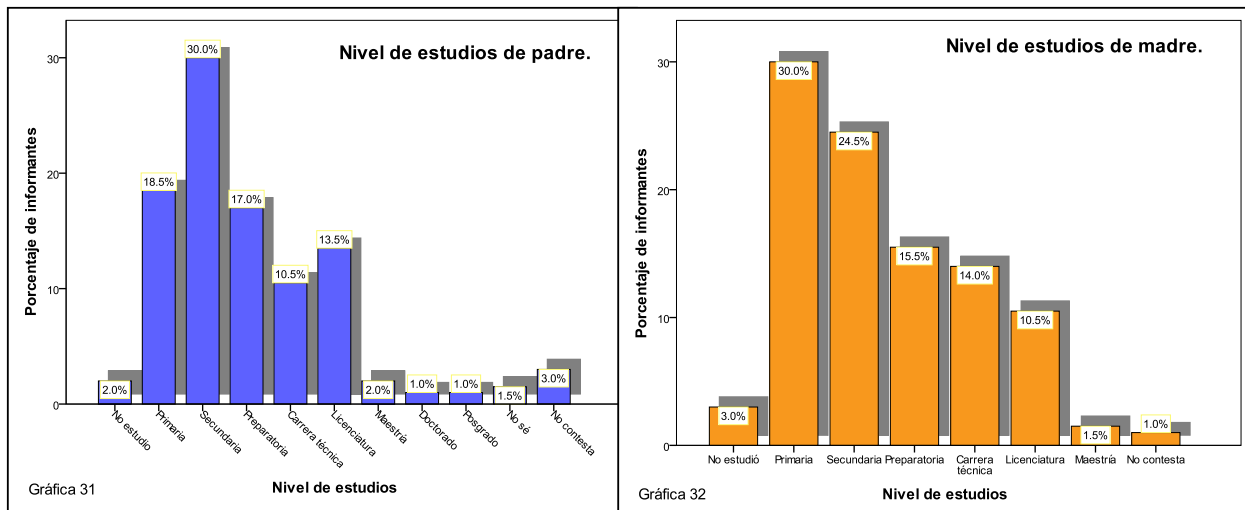
La gráfica 29 muestra que de los estudiantes que trabajan, el 32.5% tiene la facilidad de disponer de un horario flexible debido a dedicarse a oficios eventuales, familiares, propios, de comisión o proyecto. El 16% restante, pertenece a un trabajo de base, que le impide disponer totalmente de sus actividades y tiempo en redes sociales en Internet. (Véase gráfica 29)

De los familiares de los estudiantes, el 45.5% externó no tener ningún familiar con carrera técnica o profesional y quienes indican tener al menos 1 persona, responde al 29%. (Véase gráfica 30)



El nivel de estudios que tienen los padres de los estudiantes, concierne a un grado de secundaria por parte del papá y a un nivel primaria para mamá; es decir, ambos llegaron hasta un nivel básico de escolaridad.

En las siguientes gráficas se observa cómo la preparación de los padres ha sido diferente en torno al grado que han alcanzado cada uno; además, se refleja que una porción mínima de los padres no cuenta con ningún tipo de preparación educativa. (Véase gráficas 31 y 32)



De las tecnologías que poseen los informantes, el celular fue el dispositivo que el 90%; de los jóvenes de la UACM (SLT) tienen, después con un 70% colocaron los aparatos de computadora como *Webcam*, *Scanner*, impresora y micrófono. Asimismo, la mitad de los estudiantes reveló tener una cámara digital y un reproductor de música, dejando en último lugar a los videojuegos. (Véase tabla de frecuencia)

Tecnología que tienen los informantes	Frecuencia de informantes
Celular	185 personas
Computadora	153 personas
Reproductor de música	113 personas
Cámara digital	103 personas
Videojuegos	59 personas
No contesta	7 personas

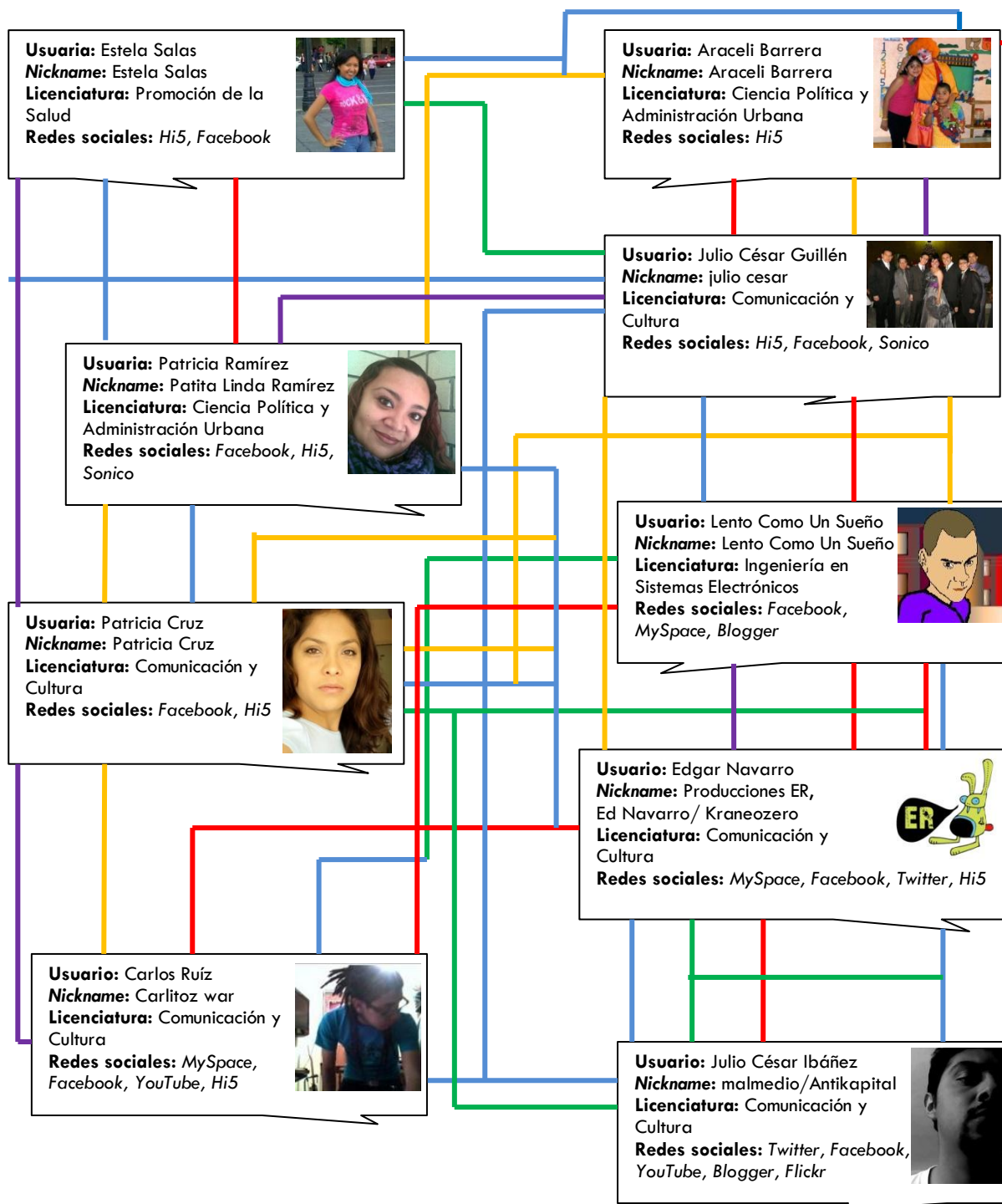
ANÁLISIS CUALITATIVO

I love Facebook: Intente olvidarte, quise ignorarte, pero no pude dejar de pensar en tí...te extraña tanto que hoy vine a reconciliarme contigo JAJAJAJA....eres una adicción para mí....eres un fácil por que andas con muchos pero eres lo maximo jajajaja.

Patita Linda Ramírez⁴⁰⁴

⁴⁰⁴ Tomado del perfil de Patita Linda Ramírez. [Facebook](http://www.facebook.com/?ref=home#!/profile.php?id=1115577080). Secc. Muro. Disponible en: <http://www.facebook.com/?ref=home#!/profile.php?id=1115577080>, Tomado el 16 de Noviembre de 2010.
NOTA: Todas las notas tomadas de los perfiles virtuales de los informantes, fueron transcritas con la misma ortografía y redacción con que fueron elaboradas por sus autores.

IDENTIFICACIÓN DE LOS INFORMANTES. ESTUDIO CUALITATIVO.

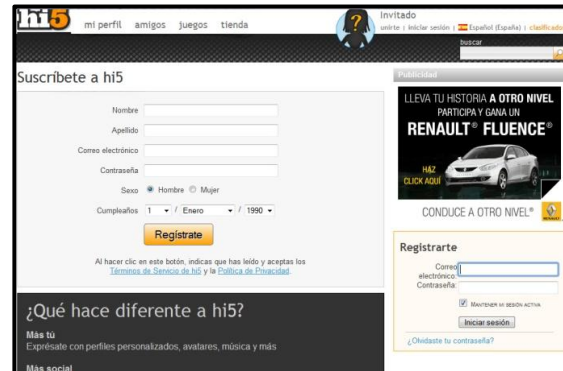


VII.2. Análisis de entrevista en profundidad y etnografía virtual.



Al acceder la dirección electrónica <http://hi5.com>,⁴⁰⁵ el explorador de Internet muestra una pantalla sobria que contiene el logotipo de la red social *Hi5*, herramientas que está posee, anuncios publicitarios, un formato de datos personales que el usuario deberá llenar con nombre, correo electrónico y fecha de nacimiento, seguido de un mensaje que de modo imperativo invita a los cibernautas a suscribirse a dicha comunidad virtual.

(Véase imagen)



Al deslizar la barra de navegación interna del explorador, se observa un *banner*⁴⁰⁶ en color oscuro que expone en base a tres puntos, las particularidades que ofrece *Hi5* como son: **Más de ti mismo**, **Sé más social** y **Más diversión**.⁴⁰⁷ Consignas por las cuales, la red social reitera el motivo o razón para integrarse a sus *bytes*⁴⁰⁸ sociales.

Una vez que se introduce correo electrónico y contraseña personal, se abre una pantalla que contiene **Notificaciones** donde se le informa al usuario de sus **Mensajes**, **Solicitudes de amistad**, **Invitaciones para usar aplicaciones**, además de un registro de **Visitantes recientes** y la opción para comunicar **¿Qué estás haciendo ahora?**. En la parte central, se encuentra un recuadro con una serie de **Sugerencias** de contactos que administra el mismo *software*,⁴⁰⁹ y que permite ampliar la red de amigos. Por debajo de está, se localizan las **Actualizaciones de amigos** y finalmente, en la parte derecha se sitúa un *banner* designado **Los mejores Artículos**, orientado a ofrecer regalos que pueden ser obsequiados entre los usuarios. Además un buscador interno,

⁴⁰⁵ Red social. *Hi5*. Disponible en: <http://hi5.com>, Consulta: 15 sep. - 4 oct. 2010.

⁴⁰⁶ Consulte glosario.

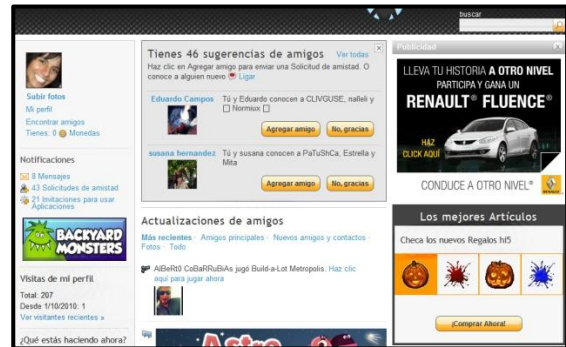
⁴⁰⁷ Red social. *Op.cit.* Disponible en: <http://hi5.com>

⁴⁰⁸ Consulte glosario.

⁴⁰⁹ Consulte glosario.

en el cual es posible introducir nombre o e-mail⁴¹⁰ de la persona que se desea encontrar, como fue el caso de Julio César Guillén, uno de los nueve informantes que comentó en entrevista hacer uso constante de la red social *Hi5*. (Véase imagen)

*Las redes sociales en Internet y en particular Hi5 me han servido para mantener amistades y hasta encontrar algunas ofertas de trabajo...Ahora por medio de una computadora e Internet te puedes comunicar desde cualquier parte del mundo sin tener que ver a la persona. En general la tecnología te lo facilita todo.*⁴¹¹



*La computadora me sirvió para hacer mis trabajos y no tener que pagar 30 ó 40 pesos diarios; pero cuando ya tuve Internet en casa todo cambio, en vez de ayudarme para hacer los trabajos me clave en las redes sociales en Internet.*⁴¹²

Con dichas aseveraciones, se ratifica lo que José Luis Orihuela indica como la posibilidad que ofrece Internet para que cibernautas terminen con cualquier limitante del mundo físico y logren compartir experiencias, encontrar trabajo, establecer nuevas relaciones de amistad o pareja, entre otras actividades. Continuando con el proceso de búsqueda del perfil virtual de Julio César Guillén, se despliegan una serie de *avatares* que corresponden a dicho nombre y que funcionan como *link*⁴¹³ para direccionar al perfil deseado. Cabe subrayar, que el *avatar* de Julio César Guillén fue reconocido fácilmente entre las opciones, debido que antes de comenzar el análisis le fue enviada una solicitud para **agregar como amigo** a la red personal de *Hi5*,⁴¹⁴ misma que fue previamente aceptada por el informante.

Dentro del sitio de Julio César Guillén, se aprecia en primer plano una cabecera con fondo blanco donde aparece el logotipo de la red social y una serie de *links* que

⁴¹⁰ e-mail refiere al correo electrónico que permite a los usuarios enviar y recibir mensajes de forma instantánea (también denominados mensajes electrónicos o cartas electrónicas) mediante sistemas de comunicación electrónicos.

⁴¹¹ Julio Guillén. Características de la comunicación y socialización de los jóvenes estudiantes de la UACM, plantel San Lorenzo Tezonco en Redes Sociales en Internet. Entrevista de tesis, UACM, Formato DVD 1, México, 18/05/2010, Tiempo: 15:23 min. , Realizado por: Jibran Ramos Miranda y Marina Tlapalamatl, México, D.F, 2010.

⁴¹² *Ibid.* Tiempo: 2:10 min.

⁴¹³ Consulte glosario.

⁴¹⁴ Previo a este análisis, se abrió sin ninguna finalidad de estudio la cuenta de usuario <http://elperrozombie.hi5.com>, durante enero de 2008. Posteriormente, se hace uso de dicha cuenta para acceder a los perfiles de los sujetos de investigación.

direccionan hacia las herramientas **perfil personal**, **amigos**, **tienda**, **fotos**, **ligar**, **grupos**, **favoritos** y **encontrar amigos**. (Véase imagen)



Al indagar en la opción **ligar**, se halla una variedad de propuestas para entablar un vínculo afectivo con otros usuarios que mantienen cierta similitud al perfil. Sin embargo, en la parte derecha de pantalla se localiza un espacio para determinar específicamente el tipo de persona que se desea contactar de acuerdo a la edad, sexo y región.

Como ejemplo de esta dinámica, se muestra la imagen de una mujer mexicana que se describe como una chica soltera de 25 años, en busca de una relación amorosa. A la par, se dispone de una serie de pasos e hipervínculos⁴¹⁵ que facilitan el ligue con la persona en cuestión. (Véase imagen). Esto refleja lo señalado por Phillippe Quéau, quien asevera que dentro de las comunidades virtuales ocurren acontecimientos que producen y desempeñan un papel afectivo; donde a su vez, los individuos intercambian información y colaboran entre sí.



Posteriormente, se regresa a la pantalla principal de Julio César Guillén, misma que presenta como herramienta central **qué está haciendo julio cesar ahora**; la cual sirve para que el informante comunique a sus contactos desde actividades, sentimientos o cualquier situación por la que esté pasando el usuario, tal y como escribió de **Estado**: RARO EN MI PERO ME SIENTO BIEN SIN UNA SOLA GOTTA DE ALCOHOL EN MI

⁴¹⁵ Consulte glosario.

CUERPO..... YA SE QUE NO ES PARA TANTO, PERO A VECES ME GUSTA SER RIDICULO!!!!.⁴¹⁶

Debajo de este mensaje, se encuentra la **Información** personal de Julio César Guillén, como es: **Cumpleaños**, **Ubicación**, **Estado civil**, **Religión**, **Ciudad natal** y **Buscando**. (Véase imagen)



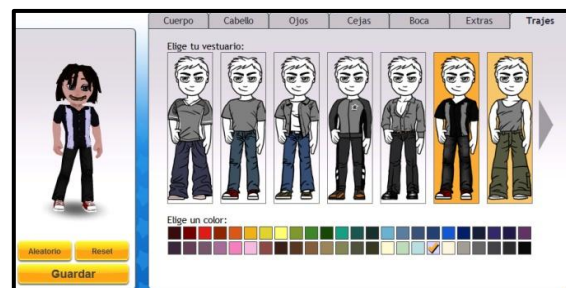
En esta última opción, Julio César expone su interés por *Conocer mujeres, Hacer amigos*. Respuesta que fue confirmada por el propio entrevistado al indicar:

*La primera red a la que accedí fue Hi5, por la curiosidad de encontrar amigos que ahora están en otras escuelas y también para hacer nuevas amistades...Al principio sólo tenía amigos de la universidad, pero poco a poco fui encontrando amigos de otras escuelas.*⁴¹⁷

Además, su espacio virtual verifica tal hecho al constatar que cuenta con 342 **Amigos**, de los cuales un porcentaje considerable corresponde a la UACM (SLT). Sin embargo, Julio César Guillén comentó que este número de amigos son contactos que aceptó por la sugerencia de amigos y en ocasiones, por indagar en la red social y descubrir un perfil que llamará su atención.

*En ocasiones ingreso a un perfil por curiosidad y verificó entre sus contactos si hay alguna persona conocida; de ser así, la agregó a mis contactos para ampliar mi red de amigos. También me fijó en que los perfiles sean interesantes, para agregarlos como amigos.*⁴¹⁸

Asimismo, en la parte central del perfil se aprecia un peculiar *avatar* en movimiento elaborado por el propio usuario a partir de herramientas que ofrece *Hi5* para simular la apariencia física del usuario. (Véase imagen)



⁴¹⁶ Tomado del perfil de julio cesar. [Hi5](http://hi5.com/friend/p191115630--julio%20cesar--html). Secc. ¿Qué está haciendo julio cesar ahora?. Disponible en: <http://hi5.com/friend/p191115630--julio%20cesar--html>, Consulta: 15 sep. - 4 oct. 2010

⁴¹⁷ Julio Guillén. *Op.cit.* DVD 1, Tiempo: 2:51 min.

⁴¹⁸ *Ibid.* Tiempo: 8:00 min.

Además este *avatar* tiene la función de externar el supuesto humor en que se encuentra actualmente el usuario: **Mi humor: Enamorado**.⁴¹⁹ (Véase imagen)



En la parte derecha del perfil, se localiza una barra que contiene la opción **Fotos**, la cual registra un total de 108 imágenes distribuidas en **8 Álbumes** con su respectivo nombre y número de fotos por álbum. Los retratos conciernen al propio usuario, amigos, lucha libre, fútbol y *The Beatles*. Se hace mención, que dentro de la exploración de estos álbumes, no hay un parámetro que determine en qué imagen termina una carpeta y en dónde comienza una nueva, dando la impresión que siempre se permanece dentro del mismo álbum. Además, de las fotos que comparte Julio César Guillén, la mayoría no tiene comentarios realizados.

A través del *link* **perfil de julio cesar**, se llega nuevamente a la pantalla principal, donde se observa que desde el ingreso a dicho perfil, aparece **una barra de juegos de Hi5**, que cruza toda la parte baja de la pantalla y pese a cambiar de una ventana a otra, ésta permanece estática y constante.

En tanto una barra llamada **Estadísticas**, localizada en la cabecera del perfil, determina mediante una especie de termómetro horizontal los 342 **Números de amigos**, los 372 **Comentarios** que ha recibido, 6 **Comentarios de las fotos**, 7 **Fives**, así como 244 **Recortes** que ha realizado. Estas dos últimas nomenclaturas, son exclusivas de *Hi5*; es decir, los **Recortes** son una bitácora referente a los cambios de **Estado** que ha escrito el usuario en su perfil. Los **Fives** refieren a pequeños íconos proporcionados por los contactos, en los cuales se brinda un apelativo o un incentivo de motivación al dueño del perfil. En el caso de Julio César Guillén, se han recibido: **Fives de lindo** (2), **Héroe** (1), **Fiestero** (1), **Súper genial** (1), **Mejor amigo** (1) y **Hermano** (1). (Véase imagen)



⁴¹⁹ Tomado del perfil de julio cesar. *Hi5*. Secc. Mi humor. Disponible en: <http://hi5.com/friend/p191115630--julio%20cesar--html>, Consulta: 15 sep. - 4 oct. 2010.

De regreso a la pantalla principal del perfil, se ubica por debajo de la información personal, un espacio con las últimas actividades que ha realizado Julio César Guillén en *Hi5*. Simultáneamente, un *banner* que invita a los amigos de Julio César a enviarle un regalo digital, además de un *link* con publicidad que promueve jugar fútbol en línea con otros usuarios. (Véase imagen)



*Únicamente comento los perfiles y las fotos de mis amigos, en ocasiones llego a enviar abrazos. He visto que hay juegos, pero no sé utilizarlos y mejor los abandono.*⁴²⁰

En esta columna de **Actualizaciones recientes**, se muestran fragmentos de los últimos comentarios que realizó el usuario a otros perfiles, las modificaciones de su espacio y los contactos recientemente añadidos a su red social.

Asimismo, se observó que los mensajes enviados por Julio César Guillén en ocasiones cuentan con reemplazo de letras, como es el caso de la "K" por la "C"; además de emplear recursos como imágenes que facilita la propia red social, con el objetivo de ratificar el mensaje. (Véase imagen)



No obstante, esta variación en la escritura fue aseverada durante entrevista, testificando que para comunicarse con sus contactos reduce palabras y hace cambio de letras;⁴²¹ así como, el estilo de redactar sus mensajes exclusivamente con letras mayúsculas.

*En las redes sociales me expreso mejor que cuando estoy directamente con una persona. En este medio me desinhibo más y simplemente se me facilita escribir, por eso me gusta más socializar por alguna red social.*⁴²²

*Dicen que es más fácil y cómodo acortar palabras porque en corto dices las cosas...es como el celular.*⁴²³

Tal declaración aborda lo expuesto por David Casacuberta, quien indica que el anonimato que se da en Internet, no necesariamente implica situaciones negativas para la comunicación entre usuarios, ya que la *Web* figura como una oportunidad para que

⁴²⁰ Julio Guillén. *Op.cit.* DVD 1, Tiempo: 7:16 min.

⁴²¹ *Ibid.* Tiempo: 12:18 min.

⁴²² *Ibid.* Tiempo: 4:17 min.

⁴²³ *Ibid.* Tiempo: 12:20 min.

las personas expresen sus ideas y opiniones sin inhibiciones o temor a represalias, cuestión que en ocasiones resulta difícil en la vida *Offline* de cualquier sujeto.

Por debajo de estas actualizaciones, se inscriben más datos personales de Julio César Guillén a partir de la herramienta **Acerca de mí**, donde el usuario se describe en torno a su personalidad, al amor, amistad, gustos musicales y cinematográficos, libros y aficiones.

En este espacio personal de Julio César Guillén, es importante resaltar la constante combinación entre caracteres mayúsculos y minúsculos, así como la ausencia de acentos y apóstrofes, como se muestra en la siguiente descripción de su música favorita:

Escucho de toda, pero no de toda me gusta. Generalmente oigo mas la duranguense pero eso si mi maximo son los BEATLES, JHON LENON, y los demas de hecho creo que HEY JUDE Y LET IT BE, son las mejores canciones que existen y todo el dia ando dsk cantándolas, (jajaja) o eso creo.⁴²⁴

A la derecha de esta columna informática aparece la sección **Amigos**, donde se muestran 19 *avatares* de los 342 contactos; a su vez, el mismo *software* destaca los 5 **Amigos en común** que se tienen con el usuario.⁴²⁵ Los *avatares*, aparecen con un título designado en redes sociales como *nickname*;⁴²⁶ nombre del usuario quienes en ocasiones no sólo recurren a letras del alfabeto, sino también agregan a su *nick* símbolos y combinaciones de letras mayúsculas y minúsculas, como se distingue en estos casos: “SoLEciTa”, “AnAbEI”, “PaTuShCa”, ““☆○○○○MuÑeKa○○○○☆””.⁴²⁷

No todos son realmente mis amigos...Con algunas personas mantengo una relación de amistad tanto en las redes como en la universidad. Otras personas solamente las contacto por las redes sociales y jamás hemos tenido acercamiento en la universidad.⁴²⁸

La siguiente columna, está relacionada a los **Grupos** a los que pertenece Julio César Guillén, donde inscribe: CENTRO DE ESTUDIOS DE LA COMUNICACION SOCIAL (CECS).⁴²⁹ El cual funciona también como *link* para direccionar al cibernauta hacia

⁴²⁴ Tomado del perfil de julio cesar. *Hi5*. Secc. Intereses personales. Disponible en: <http://hi5.com/friend/p191115630--julio%20cesar--html>, Consulta: 15 sep. - 4 oct. 2010.

⁴²⁵ *Ibid.* Secc. Amigos.

⁴²⁶ Consulte glosario.

⁴²⁷ Tomado del perfil de julio cesar. *Op.cit.* Secc. Amigos.

⁴²⁸ Julio Guillén. *Op.cit.* DVD 1, Tiempo: 8:39 min.

⁴²⁹ Tomado del perfil de julio cesar. *Op.cit.* Secc. Grupos.

dicha comunidad dentro de la misma red social de *Hi5*. Conjuntamente, otro *banner* pública que Julio César Guillén no ha jugado con ninguna aplicación recientemente. Además un apartado digital que recibe el nombre de **Diario**, donde el usuario presenta un pensamiento que no refiere si es una canción, poema de su autoría o de alguien más, y que lleva por título: “LA NOCHE QUEDO ATRÁS”.⁴³⁰ Finalmente, se tienen un recuadro

que manifiesta que Julio César ha utilizado las **Aplicaciones PhotoBuzz, SuperComments y YouTube Greetings**.⁴³¹

En la parte derecha inferior se encuentra un recuadro que lleva por títulos **Comentarios | Ver todos los comentarios | Envía una Blast Card**, seguido de una pequeña pantalla en blanco donde se escribe el mensaje y el cual es remitido a través de un botón digital denominado (**Post Comment**), que indica en inglés enviar comentario.

En este espacio, se distinguen las conversaciones o tópicos que abordan los diferentes contactos y que a su vez, repican a los mensajes que Julio César Guillén escribió en los sitios virtuales de sus contactos. Por ejemplo, la red social *Hi5* le sirve a Julio César Guillén para comunicar acerca de citas fallidas, saludos, una próxima boda, recordatorios, felicitaciones de cumpleaños, charlas relacionadas a la lucha libre y en general, mensajes que tienen como intención afianzar o mantener los lazos de amistad. (Véase imagen)



Cabe señalar, que de los 20 mensajes mostrados en pantalla, 17 tienen como emisor a una mujer y sólo 3 vienen de algún amigo de Julio César Guillén.

En este sentido, el informante mencionó la importancia que tienen los comentarios de sus amigos dentro de su red social, debido a que representan una forma para acrecentar su autoestima.⁴³² Esto puede relacionarse con lo expuesto por Francisco Campos Freire, quien señala que las redes sociales en Internet están siendo un

⁴³⁰ *Ibid.* Secc. Diario.

⁴³¹ Estas herramientas son un complemento de *Hi5* para crear avatares animados (PhotoBuzz), enviar imágenes a los perfiles de los contactos que incluyan algún mensaje (SuperComments) y editar fotografías y texto para añadir algunos efectos en los mensajes (YouTube Greetings).

⁴³² Julio Guillén. *Op.cit.* DVD 1, Tiempo: 16.12 min.

fenómeno de adhesión, debido a la necesidad psicológica por crear, mantener o alimentar contactos que progresivamente se conviertan en algo más serio y organizado.

Alguna vez se me ocurrió que mi perfil alcanzará los 1000 comentarios en un tiempo determinado, entonces comencé a comentar en varios perfiles para que después ellos me comentarán a mí, pero me di cuenta que no cualquiera te va a visitar y mucho menos escribir. Paso un mes y ni una visita, ni un comentario y pensé 'ya les deje de interesar a las personas de ahí'.⁴³³

Asimismo, al revisar los mensajes que dejaron los contactos de Julio César, no se encontraron mensajes que cambiaran o alteraran la sintaxis, como anteriormente se había observado en el perfil del informante. No obstante, se constató que en general los comentarios adecuan los signos de interrogación y admiración al final de la oración, como una regla propia del idioma inglés. Aunado a ello, estos signos se repiten consecutivamente al final de ciertas palabras, especulando que de alguna manera, se busca dar magnitud o relevancia a la intención comunicativa del mensaje.

Por otra parte, se evaluaron los períodos tan extensos para comunicarse entre contactos, como es el caso de “Belester” identificado como estudiante de la UACM (SLT), quien escribió un mensaje de aliento a Julio César Guillén con fecha del 16 de julio. Mientras que el usuario “Heidi”, universitaria del mismo plantel, fue quien recientemente le dejó mensajes consecutivos al propietario del perfil los días 14 y 15 de septiembre. Por su parte, Julio César Guillén externa que pese a ser las redes sociales un sitio para expresarse libremente sin ninguna inhibición; a veces sólo ingresa para observar lo que hacen los demás miembros de su comunidad.

Ha llegado a pasar que en fin de semana estoy en redes sociales desde en la mañana, aunque no siempre escribo, pero estoy sólo observo lo que los demás hacen o escriben.⁴³⁴

Finalmente, cuando se le pidió a Julio César Guillén ingresar a su red social en Internet, se observó que el informante posee una brecha digital en relación a los conocimientos que tiene del uso y manejo de dichas comunidades virtuales. Tal situación se le atribuye probablemente a la limitante de un equipo de cómputo reciente que le permita desarrollar diversas actividades o bien, la falta de conocimiento para familiarizarse con estos novedosos *softwares*; ya que Julio César Guillén indicó, que pese a haber tomado

⁴³³ *ibid.* Tiempo: 9:33 min.

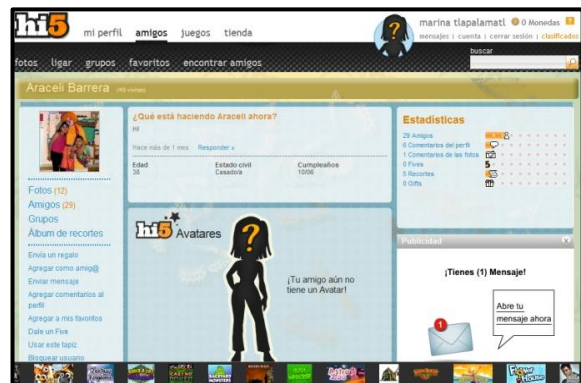
⁴³⁴ *ibid.* Tiempo: 5:22 min.

un curso de computación e inglés, él posteriormente sólo iba a los cibercafés a consultar su correo electrónico y navegar en páginas deportivas.⁴³⁵ Esto comprueba lo que Lidia Borgaminck señala como disparidad entre quienes tienen y los que no tienen acceso a las TICs, lo cual en el caso del entrevistado podría denominarse como tecnopobreza.

También, se comprobó que el informante tuvo que integrarse a las redes sociales en Internet por un asunto de presión social, misma que lo orilló a tener un aprendizaje básicamente empírico; aunado a una brecha generacional que le dificultó la inserción y gestión de plataformas sociales. Asimismo, el entorno familiar se ve limitado ante la adquisición de tecnología, debido a una solvencia económica o al desinterés por la misma.

*En casa, sólo tenemos una computadora que nos regalaron unos primos. Mi mamá no sabe utilizarla, mi papá tiene nociones de lo que es una red social en Internet, pero cuando le comento que para entrar necesita una cuenta de correo electrónico, él me dice... 'mejor no'. Mi hermana si tiene sus redes sociales, las checa cuando le doy chance como en 5 minutos, pero con ella no platico de estos temas; en ese sentido soy muy reservado.*⁴³⁶

Por otra parte, otra de las informantes de nombre Araceli Barrera, estudiante de la licenciatura de Ciencias Políticas y Administración Urbana; comentó hacer uso exclusivamente de la red social en Internet *Hi5*, con el propósito de monitorear las actividades que realiza su hija en dicha comunidad. (Véase imagen)



*Abrí la cuenta de Hi5 por mi hija. Una vez entre a mi correo y vi una foto que decía 'Paola acaba de subir esta foto', entonces le pedí una explicación... Después me tuve que involucrar un poco más para ver que había en Hi5 y ella me enseñó y me dijo cómo funcionaba. Fue la necesidad como madre de saber lo que mi hija estaba haciendo por razones de seguridad.*⁴³⁷

⁴³⁵ *Ibid.* Tiempo: 0:30 seg.

⁴³⁶ *Ibid.* Tiempo: 5:40 min.

⁴³⁷ Araceli Barrera. Características de la comunicación y socialización de los jóvenes estudiantes de la UACM, plantele San Lorenzo Tezonco en Redes Sociales en Internet. Entrevista de tesis, UACM, Formato DVD 1, México, 17/05/2010, Tiempo: 8:06 min., Realizado por: Ramos Miranda Jibran y Tlapalamatl Marina, México, D.F, 2010.

La informante también externó que el hecho de utilizar la computadora e Internet, fue una cuestión de carácter laboral y académico que le exigía un mayor uso de estos recursos tecnológicos; los cuales según Araceli Barrera, representan un privilegio frente a aquellas personas que no tienen acceso.

Al principio fue difícil incorporarme a la tecnología, porque cuando surgió Internet había muchos mitos de que enviaban pornografía, tú computadora se iba a llenar de virus por los cambios de fecha. Por eso, en un principio prefería no meterme a Internet y tener la computadora desconectada, pero después mi idea cambio porque te vas asesorando con el mismo uso.⁴³⁸

Por su parte, las redes sociales en Internet significaron para Araceli un asunto complejo de incorporar a sus actividades, debido a la desconfianza de compartir información que en ocasiones llegará a tener un mal uso por otros cibernautas.

Lo primero que supe de las redes sociales en Internet fue a través de los medios de comunicación, ahí me entere que te secuestraban, robaban y estafaban. Por ejemplo, mis hijos quieren comprar una membrecía para la red social Club Penguin, yo me niego a darles datos de mi tarjeta para que los metan a Internet...Sin embargo, ahora que sé de lo que tratan las redes sociales y que he visto que puedes dejar cartas, mensajes, que un día puedes tener tu espacio con estrellas y al otro día con un arcoíris, pues realmente me sorprende la creatividad que puedes llegar a desarrollar ahí.⁴³⁹

Así, al explorar el perfil de la informante se encontró que la estructura de la red social es básicamente la misma y que entre las diferencias notables se hallaba un número menor de **Amigos, Visitas, Fives, Fotos y Comentarios** en comparación al perfil de Julio César Guillén. (Véase imagen)



Respecto a la personalización del perfil, Araceli Barrera coloca en su pantalla principal un *wallpaper* o plantilla que luce tonos azules con pequeños detalles de mariposas y flores, que finalmente denotan sus gustos y describen parte de su personalidad.

En ocasiones el perfil de mis contactos me comunica algo, llego a intuir algunos estados de ánimo por los colores. A mí me gusta que si alguien entra a mí perfil, sepan que es lo que tengo o siento. Es como una casa, la cual me gusta que vean con cierto orden y que refleja algo de mí.⁴⁴⁰

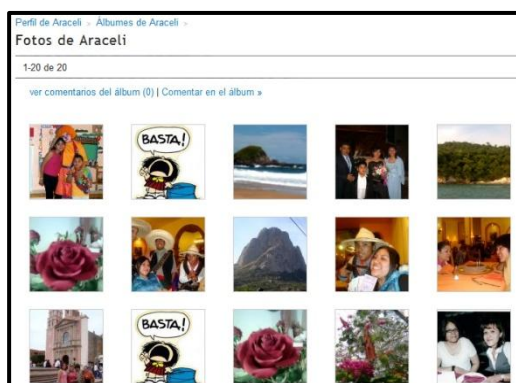
⁴³⁸ *Ibid.* Tiempo: 2:21 min.

⁴³⁹ *Ibid.* Tiempo: 7:22 min.

⁴⁴⁰ Araceli Barrera. *Op.cit.* DVD 2, Tiempo: 7:16 min.

Tal testimonio, confirma lo que Arturo Caro Islas entiende por una red social en Internet, como servicios donde se publican detalles de la personalidad con la finalidad de conocer gente que posiblemente intercambié gustos, opiniones similares, sin necesidad de conocerse físicamente. Posteriormente, al revisar la herramienta **¿Qué está haciendo Araceli ahora?**, únicamente la informante escribe un mensaje que dice: Hi!, y como parte de los datos personales, ella se presenta como una mujer de estatus casada con 38 años de edad.

Consecutivamente, Araceli Barrera sube como imagen de su perfil una fotografía donde se muestra disfrazada de payaso en compañía de sus hijos, la cual al darle *click* sobre el retrato, traslada al usuario hacia la zona de **Fotos** donde se halla 1 álbum con 20 retratos que no cuentan con ningún comentario u obsequio de otro contacto. (Véase imagen)



Asimismo, Araceli se limita a no brindar información referente a las imágenes a excepción de una foto que muestra una playa y la cual lleva por comentario: “como quisiera vivir ahí...”⁴⁴¹

De las **Actualizaciones recientes** que ha llevado la informante en su red social, apenas figuran 2 con una leyenda que indica que hace más de un mes que colocó imágenes en su **álbum**. Además sus actividades más frecuentes han sido relacionadas a visitar o comentar el perfil de su hija.

*Sólo verifico las actualizaciones del perfil de mi hija, porque me interesa saber qué le escriben, lo que platica. Pero aún así, lo he revisado sólo en 3 ó 4 ocasiones.*⁴⁴²

En el número total de **Amigos**, Araceli Barrera cuenta con un total de 30 contactos de los cuales, no se logró identificar a ninguno como estudiante de la UACM (SLT). Sin

⁴⁴¹ Tomado del perfil de Araceli. [Hi5](http://hi5.com/friend/photos/displayPhotoUser.do?photoId=5148205475&ownerId=103877707&albumId=155196329). Secc. Fotos. Grupos. Disponible en: <http://hi5.com/friend/photos/displayPhotoUser.do?photoId=5148205475&ownerId=103877707&albumId=155196329>, Consulta: 15 sep. - 4 oct. 2010.

⁴⁴² Araceli Barrera. Características de la comunicación y socialización de los jóvenes estudiantes de la UACM, plante San Lorenzo Tezonco en Redes Sociales en Internet. Entrevista de tesis, UACM, Formato grabación de audio, México, 17/05/2010, Tiempo: 20:28 min., Realizado por: Ramos Miranda Jibran y Tlapalamatl Marina, México, D.F, 2010.

embargo, se encontró que la mayoría de amigos oscilan entre los 15 y 18 años de edad, correspondiente a la misma edad que tiene su hija.

*Yo no mando invitaciones, sólo las amigas de mi hija me mandan invitaciones y en ocasiones visito sus perfiles. Tengo como contactos a mi hija, sus amigas, mis sobrinos y mis primos.*⁴⁴³

*No acepto las invitaciones de gente que no conozco. Hago excepciones con gente que he conocido en eventos académicos y mediante el intercambio de correos para mandar información. En caso de ser algún estudiante de la UACM, quizá lo meditaría a partir de su perfil en red social.*⁴⁴⁴

En tanto, el *banner* correspondiente a **Comentarios**, refleja que la actividad es casi nula al encontrar que el último mensaje fue *posteado*⁴⁴⁵ el 18 de junio de 2009, y concierne a una felicitación de cumpleaños extemporánea por parte de un familiar que envía una imagen a manera de postal.

(Véase imagen)

*Es padre cuando recibes un mensaje de alguien y tiene sus ventajas. Por mi ritmo de vida, yo no puedo tomar el teléfono y no puedo coincidir con la gente que me quiero comunicar, debido a los tiempos. Con las redes sociales, puedo mandarles algún mensaje, decirles si mi familia está bien y nos mandamos un abrazo. Todo eso me parece una buena ventaja.*⁴⁴⁶



Dicho testimonio sostiene el planteamiento de Enrique Bustamante, el cual refiere que las redes sociales como nuevas formas de interacción social, permiten un intercambio dinámico de todo tipo de información entre personas, grupos o instituciones, en contextos de complejidad a través del uso de la tecnología. Al seguir con la exploración del perfil, se distingue que los mensajes continúan con faltas ortográficas, a la par que se reitera, el uso excesivo de signos de exclamación, así como abreviatura en las palabras o cambio de letras, como es el caso de una amiga de Araceli Barrera cuyo nombre en *Hi5* corresponde a MaRTiLLAAA, y quien redacta el siguiente comunicado:

*HOLA HOLA Q LINDA PAIASITA JA, Q BIEN Q YA TIENE HI5 SEÑORA CUIDEC MUXIO UN BESO AH!!!Y LA QUIERO MUXIO ES USTD MUY LINDA CONMIGO GRACIAS X SUS CONSEJOS.*⁴⁴⁷

⁴⁴³ Araceli Barrera. *Op.cit.* DVD 1, Tiempo: 13:29 min.

⁴⁴⁴ Araceli Barrera. *Op.cit.* Formato grabación de audio, Tiempo: 23:50 min.

⁴⁴⁵ Consulte glosario.

⁴⁴⁶ Araceli Barrera. *Op.cit.* Formato grabación de audio, Tiempo: 28:38 min.

Se entiende que Araceli Barrera a pesar de tener una baja actividad en su red social, ésta comprende y asimila los códigos lingüísticos que emplea gran número de usuarios al escribir, debido a una necesidad por incorporarse a la comunidad virtual donde se desenvuelve su hija. No obstante, su inscripción en redes sociales en Internet refleja una brecha generacional que ubica a la informante, en lo que Lidia Borgaminck señala como disparidad entre quienes conocen y hacen uso de estos nuevos códigos y quienes se aglutinan en el uso de códigos tradicionales, como es el caso de Araceli Barrera.

Por otra parte, la informante externa que aunque ha tenido que ser miembro en este tipo de comunidades en Internet por cuidar a su hija, también las redes sociales le han permitido tener una vía alterna para comunicarse con gente residente en otras regiones del mundo.

Cuando hay distancia, sí me comunico por las redes. Tengo amigos que están en Estados Unidos y si coincidimos nos comunicamos. Luego estoy trabajando y me llega el mensaje que alguien se quiere comunicar conmigo.⁴⁴⁸

Tal testimonio apunta al planteamiento de Andrei Acuña, Gustavo Durán y Ronny O. Loria, quienes mencionan que las TICs poseen condiciones que permiten reducir tiempo y espacio en que se transmite la información. No obstante, la entrevistada comentó que hay límites que no deben traspasarse en que se sustituyan las actividades cara a cara por dinámicas virtuales.

Creo que una red social en Internet, nunca va a igualar o superar las relaciones sociales que se dan fuera de ellas. Puede apoyar alguna situación, pero no creo que iguale esas relaciones.⁴⁴⁹

Debe señalarse, que de las múltiples herramientas que ofrece esta red social no se encontraron mecanismos que permitieran a los usuarios mantener conversaciones en tiempo real o charlas instantáneas, ni se encontró ningún elemento para saber si algún contacto se encuentra *Online*, lo cual representa una limitante para la comunicación. Al mismo tiempo, para estar al tanto de los mensajes enviados o cualquier actualización,

⁴⁴⁷ Tomado del perfil de Araceli. *Hi5*. Secc. Comentarios. Disponible en: http://hi5.com/friend/p103877707--Araceli_Barrera--html, Consulta: 15 sep. - 4 oct. 2010.

⁴⁴⁸ Araceli Barrera. *Op.cit.* DVD 1, Tiempo: 8:38 min.

⁴⁴⁹ Araceli Barrera. *Op.cit.* DVD 2, Tiempo: 0:50 min.

es indispensable refrescar la página o utilizar la tecla **F5** del teclado. Condición que afecta el tiempo que se está llevando a cabo alguna retroalimentación comunicativa. Conjuntamente, socializar en *Hi5* resulta una práctica efectiva debido a sus herramientas que permiten desde crear un *avatar* con características físicas similares al del usuario, conocer personas nuevas, mantener relaciones previamente establecidas, estar al tanto de lo que realizan los contactos, entablar relaciones amorosas, jugar, tener una mascota virtual y alimentarla, comprar obsequios e incluso monedas para invertir en regalos digitales, y esencialmente se percibe como una red social enfocada a hacer amigos, divertirse y darse a conocer en un entorno virtual. (Véase imágenes)

*Me mantengo en esta red social, porque es una forma de mantenerme a la altura de mis hijos; porque si me preguntas, en lo personal para que yo socialice no las necesito.*⁴⁵⁰

*Yo creo que a los jóvenes la tecnología les implica un reto, porque si ya salió un programa que hace tal novedad, pues los jóvenes se las ingenian para hacer otra cosa distinta. Yo nací en otra generación y vivo en esta transición tecnológica. A diferencia de mis hijos, que nacen con toda esta tecnología como la PC; en mi infancia, tener una videocasetera era como un sueño y ahora mis hijos hasta queman discos o descargan películas de Internet o juegan con un X-Box.*⁴⁵¹



Respecto a la brecha digital que le ha implicado a Araceli Barrera estar en redes sociales en Internet, comentó:

*Hay cosas que no dominas por ignorancia, entonces yo en mi Hi5 no pude poner ciertos candados de seguridad... sin embargo, a esta red social ya le tengo un poco más de confianza y sé a quién enviarle una invitación o contestar, y a quién no. Hay redes que te generan más confianza que otras, por el conocimiento y tiempo de explorarlas. Por eso, yo sólo abro Hi5 cuando surge alguna necesidad.*⁴⁵²

⁴⁵⁰ *ibid.* Tiempo: 6:38 min.

⁴⁵¹ Araceli Barrera. *Op.cit.* DVD 1, Tiempo: 2:53 min.

⁴⁵² *ibid.* Tiempo: 9:45 min.

Por otra parte, cuando se le cuestionó a Araceli Barrera acerca de la inserción de los jóvenes universitarios de la UACM (SLT) en redes sociales en Internet, ella respondió que todos sus compañeros cuentan con *Hi5*, y que la utilidad que le han otorgado es primordialmente para socializar y por moda.

*Sería interesante que los estudiantes utilizaran las redes sociales en Internet para intercambiar opiniones sobre temas de interés común y académicos, y no sólo para socializar. No conozco algún foro de debate o académico donde participen los estudiantes de la UACM... Ayudaría mucho para las actividades académicas utilizar alguna red social. Asimismo, sería interesante intercambiar conocimientos sobre temas o libros en que todos los estudiantes nos pudiéramos ver beneficiados. Esta herramienta podría dar mucho, dependiendo de los objetivos que nos tracemos.*⁴⁵³

Además externó que las comunidades virtuales han sido un fenómeno que ha trascendido hasta el ámbito académico de la UACM (SLT).

*El maestro de inglés nos pidió que abriéramos una red social de Gmail, para intercambiar información. Esa la abrí, porque sé que es para ese uso y están mis compañeros e intercambiamos ejercicios. Pero esa red sólo la consulto, cuando tengo la indicación del maestro. Creo que es práctico utilizar las redes sociales en Internet para actividades escolares.*⁴⁵⁴

Sin embargo, Araceli Barrera reflexiona que las redes sociales en Internet, deberían ofrecer otro tipo de herramientas que permitan a los jóvenes no sólo usar estos espacios para prácticas sociales, sino también como lugares propicios para el aprendizaje.

*Yo propondría que en lugar de haber tanta publicidad en las redes sociales, hubiera datos como para saber quién inventó la radio o cuestiones de cultura general.*⁴⁵⁵

En otro orden de ideas, al indagar en el perfil de la entrevistada se encontró que *Hi5* permite a los miembros de su comunidad descargar la aplicación de la red social al móvil; esto con el objetivo de brindar acceso desde cualquier lugar a través de un teléfono celular con acceso a Internet. Ante esta posibilidad, Araceli Barrera refirió que no está dentro de sus intereses el adquirir un móvil con este tipo de servicios, y aunque sus hijos han insistido en tener estos nuevos dispositivos, ella considera que aún no es una prioridad; sin embargo, afirma que en un tiempo no muy lejano los costos de estos

⁴⁵³ Araceli Barrera. *Op.cit.* Formato grabación de audio, Tiempo: 41:17 min.

⁴⁵⁴ Araceli Barrera. *Op.cit.* DVD 1, Tiempo: 10:27 min.

⁴⁵⁵ Araceli Barrera. *Op.cit.* DVD 2, Tiempo: 3:20 min.

aparatos disminuirán y la mayor parte de la población verá beneficiada de entrar a sus redes sociales y estar conectados todo el tiempo y desde cualquier lugar.

He recibido mensajes en mi Hi5 que indican 'lo mandó desde su teléfono' y creo que esa forma de comunicarse va a llegar a un punto en que será más rápido, que incluso marcarle por teléfono a la persona.⁴⁵⁶

Creo que las redes sociales en Internet van creciendo y están lejos de una decadencia. Es probable que se explote más la publicidad y la información, pero en general considero que van en ascenso.⁴⁵⁷

⁴⁵⁶ Araceli Barrera. Op.cit. DVD 1, Tiempo: 16:40 min.

⁴⁵⁷ Araceli Barrera. Op.cit. DVD 2, Tiempo: 5:05 min.



Cada loco con su tema.

Es momento de trasladar el navegador de Internet hasta una de las redes sociales más populares en la Red cuya dirección es: <http://www.facebook.com/>.⁴⁵⁸ Al acceder a la página de bienvenida, se observa un fondo en tonos azules que predomina en toda la pantalla y un espacio libre de *banners* publicitarios. A un costado izquierdo, se ubica un mapa del mundo con siluetas de personas interconectadas entre sí, y una leyenda que indica **Facebook te ayuda a comunicarte y compartir tu vida con las personas que conoces**. En tanto, en la parte derecha superior se distingue una franja de un color azul oscuro, donde se localizan espacios en blanco para que el usuario inscrito, teclee correo electrónico y contraseña personal que le proporcionarán el acceso a la red social. Por debajo, se encuentra la indicación **Regístrate Es gratis (y lo seguirá siendo)**; posteriormente, se encuentra un breve registro para quien decida formar parte de esta comunidad social, cual debe completarse con los datos personales siguientes: **Nombre, Apellidos, Tu correo electrónico, Contraseña nueva, Sexo y Fecha de nacimiento**. Además, el sitio permite **crear una página para un famoso, grupo o negocio**.


Por último, *Facebook* ofrece distintos lenguajes que permiten configurar el *software* según el idioma de cada usuario; además de presentar de forma discreta, las herramientas que posee la red social en torno a *hipervínculos* ubicados en la parte inferior de la página. (Véase imagen)



Una vez inscrito en *Facebook*,⁴⁵⁹ la página de inicio muestra tres aplicaciones básicas que permiten saber por día, las **Notificaciones** de las actividades que han realizado

⁴⁵⁸ Red social. [Facebook](http://www.facebook.com/). Disponible en: <http://www.facebook.com/>, Consulta: 15 sep. - 4 oct. 2010.

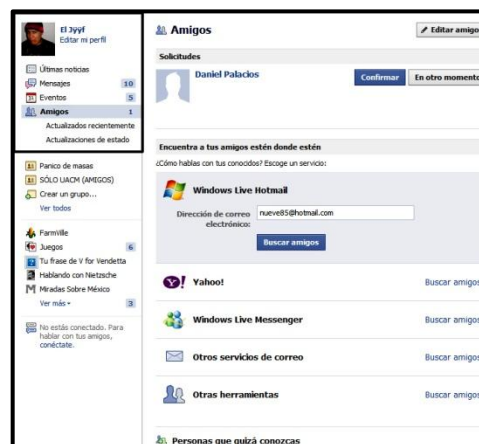
⁴⁵⁹ Para realizar esta investigación, se ingreso desde la cuenta <http://www.facebook.com/jyfrm>, la cual fue abierta previamente sin ninguna intención de estudio.

otros contactos en relación al perfil personal, conocer los **Mensajes** enviados de modo privado y las **Solicitudes de amistad** de quienes desean adherirse a la comunidad de amigos. (Véase imagen) 

En el extremo derecho de la pantalla, se localiza el botón de **Inicio** que traslada a la sección de **Noticias** concernientes a las actividades que han desarrollado los miembros de la comunidad; posteriormente, el botón de **Perfil** traslada al usuario hasta el muro o espacio propio que muestra las dinámicas particulares que se han llevado a cabo. Por último, el botón **Cuenta** facilita a los usuarios las opciones para que **Editen amigos**, **Configuren la cuenta** y la **privacidad** de la misma, obtengan un **Servicio de ayuda** y finalmente, la opción **Salir** para cerrar la sesión en *Facebook*. (Véase imagen)



Por debajo de la franja azul que alberga las herramientas antes descritas, se tienen algunas aplicaciones divididas en tres columnas. En la parte izquierda se muestra principalmente el *avatar* y *nickname* personal; mientras en la parte inferior, están las opciones para acceder a través de *hipervínculos*, a los espacios de **Últimas noticias** o actividades recientes de los contactos, **Mensajes** que sólo son visibles para el usuario, **Eventos** que incluye una agenda de actividades concerniente a eventos próximos, cumpleaños o sucesos anteriores, y finalmente, la opción **Amigos** que despliega invitaciones de usuarios pendientes por aceptar o la aplicación para buscar amigos con cuenta de correo en *Yahoo*, *Gmail*, *Windows Live Messenger*; además de sugerencias para añadir más contactos denominada **Personas que quizá conozcas**. (Véase imagen)



Con una delgada línea de separación, se encuentra el apartado donde el usuario puede categorizar por **Grupos** a sus contactos, así como también ser etiquetado dentro de algún grupo creado por otro usuario de *Facebook*, y estar actualizado con la información que se publique dentro de dicha agrupación.

Por último, se encuentra el apartado que almacena los atajos hacia aquellas aplicaciones que son utilizadas con mayor frecuencia por el usuario, tales como **Notas, Fotos, Enlaces, Juegos, Test**, etcétera. (Véase imagen)



Es importante destacar, que durante el período de investigación de la red social *Facebook*, se presentaron cambios en la estructura de aplicaciones y la aparición de nuevas herramientas; por lo que es probable, que las utilerías aquí descritas, sean diferentes al término del estudio.

Posteriormente, en la columna central se ubican las **Últimas noticias** de todas las actividades que van realizando minuto a minuto los usuarios vinculados a la red social de amigos. En ésta, aparecen los *avatares* y todas las actualizaciones de los perfiles, conversaciones, aplicaciones y en general, cualquier dinámica originada. Se destaca, que dentro de las alternativas que ofrece esta comunidad virtual, es posible vincular las actividades, mensajes, imágenes, vídeos y básicamente toda clase de *links* desde otras herramientas comunicativas y redes sociales como *Messenger, MySpace, Twitter, Flickr, Last.fm, Blogger* o *YouTube*; por citar algunas. (Véase imagen)



En la parte derecha de la pantalla de inicio, nuevamente un pequeño *banner* que refiere algunos de los **Eventos** que recomienda *Facebook* o que los propios usuarios adheridos a la red social han sugerido; sólo que esta vez, la información es más detallada y en orden de aproximación de fechas y horarios.

Asimismo, un espacio que indica **¿Qué estas planeando?**, y que funciona para comunicar a todos los contactos alguna actividad próxima a realizar.

Por otra parte, el software de *Facebook* intercala de manera aleatoria en esta área de la pantalla algunas opciones como **Ayuda a un amigo**, el cual sugiere recomendarle

alguna aplicación, fotografía o actualización a un integrante de la red en su perfil. A la par, **Recuerdos fotográficos** muestra algunas publicaciones anteriores de álbumes fotográficos; así como **Solicitudes** que manifiestan invitaciones, contactos y herramientas pendientes por adherir o alguna aplicación que ofrezca *Facebook*.

Como se refirió anteriormente, estas aplicaciones para ayudar o sugerir actualizaciones a los contactos, mostrar fotografías anteriores y las solicitudes pendientes; varían el orden de aparición de acuerdo al idioma configurado y al uso que cada usuario haga dentro de su red personal de *Facebook*.

Por último, en esta columna derecha se localiza la opción **Conecta con tus amigos**, la cual permite a través de cuatro herramientas agregar a más amigos y estar en contacto con otros miembros de la comunidad. Estas aplicaciones funcionan para buscar e invitar amigos, reconocimiento por recomendar *Facebook*, así como una aplicación para descargar e instalar al teléfono móvil y permanecer conectado a esta red social desde cualquier lugar.

Es importante indicar, que *Facebook* permite desde cualquier espacio de la red modificar el idioma; sin embargo, no es posible cambiar el fondo blanco de la pantalla principal, ni la estructura general en que se muestran todas las aplicaciones.

Finalmente, se tiene como herramienta notable el buscador de usuarios, el cual permanece en todo momento y permite buscar a través de nombre, apodo o correo electrónico a cualquier miembro inscrito en la comunidad. En este sentido, se localizó a una de las informantes con el nombre de Estela Salas, quien mencionó en entrevista haber usado frecuente *Hi5* y ahora ser *Facebook* su red social en Internet predilecta.

Quando yo entré a la universidad todos hablaban de Hi5 y me decían: '¿A poco no tienes?'. Abrí Hi5 pero luego me cambie a Facebook porque Hi5 era puro chisme. Yo creo que el cambio fue una moda, además madure y ya en el Face tengo puras personas de la universidad, maestros y no agrego a cualquier persona. Además sino hay clases por ahí me entero y es un medio seguro. Todos mis amigos tuvieron ese cambio de Hi5 a Facebook y si me gustó. Fue curioso que todos ya estamos en Face y Hi5 ni lo pelamos.⁴⁶⁰

Una vez ubicado el perfil de Estela Salas, se verifican algunos de los *test* que ha utilizado o que otros usuarios han contestado con el objetivo de interactuar con ella a

⁴⁶⁰ Estela Salas. *Características de la comunicación y socialización de los jóvenes estudiantes de la UACM, plantel San Lorenzo Tezonco en Redes Sociales en Internet*. Entrevista de tesis, UACM, Formato DVD 1, México, 20/05/2010, Tiempo: 4:21 min., Realizado por: Jibrán Ramos y Marina Tlapalamatl, México, D.F, 2010.

través de **Responder por SI o NO, Frases de Paul McCartney y Frases de Jaime Sabines**; pero ningún cuestionario referente a temas relacionados con la carrera que cursa, Promoción de la Salud. (Véase imagen) De la misma manera, *Facebook* ofrece *test* que van desde cuestiones especializadas y con cierto carácter de seriedad como por ejemplo **Consulta a Charles Bukowski, Hablando con Nietzsche, Frases de Jaime Sabines**, etcétera; hasta aplicaciones que tienen como finalidad el esparcimiento de los usuarios como **Entrevista a tus amigos, Tu suerte amorosa con..., Chistes feministas!!**, entre otros. Tales aplicaciones a manera de cuestionario o *test*, son utilizadas por algunos alumnos de la UACM (SLT) con un carácter de seriedad; como es el caso de la informante Estela Salas, quien refirió:



Realizo test que me mandan mis amigos porque me parecen interesantes, luego me mandan de nutrición que van relacionados a mi carrera. Los público para que todos mis amigos de carrera los vean y comenten lo que yo lance. Si no me gusta el test simplemente no lo público.⁴⁶¹

En su muro se aprecian varias aplicaciones, mensajes y algunos videos vinculados desde la red social *YouTube* alusivos al grupo inglés *The Beatles*, incluso un mensaje que dice: *I am the fifth Beatle!!!! =>*.⁴⁶² Cabe señalar, que estas funciones pueden vistas por contactos de la comunidad y ser calificadas o comentadas a partir de herramientas como: **Me gusta** que permite a cada usuario otorgar su aprobación del contenido generado, **Comentar** para agregar algún mensaje al autor de dicha publicación y **Compartir** para trasladar la información o datos, hasta la cuenta personal con la opción de darle crédito al autor original de la publicación. (Véase imágenes)



⁴⁶¹ Estela Salas. *Op.cit.* DVD 1, Tiempo: 11:09 min.

⁴⁶² Tomado del perfil de Estela Salas. *Facebook*. Secc. Muro. Disponible en: <http://www.facebook.com/?ref=home#!/profile.php?id=100000761611099>, Tomado del 29 de septiembre de 2010.

De esta manera, Estela Salas expone no sólo su gusto por la agrupación procedente de Inglaterra, sino también su conocimiento del uso de *emoticons*, la repetición constante de signos de admiración y su conocimiento sobre una lengua anglosajona, aunque con ciertas faltas de ortografía. Paralelamente, se observó que no existe en *Facebook* una alternativa para colocar la desaprobación de alguna publicación, lo que llega a limitar a los usuarios el poder manifestar su opinión negativa en alguna publicación.

Asimismo, se encontró que *Facebook* posee una estructura fija dividida en la parte superior por pestañas que indican **Muro** y que contiene cronológicamente todas las acciones que ha hecho la usuaria en su comunidad; **Información** que presenta algunos datos de la informante como **Sexo**, **Fecha de nacimiento**, **Situación sentimental**, **Gustos e intereses**, así como **Información de contacto** que permite incluir teléfonos y

correo electrónico para ser contactado a través de otros medios de comunicación. La siguiente pestaña se denominan **Fotos** y almacena 11 álbumes y 43 fotografías; después **Casillas** con un par de videos musicales de la banda inglesa antes mencionada; y **Enlaces** que contiene 3 videos más con las mismas características.



(Véase imagen)

Cabe mencionar, que mientras se traslada de una pestaña a otra, en el lado izquierdo prevalece la fotografía que funciona como *avatar*, así como una breve descripción que Estela Salas ha realizado de su persona. Tal hecho, ilustra lo que Arturo Caro Islas refiere como una posibilidad más de las redes sociales en Internet, donde el usuario puede publicar detalles de su personalidad, con el objetivo de conocer gente que posiblemente intercambie gustos, intereses u opiniones sin necesidad de conocerse físicamente.

*Soy una mujer divertida, autentica, directa, sensible, alegre, en ocasiones explosiva y cariñosa. Me gusta estar con mi familia y amigos en momentos súper lindos. Así soy yo.)*⁴⁶³

⁴⁶³ Tomado del perfil de Estela Salas. *Facebook*. Secc. Información y Muro. Disponible en: <http://www.facebook.com/?ref=home#!/profile.php?id=100000761611099>, Tomado el 30 de septiembre de 2010.

En la parte inferior de esta reseña, se aprecia un *banner* con **Información** que indica únicamente la **Situación sentimental** y **Fecha de nacimiento**. Consecutivamente, otro *banner* revela el total de **amigos en común** entre la propietaria del perfil y la cuenta con que se está accediendo a su red social, después un *banner* más, muestra el total de 60 **amigos** con los que cuenta Estela Salas en *Facebook*. Así como un espacio dedicado para **Páginas que me gustan**, donde la usuaria presenta a sus contactos más gustos e intereses relacionados con famosos, cantantes, intelectuales, programas de televisión, etcétera, desde sitios creados en *Facebook*. Tales sitios, exhiben los *avatares* y *nicknames* que funcionan a manera de *hipervínculo* para trasladar al usuario hasta los perfiles de dichos contactos. (Véase imagen)



Es así, que la configuración de todos estos elementos digitales brindan una personalidad única al espacio virtual de Estela Salas, de lo cual Ernesto Murguía menciona que es a partir de la suma de estos elementos que los usuarios comienzan a tejer una compleja telaraña de relaciones que implica compartir información y realizar comentarios en los perfiles de cada miembro de la red.

Por otra parte, en el extremo derecha del perfil de Estela Salas, se observan discretos anuncios publicitarios y algunas aplicaciones para fotos que facilita *Facebook*; todas estas opciones cambian conforme se actualiza la página principal de la entrevistada.

Regresando la exploración del **Muro**; se pueden apreciar varias conversaciones que Estela Salas sostiene con distintos usuarios a partir de mensajes que dejan en su perfil, aplicaciones que la informante ha usado, fotografías que se ha tomado con algunos amigos de la universidad, así como algunas charlas con miembros de su familia.

*En mis redes me escribo con familiares, amigos de la secundaria y universidad. Con mis amigos de la universidad comparto juegos en los que vamos haciendo puntajes y se convierten en retos, al otro día platicamos del juego y esto se convierte en un tema de conversación. También jugamos a escribir rápido y eso me ha servido para cuando tengo que escribir trabajos.*⁴⁶⁴

⁴⁶⁴ Estela Salas. Op.cit. DVD 1, Tiempo: 8:52 min.

De esta forma, cada aplicación o publicación realizada se va almacenando y registrando el tiempo en que fue realizada, además de conservar el historial de comentarios, aprobaciones y cantidad de veces que se ha replicado un *link*. Cabe señalar, que en ocasiones los mensajes o cualquier dinámica en *Facebook*, puede ser vista por otros usuarios que no necesariamente se encuentren vinculados a la red de amigos. (Véase imagen)



De esta forma, puede mencionarse la aseveración de Carlos Scolari quien señala que en estas páginas

personales incorporan funciones digitales, hipertextuales y de reticularidad que permiten a los usuarios agregar y contestar mensajes entre dos o más usuarios, con lo que se facilita la publicación y replicación de información dentro de estas plataformas.

También es importante destacar que desde que el usuario ingresa a esta red social, *Facebook* proporciona en la parte inferior derecha la herramienta **Chat** para establecer una comunicación directa, personal y en tiempo real con algún usuario que se encuentre añadido a la red de amigos. El funcionamiento de este *Chat* es muy básico, ya que sólo permite la inserción de algunos *emoticons*, intercambio únicamente de texto y una *interfaz*⁴⁶⁵ un tanto lenta que en ocasiones desconecta al usuario, además un

sonido discreto que no permite al usuario saber quién está conectado, así como escuchar la posible intención de entablar una conversación. Otra limitante de la herramienta, radica al elegir la opción **Desconectar** que impide totalmente la comunicación a diferencia de otras herramientas como *Messenger*, que permiten seguir comunicados pese a mostrarse como desconectados. (Véase imagen)



Aunque esta herramienta no es reciente en *Facebook*, Estela Salas mencionó haberse enterado hace poco tiempo de esta posibilidad y hacer uso frecuente de la misma para

⁴⁶⁵ Consulte glosario.

pláticas privadas.⁴⁶⁶ Aunado a la exploración que continúa realizando la informante sobre las herramientas que ofrece *Facebook* y el interés que le ha causado dicha red social, comentó:

Entro a mis redes y veo si hay algo interesante, sino la dejo abierta y checo otras pestañas.⁴⁶⁷ Me conecto en casa, pero luego en clase una amiga me presta su celular y me conecto a Facebook. Ella me ayuda a entrar a la Red y yo solo pongo mi correo y clave, porque no le entiendo a su celular. La verdad está muy chiquito y no alcanzo a ver la letras y es incomodo.⁴⁶⁸

También especificó que la adquisición de tecnología y el uso de comunidades virtuales, es una característica que describe el perfil de la comunidad universitaria de SLT, además que han sido herramientas de gran utilidad para desarrollar diversas actividades.

La mayoría cuando entré ya tenían computadora e Internet. Tal vez es una necesidad, todo ya se maneja por Internet; por ejemplo, si no te puedes poner de acuerdo con alguien en persona lo puedes hacer hoy en día por Internet y es cómodo.⁴⁶⁹

Otras posibilidades para que estudiantes de la UACM (SLT) recurran a redes sociales en Internet como *Facebook*, es debido a la comunicación inmediata a bajo costo, la reducción de distancias y la rapidez comunicativa, así como la posibilidad de socializar con otros usuarios con gustos afines, debatir en grupos, informarse, compartir videos; entre otras actividades; tal y como expresó una más de las informantes de nombre Patricia Ramírez, estudiante de la licenciatura en Ciencia Política y Administración Urbana.

En un principio las redes sociales sólo me sirvieron para contactar gente que no estaba a mi alcance físico, pero ahora es diferente. Prefiero Facebook porque es más segura y puedo sacarle más provecho, porque encuentro grupos de interés para debatir o compartir opiniones.⁴⁷⁰

Las redes sociales en Internet me han servido por economía, ya que luego no tengo crédito en el celular y no gasto tanto, además es más rápido.⁴⁷¹

⁴⁶⁶ Estela Salas. *Op.cit.* DVD 1, Tiempo: 12:06 min.

⁴⁶⁷ *Ibid.* Tiempo: 6:58 min.

⁴⁶⁸ *Ibid.* Tiempo: 7:20 min.

⁴⁶⁹ *Ibid.* Tiempo: 1:46 min.

⁴⁷⁰ Patricia Ramírez. *Características de la comunicación y socialización de los jóvenes estudiantes de la UACM, plantel San Lorenzo Tezonco en Redes Sociales en Internet.* Entrevista de tesis, UACM, Formato DVD 1, México, 18/05/2010, Tiempo: 4:52 min. Realizado por: Jibrán Ramos y Marina Tlapalamatl, México, D.F, 2010.

⁴⁷¹ Patricia Ramírez. *Op.cit.* DVD 1, Tiempo: 11:24 min.

Las redes son un lugar donde puedes tener contacto no físico, pero sí escrito. Puedes compartir información, ideas, hacer amigos y conocer otro tipo de gente.⁴⁷²

Tales declaraciones, definen lo que Manuel Castells percibe como Sociedad Red; es decir, una cultura de protocolos que acceden a la comunicación entre diferentes culturas, una red abierta de significados culturales que pueden no sólo coexistir, sino también interactuar y modificarse mutuamente sobre la base de un intercambio.

Así, al analizar el perfil de Patricia Ramírez conocida en Facebook con el *nickname* de Patita Linda Ramírez, se constató que la estructura principal de la red social sigue siendo la misma, y que únicamente cambia la información generada por el usuario.

(Véase imagen)

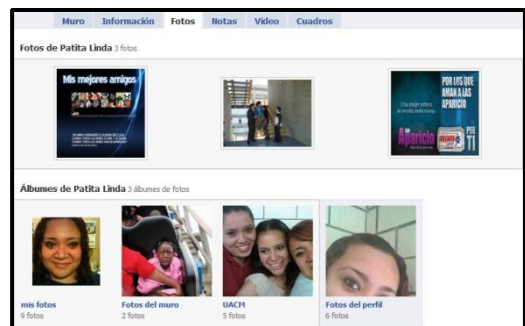


Por ejemplo, en comparación a Estela Salas la informante escribió a partir de la herramienta **Escribe algo...**, un mensaje que informa a los demás usuarios sobre alguna situación, pensamiento o experiencia de su entorno personal, además de cuenta

con otras herramientas que le permiten **Adjuntar** a su mensaje un *link* con relación a una **Foto**, **Video** o **Enlace**. (Véase imagen)



En este sentido, se encontró la herramienta **Muro** con las actualizaciones de todas sus actividades y conversaciones públicas, **Información** que contiene sus datos personales y **Fotos** con un total de 15 imágenes divididas en 3 álbumes, más un álbum de retratos que se han utilizado como imagen del *avatar*. (Véase imagen)



Además, nuevas herramientas que la usuaria decidió colocar en su perfil designadas como **Notas** donde almacena noticias que ha difundido a todos sus contactos, además de la opción **Video** misma que se encuentra vacía.

⁴⁷² Patricia Ramírez. *Op.cit.* DVD 1, Tiempo: 17:07 min.

De igual manera el *avatar* de Patita Linda Ramírez, se encuentra en la parte izquierda superior de la pantalla, y al pie de esta imagen se encuentran tres *links* que marcan funciones diferentes y bastante concisas.

El primer *hipervínculo* señala **Ver fotos de Patita Linda** y marca entre paréntesis el número total de fotografías, además la herramienta **Enviar un mensaje a Patita Linda** y finalmente **Dar un toque a Patita Linda**. (Véase imagen)



Por debajo de estas opciones, la informante ha hecho también una autodescripción que puede ser leída por cualquier usuario.

Me gusta tener amig@s, soy buena onda...SOY MUY SINCERA, me hubiera gustado ser psicologa...Soy muy critica, soy tranquila no me gusta pelear, pero tengo un genio de los mil demonios...A veces soy celosa, cuando alguien me cae mal me purga verlo...⁴⁷³

Continuando la exploración, se identifica el *banner* o área de **Información** donde Patricia Ramírez señala tener una relación sentimental con otro miembro de *Facebook*, cuyo *nickname* corresponde al de Apocalimoy Uacm, mismo que sirve como *hipervínculo* para trasladar hasta el perfil del usuario. El siguiente *banner*, refiere a los **Amigos en común** con 4 coincidencias y un total de 57 **Amigos**, de los cuales comentó:

Todos mis contactos los conozco y a los que no, tomé en cuenta que sean de mi edad y que tengan compatibilidad conmigo.⁴⁷⁴ Tengo un amigo de la UNAM con quien me comparto información que me ha servido para mí carrera. Yo me acomodo con él a platicar porque tenemos los mismos intereses.⁴⁷⁵

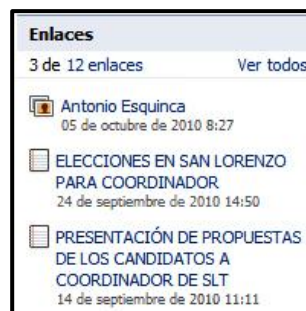
Posteriormente, se tienen **Páginas que me gustan** con 7 sitios de preferencia, un vínculo para abrir la sección de **Fotos** y finalmente, la herramienta **Enlaces** que indica un total de 12 *links* que dirigen al usuario hacia las fotos, videos y noticias que integran el perfil de la informante y que van muy relacionados con el activismo político dentro de la UACM (SLT). (Véase imagen)

⁴⁷³ Tomado del perfil de Patita Linda Ramírez. *Facebook*. Secc. Información y Muro. Disponible en: <http://www.facebook.com/?ref=home#!/profile.php?id=1115577080>, Tomado el 4 de octubre de 2010.

⁴⁷⁴ Patricia Ramírez. *Op.cit.* DVD 1, Tiempo: 10:25 min.

⁴⁷⁵ *Ibid.* Tiempo: 8:59 min.

*Comparto videos, mando abrazos, imágenes, hago comentarios de fotos y publico notas que me llegan a comentar, lo cual es una forma de expresarme y de enriquecerme con las opiniones que me dejan. Me hacen correcciones y me ayudan, además las redes me permiten publicar lo que en una revista resultaría bastante difícil.*⁴⁷⁶



Finalmente, se localizan *hipervínculos* que permiten **Sugerir amigos, Eliminar de mis amigos, Denunciar/bloquear a esta persona** y enseguida un botón en color gris que señala **Compartir**, el cual tiene la utilidad de comunicar algún mensaje y publicarlo en el muro de Patricia Ramírez.

Al analizar los contenidos en las publicaciones de Patita Linda Ramírez, se verifica un intercambio constante de mensajes entre ella y sus contactos, abordando temas escolares, de sexualidad, recetas de cocina, chistes y comentarios que afianzan los lazos afectivos. Así, como el intercambio y uso de aplicaciones que brinda *Facebook* como son: **Tatoo City, Tu estado de ánimo hoy, Regala corazones, Consulta a el Hada**, entre otros servicios.

Los cuales no sólo sirven como herramientas de pronóstico de vida, sino también para denotar el estado en que se encuentra la usuaria y finalmente, informarles alguna situación a los contactos para de ahí entablar una conversación en tiempo y espacio diferido.

(Véase imagen)



Además se aprecia, una constante interacción y retroalimentación comunicativa entre Patricia Ramírez y sus contactos, además del uso característico de códigos que reiteran signos de puntuación, sustitución de letras o abreviación de palabras, como se ejemplifica a continuación:

*Espero que esos tamalitos se hayan terminado mmmm...Espero que sigas persiguiendo día a día el éxito...TQM tía...por que aunque no somos familia de sangre tienes un lugar especial...y te considero como mi tía...*⁴⁷⁷

⁴⁷⁶ Patricia Ramírez. *Op.cit.* DVD 1, Tiempo: 11:37 min.

⁴⁷⁷ Tomado del perfil de Patita Linda Ramírez. *Facebook*. Secc. Muro. Disponible en: <http://www.facebook.com/?ref=home#!/profile.php?id=1115577080>, Tomado el 4 de octubre de 2010.

Esto confirma los intercambios, producción y consumo simbólico de mensajes que refiere Carlos Scolari, los cuales se dan en este tipo de ambientes virtuales entre sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí. Ante este intercambio comunicativo e interacción que le facilita *Facebook* a Patricia Ramírez, explicó:

*Yo creo que la finalidad de las redes sociales en Internet era hacernos comunicar unos con otros y hacer contacto con otras culturas para saber y conocer más y por qué no, abrimos un mundo diferente.*⁴⁷⁸

*Veo que la comunicación en redes sociales es indispensable y siento que se hará cada vez más.*⁴⁷⁹

Asimismo, la informante refirió la trascendencia que están adquiriendo las redes sociales en Internet para que estudiantes de la UACM (SLT), se informen sobre temas del interés colectivo en torno a la comunidad estudiantil.

*A los universitarios les encantan las redes para el cotorreo, pero también lo hacen para hablar de temas más serios; por ejemplo últimamente han usado estos medios para informar sobre la delincuencia y la inseguridad dentro de las instalaciones.*⁴⁸⁰

Por otra parte, cuando se le cuestionó a Patricia Ramírez sobre las ventajas y desventajas que trae consigo el uso de redes sociales en Internet, en base a la comunicación y socialización, esto explicó:

*Dentro de las ventajas que tienen las redes sociales, esta el que nos permiten comunicarnos y organizarnos; no obstante, como desventaja esta la marginación de quienes no tienen ese acceso.*⁴⁸¹

Finalmente, Patricia Ramírez es una persona que tiene una brecha tecnológica, al no tener Internet en casa y contar con una computadora obsoleta que le impide entrar a su red social de *Facebook*; sin embargo, ella refirió que debido a su interés y necesidad por estar inmersa en la tecnología y en estos espacios virtuales, acude 2 ó 3 veces por semana a cibercafés y cuando puede accede a su comunidad desde la escuela.⁴⁸²

Les dedico 1 hora a las redes sociales para que no se pierda ese contacto. Si tuviera computadora con Internet en casa les dedicaría más tiempo, yo

⁴⁷⁸ Patricia Ramírez. *Op.cit.* DVD 1, Tiempo: 17:50 min.

⁴⁷⁹ *Ibid.* Tiempo: 16:40 min.

⁴⁸⁰ *Ibid.* Tiempo: 14:52 min.

⁴⁸¹ *Ibid.* Tiempo: 14:09 min.

⁴⁸² *Ibid.* Tiempo: 1:06 min.

creo como 3 horas y pues aquí en la escuela no puedo estar tanto tiempo porque tengo que dar prioridades.⁴⁸³

En otro orden de ideas, el informante cuyo *nickname* es Lento Como Un Sueño, prefirió no mencionar su identidad y sólo indicar que es estudiante de la licenciatura de Ingeniería en Sistemas Electrónicos, con 45 años de edad y que emplea en mayor medida la red social de *Facebook*, en comparación a otras comunidades virtuales. Sumado a ello, el informante externó que su perfil es privado y que su actividad con los contactos es reservada.

He optado por las redes sociales en Internet porque me es difícil el trato en persona.⁴⁸⁴

Una vez aceptada la solicitud de amigo en *Facebook*, se observó que el *avatar* no muestra la imagen del usuario, así como ningún mensaje que permita conocer algo sobre la vida de Lento Como Un Sueño. (Véase imagen)



En tanto, las herramientas centrales se encuentran con la misma estructura digital y divididas por pestañas. En el área de **Información**, el entrevistado presenta un mayor número de datos personales, además de información concerniente a la trayectoria escolar, empresa de música en la que labora, un par de *hipervínculos* sobre sitios que le agradan y direcciones electrónicas que trasladan hasta la red social de *YouTube* donde muestra su música, así como un *blog* y espacio en *Windows Live* donde presenta letras de sus canciones. Estos espacios, también son expuestos por el usuario a través de su **Muro**. (Véase imagen)



⁴⁸³ *ibid.* Tiempo: 6:41 min.

⁴⁸⁴ Lento Como Un Sueño. *Características de la comunicación y socialización de los jóvenes estudiantes de la UACM, plantel San Lorenzo Tezonco en Redes Sociales en Internet.* Entrevista de tesis, UACM, Formato DVD 1, México, 18/05/2010, Tiempo: 5:35 min. Realizado por: Jibran Ramos y Marina Tlapalamatl, México, D.F. 2010.

La pestaña **Fotos** alberga 2 álbumes con 1 fotografía por cada álbum, donde el informante muestra su imagen en forma de caricatura. Las fotografías no presentan ningún comentario realizado desde hace aproximadamente 2 meses se compartieron a la red social. (Véase imagen)



Otra de las herramientas que cambia dentro del perfil de Lento Como Un Sueño son los *hipervínculos* que están debajo del *avatar*, los cuales indican **Ver Lento y tú**, que al *clickear* abre una página con todas las actividades y similitudes que hay entre el informante y la cuenta con la que se accedió a *Facebook*. Los siguientes *links* son **Enviar un mensaje a Lento** y **Dar un toque a Lento**. Asimismo, el informante ha escrito una breve autodescripción que refiere:

*Lento como un sueño, de mirada inescrutable y expresión mordaz. Sarcástico, veleidoso, iconoclasta y caótico Músico de oficio Estudiante en la UACM Aprendiz de escritor.*⁴⁸⁵

En la parte inferior de esta descripción, el entrevistado coloca 2 *hipervínculos* que pertenecen a sus redes sociales fuera de *Facebook*, correspondientes a los sitios de *Blogger* y *YouTube*.⁴⁸⁶

En el caso de Lento Como Un Sueño, los **Amigos en común** son 6 y sus contactos dan un total de 17 **Amigos**; números que concuerdan con lo dicho durante entrevista, respecto a su forma de elegir amigos dentro de la red social *Facebook*. (Véase imagen)



*No sé si mis compañeros de clase están en redes sociales, la verdad soy muy aprensivo y exigente y no convivo mucho con ellos. A mí me gusta más el trato personal y no busco amigos por redes y pues eso es lo que buscan aquí.*⁴⁸⁷

*En un principio investigo a las personas que me mandan peticiones, porque verifiqué si es cierto lo que dicen respecto a ellos...y pues elimino simplemente a la gente que me gusta tratar.*⁴⁸⁸

No obstante, aunque el informante desempeña pocas actividades en su red social, se denota su conocimiento y dominio en algunas herramientas que ofrece *Facebook*, a

⁴⁸⁵ Tomado del perfil de Lento Como Un Sueño. *Facebook*. Secc. Información y Muro. Disponible en: <http://www.facebook.com/profile.php?id=100001146520977&ref=ts>, Tomado el 28 de septiembre de 2010.

⁴⁸⁶ *Id.*

⁴⁸⁷ Lento Como Un Sueño. *Op.cit.* DVD 1, Tiempo: 9:32 min.

⁴⁸⁸ *Ibid.* Tiempo: 5:03 min.

partir de la inserción de aplicaciones externas de videos y *links*, así como el empleo de *emoticons* y la comprensión en torno a la repetición de signos y la abreviatura de palabras.

También se observó que la mayoría de los comentarios realizados en el **Muro** se vinculan con alguna situación emotiva; no obstante, en entrevista Lento Como Un Sueño, declaró una postura opuesta respecto a las relaciones afectivas que se crean a través de redes sociales en Internet.

*No creo que las redes sociales puedan mejorar la comunicación interpersonal. Pueden servir como transferencia de archivos, pero las relaciones no son personalizadas, se carece de valores, lealtad y no hay sentimientos.*⁴⁸⁹



*No creo que las redes sociales sean un medio eficaz para comunicarnos, creo que tienen un objetivo pero no es completo, no es un trato personal.*⁴⁹⁰

Ante esta postura de renuencia, el entrevistado destacó la importancia que han adquirido las redes sociales en Internet para estudiantes de la UACM (SLT), así como para los catedráticos de la institución, al destacar el uso de estos espacios virtuales para cuestiones tanto sociales como de la esfera educativa.

*Yo he visto que aquí le dan mucho peso a las redes sociales. Maestros y alumnos ocupan las redes sociales tanto para entretenerse como para una cuestión educativa.*⁴⁹¹

Además, agregó como percibe a los jóvenes de la UACM (SLT), en torno a este nuevo fervor por comunidades localizadas en la Red.

*Ahorita se ha hecho una adicción las redes sociales en Internet y creo les quita el tiempo para otras cuestiones como trabajar, estudiar y para hacer relaciones interpersonales.*⁴⁹²

Yo he visto personas que tienen hasta 200 amigos y tienen la sensación que no están solos; es decir, intercambian información, se mandan mensajes, platican con uno y con otro, pero al final de cuentas yo no veo que haya cambios. Normalmente la gente joven es muy superficial y cree

⁴⁸⁹ Lento Como Un Sueño. *Op.cit.* DVD1, Tiempo: 9:14 min.

⁴⁹⁰ *Ibid.* Tiempo: 5:50 min.

⁴⁹¹ Lento Como Un Sueño. *Op.cit.* DVD 1, Tiempo: 17:01 min.

⁴⁹² *Ibid.* Tiempo: 11:35 min.

*que todos son amigos, pero en realidad sólo son contactos a veces ni conocidos son.*⁴⁹³

Finalmente, Lento Como Un Sueño externa las ventajas que en lo personal y profesional, le trajo ser miembro de redes sociales en Internet; hecho que sostiene lo que David Casacuberta plantea como una revolución multimedia donde es posible a través de las TICs y en el caso particular de las redes sociales en Internet, desarrollar cuantiosas actividades.

*Sí hay una ventaja que me ofrecen las redes, me trajeron la facilidad de escuchar otra música, conocer otros movimientos y propuestas, y por el lado profesional me facilitaron tener un mayor acceso a la información.*⁴⁹⁴

En este sentido, se concluyó que Lento Como Un Sueño es un internauta que tiene amplio conocimiento de la Red y que debido a sus actividades escolares y de trabajo, ha tenido que adherirse a nuevas plataformas sociales, que sin duda no son totalmente del agrado del informante. Esto debido a una brecha generacional, que le hace afirmar que estas comunidades virtuales se han convertido en espacios exclusivos para el entretenimiento, dejando de lado la verdadera utilidad de Internet que atañe a generación de información.

*Desde los 90's comencé a usar una computadora, todavía no tenían ni mouse. Todo fue por un hermano que estudiaba programación, pero lo dejé porque se me hizo complicado. Más tarde como soy músico, me acerque a la computadora por los softwares de música... y tiempo después, me entere de las redes sociales por comentarios, pero mi hermano me dijo de la existencia de redes sociales en Internet.*⁴⁹⁵

Por otra parte, en una situación completamente contrastante, se encuentra la estudiante Patricia Cruz de la licenciatura de Comunicación y cultura, quien indicó en entrevista mantener un gran interés por la red social Facebook, debido a que puede socializar y comunicarse con usuarios no sólo de la universidad, sino también de otros países. (Véase imagen)



⁴⁹³ *ibid.* Tiempo: 10:39 min.

⁴⁹⁴ *ibid.* Tiempo: 8:53 min.

⁴⁹⁵ *ibid.* Tiempo: 00:10 seg.

*Me comunico a través de mi Facebook con gente de Canadá, los Ángeles, San Diego. La tecnología es hermosa porque me permite saber de gente que hace mucho no veo, me sirve para seguir en contacto.*⁴⁹⁶

El espacio virtual de la informante, no muestra mayor modificación en su estructura, ya que cada una de las opciones conserva las mismas características en torno a colores, tipografía y ubicación de las herramientas. Sin embargo, Patricia Cruz adhirió nuevas opciones en las pestañas principales como **Casillas**, donde ubica los videos que ha *linkeado* desde la red social *YouTube*, así como la herramienta **Video** que permite compartir grabaciones realizadas por la propia usuaria. Todas estas posibilidades permiten a los contactos calificar y opinar sobre el video a través de las herramientas **Me gusta** y **Comentar**. (Véase imagen)



*No recuerdo bien cómo comencé en las redes sociales, pero creo fue en Hi5 y fue a través de mis amigos. Si entraba antes a Internet pero no era tan frecuente, después estuvo cañón porque era subir fotos, comentar, ver tus comentarios, hacer comentarios...es increíble.*⁴⁹⁷

*El Face me deja subir videos que otras redes no me dejan. Y me comentan mis videos y me permite recordar viejos tiempos.*⁴⁹⁸

Este tipo de actividades, ejemplifica lo que Nicholas Negroponte plantea como la *Web 2.0*, donde los usuarios se informan, comunican, interactúan y retroalimentan, sin necesidad de compartir el mismo espacio y tiempo.

⁴⁹⁶ Patricia Cruz. Características de la comunicación y socialización de los jóvenes estudiantes de la UACM, plantel San Lorenzo Tezonco en Redes Sociales en Internet. Entrevista de tesis, UACM, Formato DVD 1, México, 4/06/2010, Tiempo: 5:20 min., Realizado por: Jibrán Ramos y Marina Tlapalamatl, México, D.F, 2010.

⁴⁹⁷ Ibid. Tiempo: 0:29 seg.

⁴⁹⁸ Ibid. Tiempo: 8:30 min.

En la parte inferior del *avatar*, se hallan opciones en forma de *hipervínculo* que presentan el número de **Fotos** que asciende a las 307 imágenes, así como la herramienta **Ver vídeos de Patricia**, que traslada nuevamente al área de videos que ha colocado en su perfil. Además, **Ver Patricia y tú**, que muestra todas las actividades, amigos en común, fotos e información asociada entre la cuenta de la usuaria y el perfil particular de investigación, así como **Enviar un mensaje a Patricia** o **Dar un toque a Patricia** que funciona como una dinámica de juego entre la red social de amigos. (Véase imagen)



Respecto a las herramientas fotográficas y de vídeo, *Facebook* al igual que otras redes sociales en Internet, permite **etiquetar** a cualquier usuario que esté integrado a la red social de amigos. Así, cada vez que alguien escribe un mensaje o realiza alguna actividad sobre la foto o video etiquetado, *Facebook* notifica las acciones elaboradas tanto al propietario de dicha imagen, al usuario etiquetado, así como a todos aquellos contactos que hayan intervenido.



(Véase imagen)

Continuando la exploración, se tiene después de los *hipervínculos*, un recuadro con una breve descripción de la personalidad de Patricia Cruz, así como Información personal que detalla **Fecha de nacimiento** y **Creencias religiosas**; y un *banner* que exhibe los **60 amigos en común** y los **281 Amigos** en total.

En el siguiente apartado, la herramienta **Fotos** muestra 2 imágenes en miniatura que funcionan como *hipervínculo*, hacia los **14 álbumes** que ha creado la informante. Una vez inserto en el espacio de fotografías, se observaron varias imágenes etiquetadas de la usuaria y de otros contactos, así como una cadena de comentarios que surgen a partir de lo generado por la comunidad y que sin duda, refleja lo que es la comunicación digitalizada. Ante tal contexto virtual, la informante manifestó:

A partir de una foto puedes abrir un gran canal de comunicación, incluso por medio de ellas, la gente sabe que estoy aquí y lo que hago. También me sirve el Face para ponerme de acuerdo con otros amigos y hacer cosas.⁴⁹⁹

(Véase imagen)



Al mismo tiempo, que la informante hacer uso de fotografías, videos y aplicaciones que proporciona *Facebook*, también recurre a los juegos disponibles dentro de esta comunidad virtual, como es la *FarmVille* o *Granja*.

En entrevista, explicó que este tipo de aplicaciones no sólo le sirven como diversión, sino también le permiten interactuar, colaborar y convivir en comunidad, siendo un fenómeno virtual que ha traspasado inclusive fuera de la Red. (Véase imágenes)



La granja es un juego en el que me entretengo a diario y por ella entre a Facebook. Se trata de sembrar, cosechar y ganar dinero para comprar infinidad de cosas para tu granja. Incluso las mejores granjas pueden ser publicadas y ganar dinero real.⁵⁰⁰

En este juego puedo interactuar con mis contactos, con algunos me mando regalos y podemos subir de nivel...nos mandamos recordatorios para cosechar en conjunto y sembrar mil manzanas en un límite de tiempo que nos da la red para ganar la medalla de oro. Nos podemos poner de acuerdo en directo o por medio del Face, también se puede anexas gente mientras cosechamos, siempre y cuando tengan el nivel. Con un click les mando, les contesto y ya puedes hacer todo con un click.⁵⁰¹

⁴⁹⁹ *ibid.* Tiempo: 6:50 min.

⁵⁰⁰ *ibid.* Tiempo: 1:34 min.

⁵⁰¹ *ibid.* Tiempo: 2:50 min.

De esta forma, Patricia Cruz constató la posibilidad de recrear una comunidad y socializar a partir de uno de los juegos que ofrece *Facebook*.

Hecho que confirma la perspectiva de Maidelyn Díaz, en torno a lo que es una comunidad virtual, vista como un grupo de individuos que de forma colectiva o individual interactúan entre ellos por un objetivo común.



(Véase imagen)

Aunado a ello, Patricia Cruz afirmó que este tipo de tecnología está jugando un rol significativo en su vida, al poderse comunicar con amigos y familiares, y desarrollar cuantiosas actividades que en determinado momento sólo las concebía en un plano *Offline*. (Véase imagen)

*Yo recuerdo hace 5 años no hacía todo esto, es impresionante todo lo que hago ahora con la tecnología, tú puedes decir 'no me clavo', pero cuando ves ya estás bien clavado.*⁵⁰²

*El Face no ha cambiado mi forma de convivir, pero a veces prefiero en vez de ir al cine o a cualquier otra parte, encerrarme y estar en mí Face.*⁵⁰³

Lugares

Quién. Qué. Cuándo. Y ahora: Dónde.

Comparte el lugar donde te encuentras

"El mejor concierto"

Comparte fácilmente el lugar donde estás, lo que estás haciendo y los amigos que están contigo, directamente desde el móvil.

- Indica dónde estás y tu actualización aparecerá en la página de lugares, en la sección de noticias de tus amigos y en tu muro.
- Etiqueta a los amigos que estén contigo para que formen parte de tu actualización.
- Aparecer en "Aquí y ahora" para que amigos y otras personas que estén cerca vean dónde estás.

Conecta con tus amigos que estén cerca

"Acabo de salir a la calle."

Encuentra nuevas oportunidades de conectarte cuando estás en el mismo lugar y a la misma hora.

- Explora las actualizaciones de estado de los amigos que indicaron que están cerca.
- Después de indicar dónde estás, pulsa "Aquí y ahora" para ver quién más está en ese mismo lugar.

Novedad: ofertas locales

"Descuentos de 20 \$ en vaqueros"

Indica que estás en un establecimiento comercial y consigue descuentos para ti o compártelos con tus amigos. También puedes obtener descuentos por múltiples vistas o hacer donaciones a causas que te interesen.

- Usa Lugares de Facebook en tu móvil para encontrar ofertas especiales. Sólo tienes que buscar el logo correspondiente.
- Ahora en tus tiendas favoritas, restaurantes y locales de ocio.
- Para usar una oferta, indica que te encuentras en el establecimiento y cuéntaselo a tus amigos.

⁵⁰² *ibid.* Tiempo: 9:16 min.

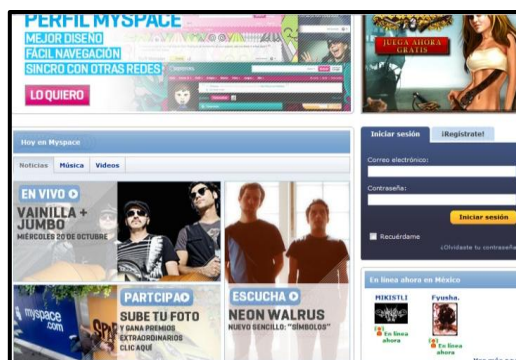
⁵⁰³ *ibid.* Tiempo: 8:59 min.

Al ubicar el puntero en la barra del explorador que direcciona la URL, se teclea la dirección <http://www.myspace.com/>,⁵⁰⁴ la cual traslada a la red social MySpace; misma que de acuerdo al entrevistado Edgar Navarro, es una comunidad hecha para intercambiar música independiente con usuarios de todo el mundo.⁵⁰⁵

*Yo recuerdo que MySpace me llegó por amigos que decían 'es que ya puedes escuchar nuestras canciones en lo que es MySpace'. No te daban esta definición compleja de lo que es una red social, sino que me decían 'ahí están nuestras canciones que subimos, si le pones play en el reproductor nos puedes escuchar'. A partir de eso, empecé a checar no sólo a ese grupo, sino a otros de diferentes partes del país e incluso del mundo.*⁵⁰⁶

Al ingresar a la pantalla principal de esta red social, se verifica que el objetivo musical se conserva. MySpace muestra en su presentación 4 banners relacionados a la música, los cuales se encuentran divididos en invitaciones para escuchar el último sencillo de algún artista o dar promoción a conciertos; todos orientados a crear una red social a partir de un gusto musical determinado.

Al ingresar la dirección de correo electrónico en MySpace que a su vez funciona como nombre de usuario, así como la contraseña personal; el sitio facilita el acceso a la comunidad virtual. (Véase imagen)



En la descripción de la página inicial, se encuentran botones separados que indican **Inicio, Correo, Perfil, Amigos, Música, Video, Juegos** y **Más**, ubicados dentro de una barra azul que destaca sobre un fondo blanco. En la parte derecha, resalta un botón de fondo rosa que indica **Buscar**, y cuya función reside en localizar a cualquier usuario dentro de esta red social. En diálogo, Edgar Navarro señaló, haber utilizado esta

⁵⁰⁴ Red social. [MySpace](http://www.myspace.com/). Disponible en: <http://www.myspace.com/>, Consulta: 15 sep. - 4 oct. 2010

⁵⁰⁵ Edgar Navarro. [Características de la comunicación y socialización de los jóvenes estudiantes de la UACM, plantel San Lorenzo Tezonco en Redes Sociales en Internet](#). Entrevista de tesis, UACM, Formato DVD 1, México, 20/05/2010, Tiempo: 5:48 min., Realizado por: Jibrán Ramos y Marina Tlapalamatl, México, D.F, 2010

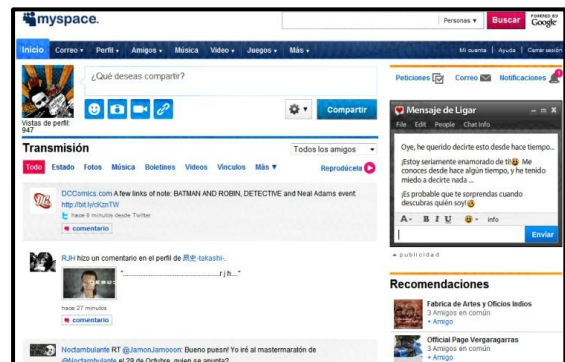
⁵⁰⁶ [Ibid.](#). Tiempo: 4:43 min.

herramienta exclusivamente para mantener el contacto con amigos, sin ningún tener ninguna intención de buscar gente nueva.

Sí he buscado gente a partir de que tengo su correo o conozco su nickname o apodo. Es penoso, pero sí los he buscado... por ejemplo he buscado gente que no está aquí en el Distrito Federal como en Monterrey y en otros lados. Entonces ese ha sido mi medio de conectarlos o de permanecer vigente para esas personas.⁵⁰⁷

En la parte central de esta página, se muestra el *avatar* del perfil con el que se ha ingresado a *MySpace*,⁵⁰⁸ y conjuntamente se ubica la opción **¿Qué deseas compartir?**, donde el usuario tiene la posibilidad de escribir texto y complementarlo con otros elementos, como son el adjuntar la herramienta **estado de ánimo**, una **fotografía**, **video** o bien, un **hipervínculo** que direcciona al usuario hacia cualquier parte de Internet.

En la parte inferior, se tiene el apartado **Transmisión** el cual puntualiza las actividades que han tenido los contactos adheridos a dicha red de *MySpace*. Además, la red social permite estar al tanto de las actualizaciones que los miembros de la comunidad, lleguen a realizar desde otras redes sociales, tales como *Twitter*, *Blogger* y *Facebook*.⁵⁰⁹ (Véase imagen)



En la parte derecha de este espacio, hay una serie de herramientas diseñadas ya sea para agregar nuevos contactos a través de **recomendaciones**, indicar quienes han visitado últimamente el perfil a partir de **mis visitas**, y una barra que posibilita administrar **eventos**, **perfil**, **fotos**, **música**, **videos**, **blog** y **juegos** desde una sola ubicación.

⁵⁰⁷ Edgar Navarro. *Op.cit.* DVD 2, Tiempo: 10:18 min.

⁵⁰⁸ Previo a este análisis, se creó la cuenta www.myspace.com/cartmancomics, con una finalidad comercial y de socialización, quedando así excluida la cuenta de cualquier indicio que afectara al comportamiento de los sujetos analizados.

⁵⁰⁹ Empíricamente comprobado antes de la realización del estudio.

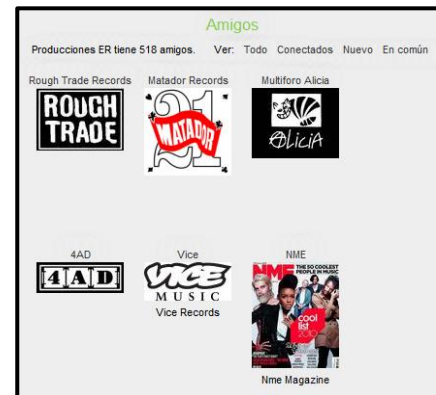
También se observa una lista denominada **boletines**, la cual sirve como directorio para estar al tanto de diversos eventos, que han publicado los contactos. Esta lista, tiene la particularidad de proporcionar el nombre del usuario que publicó el boletín, así como un *link* que permita a los miembros de la red social obtener más detalles sobre la fecha, hora y lugar del evento.

De	Fecha	Boletín
Frete Electronico Mexico	13 oct	30 oct VITAM non MORTEM & MANIACA EXPANSION en Cd. Neza
Frete Electronico Mexico	07 oct	COLD SEQUENCE & ARACKTROFILIA EN CD. NEZA ENTRADA LIBRE
Frete Electronico Mexico	28 sep	9 octubre DREAM - MACHINE surrealismo electrónico Cd. Neza
Panico de Masas	25 sep	ESTA ES LA NOCHE DE LOS CINEFILOS FREAKS (!!!)
Noctambulante	25 sep	ESTA ES LA NOCHE DE LOS CINEFILOS FREAKS!!!!
Panico de Masas	23 sep	MAÑANA!!! ZOMBIES VS FREAKS (2 noches con +de 10 películas)
Noctambulante	23 sep	MAÑANA!!! Zombies VS Freaks (2 noches con +de 10 películas)
Noctambulante	21 sep	Éste fin de semana... ZOMBIES VS FREAKS (Double feature)
Frete Electronico Mexico	21 sep	SABADO 25 SEPTIEMBRE ENDEMIAS ACOASMA Cd.Neza
Panico de Masas	20 sep	Noctambulante presenta:ZOMBIES VS FREAKS (por partida doble)

nuevo boletín | ver todos

(Véase imagen)

Finalmente, en la parte baja de la página aparece un listado de *avatares* con el respectivo *nickname* de los propietarios. La función de esta herramienta, es colocar a los **amigos** que se determinen como destacados.



(Véase imagen)

La elección de estos *avatares* no necesariamente implica tener de por medio un vínculo amistoso, explicó en entrevista el estudiante Edgar Navarro, ya que son escogidos y colocados dentro del perfil, con la intención de comunicar a los demás usuarios ciertas preferencias y detalles de la personalidad.⁵¹⁰ Es decir, busca que otros contactos conozcan más de él y a partir de ello, compartan intereses en común, como señala Ernesto Munguía Moreno.

*yo quiero que cuando la gente me visite, vean que me gustan los Smashing Pumpkins o el Foro Alicia, o que me gusta Soulwax, que soy un amante de los 80's porque me gusta Joy Division, pero también soy muy actual porque me gusta Crystal Castle...*⁵¹¹

Los usuarios conectados a la red *MySpace* en tiempo real, son identificados por un pequeño ícono de color naranja que simula una antena transmitiendo con ondas verdes, y que aparece por debajo del *avatar* indicando que el usuario está **en línea ahora**. (Véase imagen)

⁵¹⁰ Edgar Navarro. *Op.cit.* DVD 2, Tiempo: 1:27 min.

⁵¹¹ *Ibid.* Tiempo: 2:09 min.

avatar, como si fuese una carta de presentación a nivel virtual, a partir del uso de herramientas de identificación.⁵¹³

En el perfil de Edgar Navarro, se observa un fondo negro con marco verde, que marca una diferencia entre los espacios internos y externos. Edgar refirió que el cambio de colores y fondos, es una posibilidad que ofrece *MySpace* para personalizar los espacios de cada usuario, con el objetivo de comunicar algo de nosotros a los demás.

*A veces me pongo a hacer un análisis de por qué no me conformo con dejarlo todo como estaba o todo en negro, y cuando visito otros perfiles me puedo dar cuenta que el perfil de alguna chica me dice algo de su personalidad, y yo no lo pensaba así antes; creía que era una payasada, pero después pensé... por qué me preocupé en poner una imagen o por qué me preocupé en poner algo acerca de mí y por qué dentro de mis amigos no pongo a todos al azar.*⁵¹⁴

En el perfil de Edgar Navarro, se aprecia como *avatar* la imagen de lo que parece un conejo y un globo al estilo *cómic* que indica “ER”. Junto a la imagen, se destaca el nombre de la productora, así como un mensaje de entrada escrito el 28 de junio de 2010 que dice: *Hoy entrevista en Gabba Gabba (Reactor 105.7) después de las 11...*⁵¹⁵ Debajo de este mensaje, se aprecian datos personales con los que se habilitó la cuenta y que identifican al perfil como un hombre de 29 años de edad, procedente del Distrito Federal.

Finalmente, en este recuadro principal hay herramientas que permiten saber la dirección **URL** del perfil (www.myspace.com/produccionesper), o la posibilidad de **enviar mensaje**, **agregar comentario** y **recomendar amigos**. (Véase imagen)



⁵¹³ Edgar Navarro. *Op.cit.* DVD 1, Tiempo: 0:03 seg.

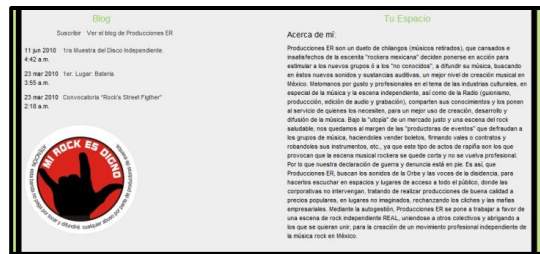
⁵¹⁴ Edgar Navarro. *Op.cit.* DVD 2, Tiempo: 1:27 min.

⁵¹⁵ Tomado del perfil Producciones EP. *MySpace*. Secc. Mensaje de entrada, Disponible en: <http://www.myspace.com/produccionesper>, Consulta: 15 sep. - 4 oct. 2010.

Por debajo de este *banner*, hay un espacio rectangular que vincula al **blog** del perfil, el cual funciona como espacio para crear textos y subirlos a la red social. Esta herramienta fue utilizada por última vez el 11 de junio de 2010, a las 4.49 am., con un comunicado que lleva por título: *1ra Muestra del Disco Independiente*.⁵¹⁶

En la parte derecha de la pantalla, sobresale un espacio designado **acerca de mí**, donde el usuario ha elaborado una descripción de lo que es Producciones ER. Se observa en la redacción, que el informante tiene nociones ortográficas y que no abrevia palabras o sustituye letras.

A la par de dicha descripción, se muestra una imagen con colores contrastantes que señala: *Mi rock es digno*.⁵¹⁷ (Véase imagen)



Otro *banner* de nombre **transmisión**,

permite estar al tanto sobre los vínculos de amistad que va construyendo el usuario. En tal sentido, se observa que Producciones ER se relacionó con un joven usuario de MySpace, el día 14 de agosto de 2010. Además, el espacio permite conocer al nuevo amigo a través de su *avatar*, mandarle un comentario, así como la posibilidad de convertirlo en amigo propio. (Véase imagen)



Con relación al número de contactos en red social, Edgar Navarro señaló tener **518 amigos**, de los cuales no todos considera como tales.

*En el MySpace personal de Kraneo Zero tengo 357 amigos, bueno... Billy Corgan no es mi amigo, pero hay algunos que si son mis amigos... yo creo que más o menos unos 100.... Este de Kraneo Zero es privado, sólo te aparece mi foto y cuando me mandan invitaciones, me pongo de payaso y las rechazo, porque digo 'cómo va a ser mi amigo virtual alguien que ni conozco', sólo para sumar un número más...pues no. En cambio en el otro Myspace de Producciones ER a todos los que me mandan invitaciones, les doy aceptar.*⁵¹⁸

⁵¹⁶ Tomado del perfil Producciones EP. MySpace. Secc. Blog, Disponible en: <http://www.myspace.com/produccionesper>, Consulta: 15 sep. - 4 oct. 2010.

⁵¹⁷ Tomado del perfil Producciones EP. MySpace. Secc. Imagen de Blog, Disponible en: <http://www.myspace.com/produccionesper>, Consulta: 15 sep. - 4 oct. 2010.

⁵¹⁸ Edgar Navarro. *Op.cit.* DVD 2, Tiempo: 5:32 min.

Sin embargo, del total de amigos de Producciones ER, Edgar Navarro destaca 6 *avatares* como contactos favoritos que se relacionan a productoras con características similares a las del perfil.

Cuando se le cuestionó al informante sobre la posibilidad de hacer y mantener redes de amigos es este tipo de sitios virtuales, él confirmó sí confiar en estos espacios y hacer amigos en base a gustos e intereses similares. Comentó que la dinámica en redes sociales consiste, en que una vez que tienes 2 o 3 contactos, los amigos de esa persona de la que acabas de unir a tu red, pueden ser también tus amigos porque tienen fines en común.⁵¹⁹

El caso más importante es el de Polly. Una vez me puso un comentario de 'está bien chida tu foto', luego yo visité el sitio de ella y le dije 'tu espacio está bien feo', porque le puso muchas cosas. Ella es una chica que le gusta mucho el pop español setentero. A partir de ahí, se empezó a crear el vínculo de gustos musicales y ya después comentarios de canciones, hasta que después fueron cosas más personales. Me invitó a tomar la chela, a fiestas de unos amigos que son Skin heads y yo acepté. Antes ya la había rechazado varias veces, pero después fue de 'bueno... a ver qué sucede' y además es banda que le gusta la música, que se mueve aquí (señala la pantalla de su perfil de MySpace). No creí que fuera un secuestrador, porque un secuestrador no tendría tiempo para hacer esto. Ella hace imágenes y pone a todos sus amigos en caricatura y pues finalmente aquí me tiene, entre sus contactos destacados.⁵²⁰

Por último, se distingue en su perfil una columna que alberga los **Comentarios** que diferentes usuarios han dejado al entrevistado. En ellos, se notó una variedad de códigos lingüísticos, tales como direcciones electrónicas, el uso de @ para aplicar adjetivos en ambos sexos (Véase imagen), así como el uso frecuente de signos como “?” y “!”, al final de los mensajes. También, se observó que ninguno de los comentarios tiene abreviaciones o sustitución de caracteres.



A su vez, durante la búsqueda se halló con un comentario en inglés:

Thank you for showing interest in the music, and taking time to leave a comment. Come back soon and have another listen. Doctorwaves.com⁵²¹

⁵¹⁹ *ibid.* Tiempo: 10:01 min.

⁵²⁰ *ibid.* Tiempo: 6:44 min.

⁵²¹ Tomado del perfil Producciones EP. *MySpace*. Secc. Comentarios, Disponible en: <http://www.myspace.com/produccioneser>, Consulta: 15 sep. - 4 oct. 2010.

De esa forma, se confirma que el lenguaje español no representa una limitante para que Edgar Navarro se comunique con usuarios de otras regiones a través de su comunidad virtual, pues él mismo explicó que actualmente conversa con una banda sueca:

...ahorita no me acuerdo de su nombre, pero a mí me gusto mucho su sonido y les mande un comentario, ya luego la comunicación fue por Chat o correo electrónico del MySpace y les dije 'me interesa mucho tu sonido... qué usas. Yo soy músico, qué tipo de guitarras están usando.' Ellos me decían que usaban Hellicaster fender pero tal modelo, y ya luego hablamos de amplificadores y luego de pedales, entonces es como una amistad virtual porque casi estoy seguro que en su país si alguien les pregunta de guitarras, amplificadores y pedales, no les van a decir cuál es el truco para hacer su sonido, pero como yo soy muy lejano me dieron la receta.⁵²²

Este tipo de interacciones a través de computadoras y sitios de Internet confirma lo que Carmen Gómez Mont define como la función de las TICs, al sostener que han servido como punto para que los lenguajes y la misma sociedad se fusionen perdiendo sus fronteras.

Cabe señalar que los **comentarios** dejados en el perfil de Edgar Navarro, mantienen una relación en torno al ámbito musical, ya sea para promover algún concierto, escuchar música desde otro perfil en *MySpace* o trabajar sobre algún proyecto en conjunto.

Asimismo, los mensajes presentan la peculiaridad de ser iniciados por los contactos, sin tener ningún tipo de respuesta visible por parte Edgar. Esto probablemente se debe a que el entrevistado expresó, que parte de la administración de Producciones ER es contestar los mensajes a través del correo electrónico de *MySpace*, con la intención de brindar un trato personal a los usuarios que solicitan sus servicios u opiniones.⁵²³

A la par, se refleja en las actividades y en la conversación que se mantuvo con Edgar Navarro, que las redes sociales han sido de gran utilidad como una vía más para comunicarse; sin embargo el informante comentó, que a su vez han representado la posibilidad de una comunicación informal y poco seria, en donde lo que se comunica se ha vuelto tan ligero y cualquier persona dice todo.⁵²⁴

⁵²² Edgar Navarro. *Op.cit.* DVD 2, Tiempo: 9:16 min.

⁵²³ Edgar Navarro. *Op.cit.* DVD 2, Tiempo: 12:56 min.

⁵²⁴ *Ibid.* Tiempo: 12:20 min.

He optado por esta vía para comunicarme porque es más fácil y más barata. Fácil porque aquí lo que escrito no tiene más peso que lo hablado, por ejemplo yo le puedo decir algo a una chica y es algo complejo, y vía escrito le puedo hacer un comentario y sin problemas. También hay bandas que me mandan un correo de 'yo quiero tocar contigo' y les contesto 'espera... espera dentro de un mes o dentro de dos días te consigo una tocada'; es así como un compromiso más ligero, en cambio si me lo dicen de frente pues es más formal, porque es tu persona y no puedes faltar a ti mismo o a tu palabra.⁵²⁵

Para explorar los álbumes digitales de Edgar Navarro, se debe acceder desde un botón ubicado en la cabecera del perfil o bien, hacer *click* sobre la propia imagen del *avatar*. Una vez que se accede al área de fotografías, se ubican 3 álbumes con su respectivo título y número de fotos: **Mis fotos** (16), **Batería ER** (11) y **Street Fighter Rock's** (11). (Véase imagen)



Las imágenes reiteran el objetivo del perfil respecto a la producción musical, debido a que muestran logotipos y publicidad de eventos organizados, fotos de una batería que se otorgó como premio en un concurso que organizó la productora,⁵²⁶ y finalmente imágenes de bandas en vivo.

Al acceder al álbum **Mis fotos**, se observó que cualquiera de los contactos de Edgar Navarro, puede etiquetar a las personas que salen a cuadro; además la imagen puede ser enviada a otro usuario vía correo electrónico o bien compartirse en otra plataforma social como *Facebook* o *Messenger*. También la red da la opción de reportar cualquier anomalía en torno a la información generada y finalmente, en la parte inferior de la foto se encuentra la herramienta enviar comentario. (Véase imagen)



Respecto al tiempo que dedica a sus comunidades virtuales, Edgar Navarro explicó:

⁵²⁵ *ibid.* Tiempo: 11:02 min.

⁵²⁶ Edgar Navarro. *Op.cit.* DVD 3, Tiempo: 0:20 seg.

La red social de la productora, la tengo que checar diario porque me mandan comentarios y correos... paso 2 horas checando la red y se me hacen como veinte minutos...checó lo que me llega mientras estoy trabajando, y pues me quedó como activo para que sepan que estoy en línea y me puedan mandar correos o algunos comentarios.⁵²⁷

En este sentido, al cuestionar al informante sobre el uso de redes sociales en Internet por parte de los jóvenes de la UACM (SLT), éste respondió:

No sé si sea una necesidad de ellos, porque ya en una plática ya no te preguntan en dónde vives, ahora creo es más fácil que te den su cuenta de Twitter o MySpace a que te den su teléfono.⁵²⁸

Tal afirmación, sostiene lo que Delia Crovi señala como una generación de jóvenes que se identifican bajo un contexto determinado, que les ha permitido acceder a las TICs e indiscutiblemente, forjar nuevos espacios para comunicarse y socializar. Al mismo tiempo, Edgar Navarro ratificó que las comunidades virtuales, efectivamente pertenecen a una generación específica que tienen nociones de computación, manejo de Internet y que se encuentra digitalizada.

Yo me siento bien de que todavía me alcanzó a tocar esto, porque tengo amigos de mi generación que no te manejan una cuenta de correo. Yo tal vez porque tuve la oportunidad de estudiar la universidad, pero otros amigos que son de mi generación y se dedicaron tal vez a un negocio o realizar otras actividades, no saben nada de redes sociales en Internet.⁵²⁹

En la práctica, Edgar Navarro se apreció como una persona que tiene amplio conocimiento de la tecnología y sabe emplearla. Su conocimiento y adherencia a estas comunidades virtuales forman parte fundamental de sus actividades y aunque él las considera como *boom* en nuestro país, Edgar Navarro menciona; nunca se va a perder el contacto cara a cara, aunque las redes sociales en Internet sean el mismísimo diablo.⁵³⁰

Ya no me cuesta trabajo, pero creo que sacarle un jugo del 100% a las redes ¡no!. Todavía hay cosas que cuando veo digo “ay, esto cómo lo hicieron” o “qué sucede”, ahí me desespero y lo abandono. Hay perfiles que están bien complejos como por ejemplo el de la revista “Enemy” de Inglaterra o de alguna disquera. Le quitan la barra donde hay anuncios, y le ponen su propia barra y hacen un perfil más detallado y más personal.⁵³¹

⁵²⁷ Edgar Navarro. *Op.cit.* DVD 1, Tiempo: 6:01 min.

⁵²⁸ *Ibid.* Tiempo: 8:05 min.

⁵²⁹ *Ibid.* Tiempo: 9:05 min.

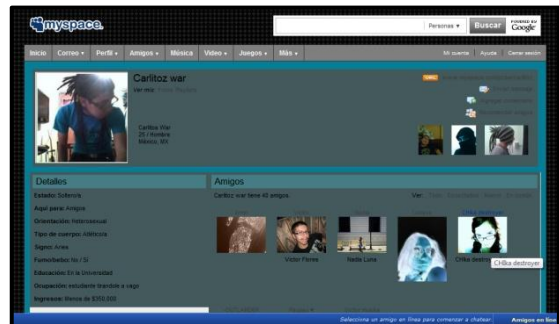
⁵³⁰ *Ibid.* Tiempo: 12:05 min.

⁵³¹ Edgar Navarro. *Op.cit.* DVD 2, Tiempo: 0:08 seg.

El siguiente sujeto de estudio corresponde a Carlos Ruíz, conocido en diversas plataformas sociales como Carlitoz war; quien también afirmó tener gran actividad en *MySpace*, pese a que su actividad prioritaria es checar su correo electrónico, descargar películas y música.⁵³²

Así, desde el perfil de Producciones ER se ingresa el *nickname* de Carlitoz war en la herramienta **Buscar**, y al oprimir el botón digital aparece la pantalla de búsqueda donde se muestra el *avatar* del usuario requerido. Cabe señalar, que el perfil del Carlos Ruíz en *MySpace* en privado; es decir, ningún usuario tienen acceso a su espacio virtual, hasta que él acepte la solicitud de amigo, como sucedió en el caso de dicha investigación.

Se aprecia en el perfil de Carlitoz war, una distribución similar de los espacios y opciones digitales, a acepción de los datos personales; los cuales muestran más información a partir de la herramienta **Detalles**, misma que permiten una descripción más detallada indicando su **Estado** (civil), **Aquí para** (conocer), **Orientación** (sexual), **Tipo de cuerpo**, **signo** (zodiacal), **Fumo/bebo**, **Educación**, **Ocupación**, e **Ingresos** (económicos); a lo cual Carlos Ruíz respondió según sus preferencias. Además, curiosamente se observó el mismo tapiz o fondo que utiliza Producciones ER, a diferencia de algunos colores. (Véase imagen)



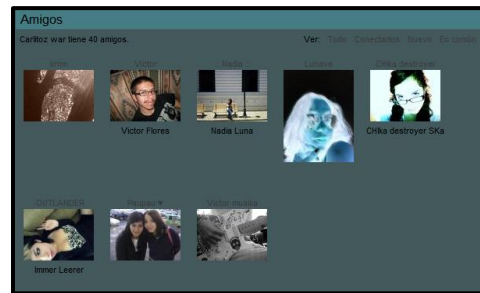
Al preguntarle a dicho informante sobre su inclusión en redes sociales en Internet, éste respondió:

En un principio yo no me metía a las redes sociales por gusto, sino porque la misma banda me decía 'ya abre tu hi5 para que pueda saber de ti o hacerte un comentario'. Por ende la primera red fue Hi5...Facebook la abrí porque un maestro de la universidad nos dijo que la abriéramos para subir información de los trabajos. Realmente Facebook no fue para encontrar a más gente, porque ya tenía bastantes amigos en otras redes...YouTube me permitió subir canciones y MySpace me sirvió para tener contacto con el Multiforo Alicia.⁵³³

⁵³² Carlos Labastida. Características de la comunicación y socialización de los jóvenes estudiantes de la UACM, plantel San Lorenzo Tezonco en Redes Sociales en Internet. Entrevista de tesis, UACM, Formato DVD 1, México, 18/05/2010, Tiempo: 1:43 min., Realizado por: Jibran Ramos Miranda y Marina Tlapalamatl, México, D.F, 2010.

⁵³³ Ibid. Tiempo: 2:50 min.

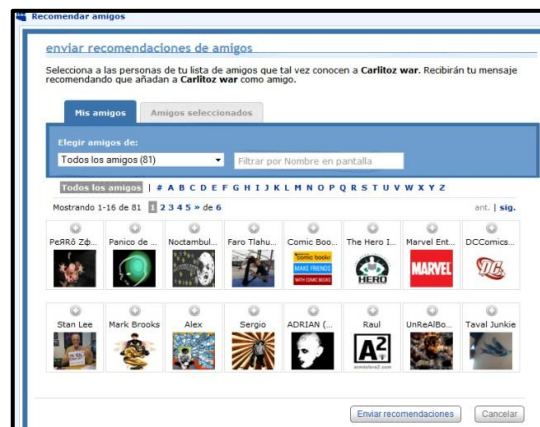
En el *banner Amigos* se halla el número total de contactos que asciende a los 40 usuarios y paralelamente, en los detalles personalizados por Carlos Ruíz, se encuentra la selección de 8 amigos destacados, de los cuales 3 de ellos pertenecen a la UACM (SLT). (Véase imagen)



Al navegar Carlos Ruíz en su red social, comentó que la mayoría de contactos en *MySpace* son personas conocidas físicamente; sin embargo, destacó que una de las finalidades de pertenecer una comunidad virtual, reside en hacerte de nuevas relaciones a partir de ver y añadir a los contactos de tus amigos, pues resulta una dinámica hoy en día, bastante sencilla y fácil para entablar vínculos sociales.⁵³⁴

*La diferencia de hacer amigos en redes y en la calle, es que aquí en la Red puedes darte una idea de cómo es la persona, investigar y saber más de ella; cuestión que en la calle se vuelve casi imposible por la inseguridad.*⁵³⁵

Cabe mencionar, que una de las opciones que permite la red *MySpace*, es la recomendación de amigos de acuerdo a las características del usuario. Con esta herramienta, no sólo se logra hacer una simple red de usuarios, sino una compleja comunidad virtual. (Véase imagen)



*En las redes te puedes informar de tus amigos y de los amigos de tus contactos. Veo que principalmente el uso que le llegan a dar a las redes sociales en Internet dentro de la UACM y en general de las personas, es para dejar huella o memoria de todos los momentos que han vivido.*⁵³⁶

Por debajo del *avatar*, se aprecia una larga descripción **General**, de la personalidad de Carlos Ruíz, así como la **Música** predilecta, **Películas** favoritas, programas de **Televisión** de su agrado y por último, **Libros** y **Héroes**.

⁵³⁴ *Ibid.* Tiempo: 6:48 min.

⁵³⁵ Carlos Labastida. *Op.cit.* DVD 2, Tiempo: 9:55 min.

⁵³⁶ Carlos Labastida. *Op.cit.* DVD 1, Tiempo: 10:35 min.

Posteriormente, se aprecian dos opciones más que reciben el nombre **Acerca de mí** y **Quién me gustaría conocer**, de las cuales el usuario se reservó de contestar, pues refirió en entrevista:

*Cuida mucho el poner datos más personales, porque quien te quiera conocer te pedirá ser tu amigo y conocerte más.*⁵³⁷

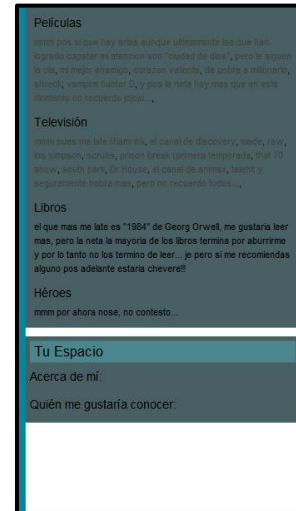
(Véase imagen)

La construcción del perfil, denota el interés por comunicar detalles de la personalidad hacia aquellos internautas que tienen acceso a su red social, incluso a partir de estas características el usuario pretende que se integren a su red social usuarios con intereses o gustos en común; tal hecho fue aseveró por Carlos Ruíz de la siguiente manera:

*Expreso mis ideas y les digo si me fue bien o mal...les informo de lo que me pasa, hasta me sirve para comunicarme con la familia. Me ha sido fácil hacer amigos en redes sociales porque he encontrado a mucha gente que tiene cosas en común conmigo, por ende resulta más fácil hablar de ciertos temas con personas de la red que sabes que tienen el mismo interés. Incluso con algunos me he quedado de ver y pues nos vamos a un concierto o simplemente vernos cara a cara...Claro vas creando un vínculo de confianza, ves su perfil, le pides su correo y ya por Messenger sigues la charla.*⁵³⁸

Esta dinámica de socializar y comunicarse en redes sociales en Internet ha trascendido para Carlos Ruíz más allá del plano virtual, ya que afirmó haber conocido a una chica de Zacatecas a través de estos medios y llegar a sostener una relación amorosa durante algún tiempo.⁵³⁹

En el espacio dedicado a **Comentarios** se distingue que la mayoría de los mensajes refieren a eventos musicales y de cine, lo que reitera el atributo de *MySpace*. Además, una cantidad menor de los comentarios alojados en este perfil, son procedentes de compañeros empíricamente identificados como parte de la comunidad de la UACM (SLT). (Véase imagen)



⁵³⁷ *Ibid.* Tiempo: 8:20 min.

⁵³⁸ *Ibid.* Tiempo: 6:25 min.

⁵³⁹ *Ibid.* Tiempo: 9:09 min.

Los comentarios no presentan reemplazo de caracteres, sin embargo, uno de los mensajes recurre a la repetición de signos de admiración con la intención de transmitirle al usuario la importancia del mensaje.

maeseeeeeeeeeeeeeeee !!!!! tsssss... y por fin se me hizo en el myspace !! jajajaja... camara, gracias por los deseos man... ya sabanas... ahí lo que se le ofrezca en historieta, manga o links no dude en preguntar mi carnal.. jeje... cámara... chido one kenobi !.⁵⁴⁰

Respecto la comunicación que se genera en redes sociales, Carlos Ruíz indicó que esta herramienta virtual ésta siendo muy importante para que las personas se informen y comuniquen.⁵⁴¹

En mi familia mi hermana ocupa la red social para comunicarse con su chavo en Francia.⁵⁴²

No obstante, señaló que aunque las redes sociales permiten entablar una comunicación, está en ocasiones resulta difícil de mantener debido al uso frecuente de códigos particulares de cada usuario.

Cuando la gente abrevia los mensajes no entiendo, eso es más de jóvenes. Yo trato de no abreviar las palabras, pero luego lo hago para darme entender con esos amigos que lo hacen.⁵⁴³

Con referente a la utilidad que le ha dado a este tipo de comunidades virtuales, el entrevistado reafirma la concepción de Robín B. Hamman, asociada a ser un espacio donde un grupo de personas comparte un área y cierto tiempo para interactuar socialmente, bajo algunos lazos en común que los unen.

Las redes sociales te ayudan en cuestión de tiempo a encontrar espacios para reunirte con amigos. También las redes te ayudan a no tener que tomar el teléfono y que todo mundo se entere de lo que hablas, simplemente agarras tu compu y de clavav escribiendo.⁵⁴⁴

⁵⁴⁰ Tomado del perfil de Carlitoz war. [MySpace](http://www.myspace.com/jockercarlitoz). Secc. Comentarios, Disponible en: <http://www.myspace.com/jockercarlitoz>, Consulta: 15 sep. - 4 oct. 2010.

⁵⁴¹ Carlos Labastida. *Op.cit.* DVD 1, Tiempo: 12:55 min.

⁵⁴² *Ibid.* Tiempo: 2:05 min.

⁵⁴³ Carlos Labastida. *Op.cit.* DVD 2, Tiempo: 7:00 min.

⁵⁴⁴ *Ibid.* Tiempo: 7:53 min.

Por otra parte, *clickado* en su fotografía principal se aprecian 3 álbumes denominados como **Mis fotos** (3), **Yo** (10) y **la banda** (53).

(Véase imagen)

De estas carpetas, la primera corresponde a imágenes que ha subido como *avatar*, la segunda muestra diversas facetas del usuario y el tercer álbum aparece en compañía de amigos, los cuales son fácilmente reconocidos como parte de la comunidad universitaria de la UACM (SLT).

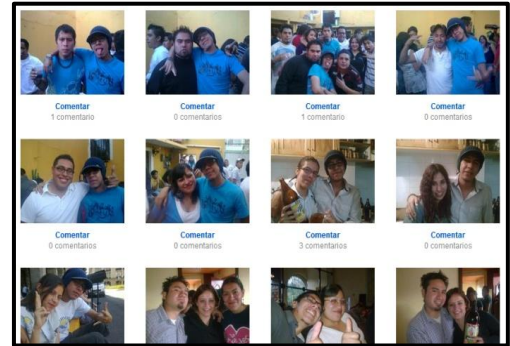
(Véase imagen)

En los comentarios fotográficos, se observan algunos mensajes que presentan el recurso comunicativo digital conocido como *emoticons*,⁵⁴⁵ los cuales han sido adoptados por los internautas con el objetivo de expresar en los mensajes determinadas emociones, tal es el caso del mensaje que dejó la usuaria Paupau♥ a Carlitoz war en una imagen de su colección fotográfica: *tu pose!* >.<⁵⁴⁶

Con ello, se describen prácticas y códigos comunicativos que desarrollan los jóvenes dentro de sus comunidades virtuales, los cuales pueden llegar a contextualizar algunos mensajes, como lo explicó Carlos Ruíz, al citar el ejemplo del uso de ‘jaja’ para suavizar las conversaciones virtuales.⁵⁴⁷

Los retratos publican algunos gustos e intereses que tiene Carlos Ruíz, así como reflejan la vida social que mantiene el usuario. Conjuntamente, estas imágenes tienen un valor significativo para generar la comunicación entre amigos, mantener vigentes los lazos afectivos y contextualizar a los miembros de la comunidad sobre la vida del usuario.

Subo y comento fotos y más cuando previamente han comentado mis amigos y pues sigo la cadenita. Subo fotos para seguir en contacto y no dejar de verlos...Las fotos comunican, porque son tomadas desde un



⁵⁴⁵ Consulte glosario.

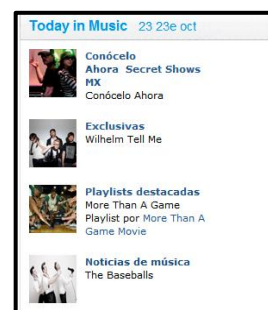
⁵⁴⁶ Tomado del perfil de Carlitoz war. *MySpace*. Secc. Álbum fotográfico: la banda, Disponible en: <http://www.myspace.com/jockercarlitoz/photos>, Consulta: 15 sep. - 4 oct. 2010.

⁵⁴⁷ Carlos Ruíz. *Op.cit.* DVD 2, Tiempo 5:17 min.

contexto en particular donde comunicas con quién estas, cómo estás y lo que estabas haciendo.⁵⁴⁸

Por otra parte, Carlitoz war hace uso de la herramienta **Playlist**, la cual le permite trasladar canciones a su perfil y colocarlas dentro de un reproductor digital que ofrece la opción **Música**. También este espacio, brinda diferentes opciones para que el usuario visite los perfiles de bandas y cantantes, se mantenga al tanto de exclusivas, noticias; así como la posibilidad de obtener de forma gratuita música. (Véase imágenes)

Estas actividades basadas en subir y compartir música o videos, se han convertido en prácticas predilectas por el informante, quien reveló resultan ser bastante sencillas debido a que la misma red social te va llevando en lo que debes de hacer.⁵⁴⁹



No considero que sepa manejar al 100% las redes sociales porque luego salen aplicaciones nuevas que no conozco o no me llaman la atención, pero se subir música, fotos o poner un reproductor.⁵⁵⁰

Finalmente, al observar al usuario Carlitoz war dentro de su red social, se constató que pese a tener computadora e Internet en casa desde hace apenas 3 años, el informante tiene un buen dominio de estos sitios virtuales. Además, su relación con estos espacios, no son más que la consecuencia de un entorno permeado de amigos en redes sociales en Internet y la dinámica de un contexto familiar donde el acceso a la tecnología y el uso de comunidades virtuales, se ha convertido en una opción importante para que sus integrantes interactúen acorde a los grupos con los que se identifiquen desde un plano virtual.



(Véase imagen)

Lo que luego encuentro interesante en Internet lo subo y lo comparto con mis amigos.⁵⁵¹

⁵⁴⁸ Carlos Ruíz. *Op.cit.* DVD 1, Tiempo: 4:38 min.

⁵⁴⁹ Carlos Ruíz. *Op.cit.* DVD 2, Tiempo: 5:39 min.

⁵⁵⁰ Carlos Ruíz. *Op.cit.* DVD 1, Tiempo: 4:01 min.



Para acceder a *Twitter* se teclea en la barra del navegador la dirección <http://twitter.com/>,⁵⁵² comunidad virtual que se identifica por la silueta de un ave blanca sobre un fondo azul tenue, que tiene como primer herramienta **Buscar** usuarios inscritos dentro de esta red social. Posteriormente, un *slogan* que indica: **La mejor manera de descubrir lo que está pasando en tu mundo.**⁵⁵³ (Véase imagen)



En esta pantalla inicial se despliegan una serie de tópicos como **Temas Populares**, que sirven de *link* para que el usuario se traslade hacia otra sección del *Twitter* donde se localizan los temas más difundidos y comentados. En la parte izquierda de la pantalla se observa el espacio **Mira quién está aquí**, enfocado a publicar los usuarios que utilizan dicha red social a través de sus *avatares*. Asimismo, en la parte central del *software* está el apartado **Top Tweets**, el cual simultáneamente muestra comentarios destacados del día, como el del usuario NoMeEntiende, quien redactó:

*Lo bueno de Twitter es que puedes escribir todo lo que quieras como si a alguien le importara.*⁵⁵⁴

Por último, sobresale un *banner* en la parte derecha que invita a los internautas a sumarse a dicha comunidad virtual, aludiendo que *Twitter* es una red social **Fácil**,

⁵⁵¹ Carlos Ruíz. *Op.cit.* DVD 2, Tiempo: 6:39 min.

⁵⁵² Red social. *Twitter*. Disponible en: <https://twitter.com/>, Consulta: 15 sep. - 4 oct. 2010.

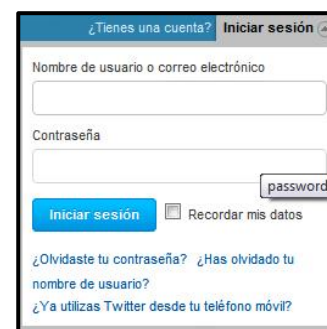
⁵⁵³ *Id.*

⁵⁵⁴ *Id.*

gratis con **actualizaciones instantáneas** y donde puedes **Obtener acceso a la información que más te interesa**. Debajo de éste, se encuentra un video instructivo para navegar en **Un #nuevo Twitter**,⁵⁵⁵ que pretende hacer de esta comunidad una experiencia más sencilla, rápida y profunda para interactuar. Por ende, los usuarios pueden **Registrarse**, seguido de la indicación **Échale un vistazo al nuevo Twitter.com**, video que presenta adelantos de esta nueva plataforma informativa que ofrecerá además de las herramientas a **quién has seguido, seguidores, favoritos y temas del momento**; otras opciones tales como **menciones, retweets**,⁵⁵⁶ **búsquedas y listas cronológicas** de actividades, desde una simple pestaña.⁵⁵⁷ (Véase imagen)



Es importante señalar que *Twitter* cuenta con un espacio libre de publicidad y que su plataforma se encuentra en una **fase beta**,⁵⁵⁸ lo cual significa que al término de esta investigación, la comunidad virtual pueda tener novedades en su estructura. Finalmente, en la parte superior derecha se ubica un pequeño botón que indica **Iniciar sesión**, donde el usuario escribe correo electrónico y contraseña para ingresar a la red social. (Véase imagen)



Una vez que se accedió a la cuenta personal de *Twitter*,⁵⁵⁹ se localizó al informante Julio César Ibáñez conocido en *Twitter* con el *nickname* de malmedio, quien comentó en entrevista hacer uso frecuente de la red social *Twitter*, debido a ser un espacio

⁵⁵⁵ Empíricamente se sabe, que el signo “#” dentro del lenguaje de *Twitter* es conocido como *hashtag*. Este *hashtag* o etiqueta, tiene la particularidad de vincular cualquier mensaje marcado con el signo “#” dentro una serie de comentarios que normalmente tienen una relación entre sí, como por ejemplo: #AmenazoComoBrozo, #NuevoTwitter, por citar algunos de los temas sugeridos por *Twitter*.

⁵⁵⁶ Consulte glosario.

⁵⁵⁷ Red social. *Twitter*. Disponible en: <http://twitter.com/newtwitter?autoplay=true>, Consulta: 15 sep. - 4 oct. 2010.

⁵⁵⁸ Consulte glosario.

⁵⁵⁹ Previo al estudio, se abrió una cuenta personal de *Twitter* la cual no tuvo ninguna intensión de investigación.

fabuloso para hacer política, para saber cómo se mueve la sociedad y conocer los puntos de vista de la misma.⁵⁶⁰

Como parte cardinal de esta red social se tiene la herramienta **¿Qué pasa?**, la cual sirve para escribir mensajes restringidos de 140 caracteres máximo; particularidad que si bien restringe la manera de expresarse de los usuarios, para Julio César Ibáñez representa una ventaja comunicativa al mencionar:

En Twitter uno escribe lo que le parece relevante y lo publica. Sigo a 406 personas y tengo 210 seguidores que ven lo que escribo. Te manejas por mensajes cortos y te quitas de broncas de grandes textos.⁵⁶¹

Asimismo, en la parte superior derecha se observa una pequeña barra de menús que indican **Inicio, Perfil, Buscar gente, Configuración, Ayuda y Cerrar sesión**. Por debajo, se tiene una imagen que previamente se ha elegido como *avatar*, seguido del *nickname* con que el usuario se identifica en *Twitter*. Al pie del *avatar*, están las opciones **Siguiendo**,⁵⁶² **Seguidores** y **Listas**, que varían dependiendo del número de contactos que se tengan vinculados en la cuenta.

Posteriormente, existe una columna que contiene una serie de herramientas como **Inicio, @(nombre del usuario)**,⁵⁶³ **Mensajes directos, Favoritos, Retweets**,⁵⁶⁴ un buscador interno para localizar usuarios en *Twitter*, además de las opciones **Listas**⁵⁶⁵ y un registro de los **Temas del momento** que cambian de acuerdo a la cantidad de *hashtags*⁵⁶⁶ que los usuarios colocan a un tema determinado; razón por la cual, cambia el orden del listado de acuerdo a los temas más etiquetados dentro de



⁵⁶⁰ Julio César Ibáñez. Características de la comunicación y socialización de los jóvenes estudiantes de la UACM, plantel San Lorenzo Tezonco en Redes Sociales en Internet. Entrevista de tesis, UACM, Formato DVD 1, México, 18/05/2010, Tiempo: 4:17 min. , Realizado por: Jibrán Ramos Miranda y Marina Tlapalamatl, México, D.F, 2010.

⁵⁶¹ Julio César Ibáñez. Op.cit. DVD 4, Tiempo: 8:50 min.

⁵⁶² La red social Twitter designa el término “Siguiendo” para las actualizaciones que llegan desde otros perfiles a la cuenta personal. Por otro lado, “Seguidores” corresponde al número de usuarios que han optado por mantenerse al tanto de las actualizaciones que realiza el propio usuario.

⁵⁶³ En Twitter, el @ refiere a los mensajes que hablan de algún usuario o que van dirigidos a éste, por ejemplo: @Malmedio, @CBSNews, @Miguelcruz, etcétera.

⁵⁶⁴ Consulte glosario.

⁵⁶⁵ Las listas son historiales creados por el usuario y tienen el objetivo de agrupar contactos dentro de Twitter.

⁵⁶⁶ *Hashtags* son etiquetas que los usuarios otorgan a cierto tema y que son colocados en un listado. Los temas etiquetados se distinguen con el signo “#”.

Twitter. (Véase imágenes)

Es importante destacar que a diferencia de las redes sociales *Hi5* y *MySpace*, el *wallpaper* con que cada usuario personaliza su perfil aparece únicamente por detrás de la pantalla blanca que contiene la información antes descrita.

Al entrar al espacio virtual de malmedio, se encuentra el *avatar* con una imagen de su rostro y mensajes recientemente colocados en su red social. Durante el encuentro, Julio César Ibáñez mostró ser una persona familiarizada con dichos entornos virtuales, ya que refirió desarrollar gran parte de sus actividades a través de Internet y de las redes sociales que en esta se establecen. (Véase imagen)

*Utilizo Internet todos los días; de hecho, antes de venir a la escuela checo mi correo y mi Facebook porque luego caen mensajes en la mañana que pueden condicionar el rumbo del día.*⁵⁶⁷

*En ese desarrollo en que más gente estaba conectada a la Red, fue que las redes sociales se convierten en algo importante. Entonces pensé, 'no es mala idea estar ahí'.*⁵⁶⁸



Con referente a Internet, el entrevistado señaló algunas ventajas que posee actualmente la Red, en comparación de la etapa anterior *Web 1.0* que no permitía el intercambio informativo e interacción entre sus cibernautas.

*Me parece que Internet en comparación de hace 10 años ha tenido cambios muy importantes con la Web 2.0. Ahora es una Web participativa, interactiva y en la que se multiplican las posibilidades... esto hace que se reconfigure como un medio diferente a lo convencional.*⁵⁶⁹

Esta aseveración, sostiene la definición de Internet que ofrece Barry Wellman, Susana Finquelievich y Pierre Levy, como un espacio virtual para la comunicación, producción, interacción, intercambio, consumo y organización social.

Al explorar el perfil de malmedio, se aprecian algunas diferencias notables respecto a la página principal donde se acceso a *Twitter*. En primera instancia, la columna del lado derecho indica algunos datos personales de Julio César Ibáñez como **Nombre**, **Ubicación**, **Web** y **Biografía**, así como un total de 522 usuarios **siguiendo**, 239

⁵⁶⁷ Julio César Ibáñez. *Op.cit.* DVD 1, Tiempo: 0:40 seg.

⁵⁶⁸ *Ibid.* Tiempo: 10:40 min.

⁵⁶⁹ *Ibid.* Tiempo: 5:35 min.

seguidores que están al tanto de lo que hace malmedio y 11 **listas** relacionadas a contenidos de interés por el usuario.⁵⁷⁰ (Véase imagen)



Esta cantidad de seguidores, podría ser interpretada como una desventaja debido al exceso de información o una frivolidad social; sin embargo, el entrevistado comentó al respecto:

*Acepto en Facebook a valedores y a gente que conozca, pero en Twitter no me importa quién sea porque es un micrófono abierto.*⁵⁷¹

*Mientras más gente agregues a tu red social, más rico es tu panorama y de alguna manera las interacciones se vuelven más sabrosas.*⁵⁷²

Continuando el análisis, se observa un total de 750 **tweets**, nombre designado por *Twitter* al total de mensajes que ha colocado Julio Ibáñez desde su perfil virtual. En la misma sección, se encuentra un conjunto de pequeños *avatares* con el título **Siguiendo**, los cuales al colocar el puntero por encima de ellos, se despliega una pequeña pantalla que indica el *nickname* correspondiente a dichas imágenes y que a su vez, funcionan como *link* para direccionar a otros perfiles dentro de *Twitter*. (Véase imagen)



Dicha dinámica, sostiene la concepción de Howard Rheingold que refiere como la cibernsidad se conforma de agregados sociales que surgen en la Red, cuando cierta cantidad sujetos llevan a cabo discusiones públicas durante un tiempo determinado, con suficientes sentimientos humanos como para formar redes de relaciones personales en el espacio cibernético.

⁵⁷⁰ Tomado del perfil malmedio. *Twitter*. Secc. Datos personales, Disponible en: <https://twitter.com/malmedio>, Consulta: 15 sep. - 4 oct. 2010

⁵⁷¹ Julio César Ibáñez. *Op.cit.* DVD 4, Tiempo: 9:39 min.

⁵⁷² Julio César Ibáñez. *Op.cit.* DVD 1, Tiempo: 14:17 min.

Al examinar detenidamente los *avatares* de los usuarios que sigue malmedio, se manifiesta el interés por temas concernientes a política nacional y medios de comunicación. Ante ello, Julio César Ibáñez habla del papel que juegan las redes sociales en Internet frente a las prácticas políticas e ideológicas:

*Se hace política desde las redes sociales en Internet, se combaten ideologías desde las redes sociales. Twitter es una cosa fabulosa en el asunto de la lucha permanente por la ideología y por la lucha de la construcción de los símbolos culturales.*⁵⁷³

Del mismo modo, los *tweets* que aparecen en la pantalla principal del perfil de Julio Ibáñez; también denominada por él como línea del tiempo, contienen mensajes referentes a hechos políticos y sociales de relevancia. Por ejemplo, se encontró *tweets* con referencia a la amenaza que hizo Víctor Trujillo caracterizado como Brozo, hacia un usuario de *Twitter*.⁵⁷⁴



(Véase imagen)

Este tipo de mensajes conllevan dos denotaciones. La primera es el conocimiento del informante por aquellas herramientas características de *Twitter*, como son los *hashtags*, publicación de *retweets*, así como el uso de *emoticons* o la repetición de letras para enfatizar alguna intención en sus mensajes. La siguiente observación, es referente a la utilidad comunicativa que brinda Julio César Ibáñez a su red social de *Twitter*, la cual destina principalmente para manifestar sus opiniones de forma libre y directa, de acuerdo a sus convicciones.

*Internet tiene enormes posibilidades que ningún otro medio unidireccional ofrece, la primera es el feedback que te permite mentarle la madre o transmitirle repudio por ejemplo a Carlos Loret de Mola o Azcárraga; entonces ellos responden a tus comentarios, debaten y al final encuentras el poderte comunicar sin tantos limites en comparación del teléfono que sigue siendo un filtro.*⁵⁷⁵

Además, manifestó su punto de vista con respecto al desprestigio que han sufrido las redes sociales en Internet, de parte de algunos comunicadores o medios de comunicación convencionales:

⁵⁷³ Julio César Ibáñez. *Op.cit.* DVD 1, Tiempo: 14:37 min.

⁵⁷⁴ Redacción de El Gráfico. *Brozo amenaza a twittero en 'El mañanero'*. El Gráfico, 5 de octubre de 2010, México, Disponible en: <http://www.elgrafico.mx/notas/713696.html>

⁵⁷⁵ Julio César Ibáñez. *Op.cit.* DVD 2, Tiempo: 0.00 seg.

*Todas las interacción en redes van configurando la comunicación, le van dando sentido; pero es un sentido no absoluto...lo bueno de Internet es que todo es cuestionable y eso es algo que le da coraje a Carlos Marín y Ciro Gómez Leyva dicen que las redes sociales en Internet son una pérdida de tiempo, pero lo dicen porque les rompe el cuadro no poder controlar las dinámicas que llevan a cabo los usuarios. Piensan que debería haber una regulación porque cualquier persona puede decir cosas.*⁵⁷⁶

No obstante, Julio César Ibáñez se mostró a favor del desarrollo de una cultura y educación en torno a la utilidad y manejo de estos medios virtuales, con el objetivo de erradicar las descalificaciones injustificadas que se han manejado a partir de las acusaciones de los medios electrónicos de comunicación.

*En unos años necesitaremos educación sobre el uso de Internet. Eso de los secuestros por redes sociales, simplemente es ignorancia. Alguna vez impartí un curso de TICs a maestros de la academia de comunicación en la UACM y me sorprendió el miedo que tienen de Facebook, porque la gran mayoría decía: 'me pueden secuestrar, me pueden robar la identidad.' Entonces eso habla de ignorancia en torno al uso, porque estar en una red social es igual que conducirte en la vida real. Necesitamos saber qué pasa y qué no pasa en Internet, tener una cultura y de alguna manera eso nos volverá más libres. Eso es lo que vuelve al usuario presa, no salirse de su aldea conocida y pensar que las redes significan entrar a un bosque monstruoso.*⁵⁷⁷

Aunque *Twitter* no ofrece muchas alternativas para modificar la estructura del sitio virtual, se pueden determinar ciertas características del perfil Julio César a partir del contenido de sus *tweets*, de los usuarios que sigue y de quienes lo siguen en la red social. Respecto a esta relación que hay entre los elementos que conforman los perfiles virtuales y los comportamientos *Offline* de los usuarios, el entrevistado comentó:

*El hecho de estar en redes sociales en Internet no te hace ser mejor o peor, eres el mismo nada más que desde otra plataforma.*⁵⁷⁸

Al final del perfil de Julio César, *Twitter* ofrece la posibilidad que los contactos se mantengan al tanto de los *tweets* que ha comunicado el usuario en fechas pasadas, a través de la herramienta **más**. (Véase imagen)

Este despliegue de comentarios, permite observar las diversas funciones comunicativas que el usuario Julio César Ibáñez le



⁵⁷⁶ *Ibid.* Tiempo: 8:10 min.

⁵⁷⁷ *Ibid.* Tiempo: 4:31 min.

⁵⁷⁸ Julio César Ibáñez. *Op.cit.* DVD 1, Tiempo: 11:09 min.

otorga a *Twitter*, y que pueden ir desde el plano personal hasta cuestiones de interés social. Al respecto, mencionó:

*No te la puedes pasar siendo en redes sociales el 'señor saludador' o el 'activista'...Algo que me gusta de las redes sociales es que se vuelven un símil de la vida real, uno puede manifestar que está contento o que no quiere saber nada.*⁵⁷⁹

Dentro de los innumerables *tweets* encontrados en el perfil de malmedio, no se localizó ningún mensaje que fuera lo suficientemente claro para afirmar que interactúa con estudiantes de la UACM (SLT). No obstante, el entrevistado mencionó que las comunidades virtuales en Internet, también le ayudan a percibir varias situaciones que giran en torno al ambiente universitario.

*Básicamente cuando entro a mis redes checo lo que ha escrito la banda, esto me permite saber en qué andan, si hay fiestas, comunicados de la UACM. Me ayudan a socializar y a estar más al pendiente de ellos.*⁵⁸⁰

Estas dinámicas en redes sociales en Internet, refieren a lo que María Luisa Zorrilla concibe por comunidad virtual, donde un agregado social sin localización geográfica, se estructura bajo uno o varios puntos de encuentro y cuya existencia puede ser efímera o prolongarse en el tiempo según el grado de formalización que se dé, a partir de los flujos de información que promuevan los usuarios.

Asimismo, Julio César Ibáñez comentó que se ha percatado que los universitarios de la UACM están comenzando a adoptar estas herramientas virtuales con seriedad y otorgándoles funciones alternas a las de socializar.

*Los jóvenes de la UACM están usando las redes para socializar, pero creo también las están usando para otras funciones. Por ejemplo, hace unos meses cree un grupo que se llama "ni un peso menos" relacionado con el presupuesto de la UACM, y para mi fortuna funcionó muy bien. Estudiantes y maestros debaten y la red sigue caminando porque la gente participa con notas, comentarios, charlas establecen grupos de trabajo y más cosas.*⁵⁸¹

En este sentido, el informante considera que las redes sociales en Internet y en especial *Facebook* y *Twitter*, se han convertido para la UACM en espacios alternos para interactuar desde compañeros, maestros hasta la rectora de la universidad. Por lo tanto, malmedio acentúa lo que Ezequiel Fejler, percibe como plataformas sociales en la Red

⁵⁷⁹ Julio César Ibáñez. *Op.cit.* DVD 3, Tiempo: 1:26 min.

⁵⁸⁰ Julio César Ibáñez. *Op.cit.* DVD 3, Tiempo: 5:29 min.

⁵⁸¹ *Ibid.* Tiempo: 2:58 min.

que figuran como vía para comunicarse de muchos a muchos, mantenerse informado y la posibilidad de entretener redes de relaciones humanas, regidas por la inmediatez y el intercambio cultural.

Es un lugar donde comprobé se dan muchas interacciones, llega mucha información, te puedes enterar de un montón de cosas, además de poder distribuir tu propia información de manera rápida, lo cual me pareció que abría muchas posibilidades.⁵⁸²

No existe ni emisor ni receptor, creo que todos somos todo al mismo tiempo y somos actores que vamos generando un gran mensaje. Todas esas interacciones van dando sentido y configurando la comunicación.⁵⁸³

Además, reflexiona la enorme utilidad que brindan las redes sociales a la plataforma Internet y la cultura que se ha consolidado al puntualizar que:

Las redes sociales tienen una labor sumamente pedagógica, puedes encontrar foros y redes para charlar sobre celulares, puedes intercambiar todo tipo de películas, música. Hoy en día Internet es útil gracias a ello, creo que si en algún momento esto no se hubiera desarrollado seguramente Internet estaría de flojera.⁵⁸⁴

Cuando se le cuestionó a Julio César Ibáñez sobre el progreso y futuro de las redes sociales, éste externó:

Me entere de las redes sociales casi desde que empezaron, pero era muy renuente especialmente por el uso que veía que les daban. Pensé que eran poco prometedoras. Ahora creo que las redes pudieron evolucionar mucho, por ejemplo al principio con las dinámicas de los cuartos de Chat, fueron cosas que vinieron a innovar y que también en muy poco tiempo se les acabo el gas. Después el Messenger fue un boom y se contempló como la herramienta esencial para poderse comunicar el mundo; sin embargo el desarrollo de Internet fue cuando empezaron a abaratarlo por una necesidad comercial y entonces más gente tuvo Internet y casi todo el mundo comenzó a recurrir a otro tipo de servicios para comunicarse como ahora son las comunidades virtuales.⁵⁸⁵

Por ende, se afirman las ventajas que Julio César encuentra en las redes sociales en Internet, como un medio virtual que le permite hacerse un sujeto activo dentro de su contexto personal, académico, político y social a partir de la información que pueda generar y las interacciones que logre entablar dentro de este proceso de socialización y comunicación *Online*.

⁵⁸² Julio César Ibáñez. *Op.cit.* DVD 1, Tiempo: 11:40 min.

⁵⁸³ Julio César Ibáñez. *Op.cit.* DVD 2, Tiempo: 7:16 min.

⁵⁸⁴ Julio César Ibáñez. *Op.cit.* DVD 1, Tiempo: 6:16 min.

⁵⁸⁵ *Ibid.* Tiempo: 7:37 min.

*Participo en el consejo universitario de la UACM, me gustan los trabajos de discusión, hago diseños vía Web, colaboro con grupos de estudiantes y me gusta estar en trabajos...En este sentido, Internet es el medio para tener este tipo de interacciones.*⁵⁸⁶

*Es notorio que las redes sociales denotan los niveles culturales y socioeconómicos de acuerdo a la red social a la que perteneces.*⁵⁸⁷

Finalmente, la percepción del entrevistado respecto a una posible limitante para que jóvenes estén dentro de la tecnología y pertenezcan a redes sociales en Internet, es casi nula, pues señaló:

*Me parece excesivo pagar 250 pesos al mes por estar conectado todo el día desde el celular, pero creo que eso se va a conseguir en muy poco tiempo y será porque nos tienen que vender cosas y necesitaran que las consumamos a toda hora y pues seremos entonces ciudadanos conectados de tiempo completo. No me parece algo descabellado, ni ficción, simplemente es lo que veo con más certeza.*⁵⁸⁸



⁵⁸⁶ *ibid.* Tiempo: 2:04 min.

⁵⁸⁷ *ibid.* Tiempo: 12:18 min.

⁵⁸⁸ Julio César Ibáñez. *Op.cit.* DVD 2, Tiempo: 2:03 min.

CAPITULO VIII. CERRAR SESIÓN.

VIII.1.Resultados.

Después de navegar teórica y prácticamente, se dará respuesta a cada una de las interrogantes que han sido eje de la investigación y que se muestran nuevamente para comodidad del lector:

Pregunta general.

- ¿Cómo la ruptura espacio-tiempo que caracteriza a las redes sociales en Internet, permite nuevas prácticas de socialización y comunicación entre los jóvenes usuarios de la UACM, plantel San Lorenzo Tezonco (SLT)?

Preguntas particulares.

- ¿Por qué las redes sociales en Internet resultan atractivas para los universitarios de la UACM, plantel San Lorenzo Tezonco?
- ¿Qué posibilidades ofrecen las redes sociales a los estudiantes en cuanto a la interacción?
- ¿Qué usos y finalidades sociales y comunicativas buscan los universitarios en las redes sociales en Internet?
- ¿Cómo se caracterizan los intercambios comunicativos y dinámicas de socialización de los universitarios, desde las plataformas sociales en Internet?

Asimismo se acentuará cada tópico abordado a lo largo del estudio; todo ello, a partir de triangular la información generada. Se expondrá lo que representó personal y profesionalmente realizar este análisis, además de los alcances de investigación que se desean lograr en futuros estudios. Sin más, se da acceso a las conclusiones, esperando que este último espacio del recorrido signifique para el lector no sólo el cierre de una investigación, sino la inquietud por continuar explorando más territorios y posibilidades que ofrece la tecnología Internet a un sinnúmero de usuarios.

En este sentido, se muestra el perfil final de los 200 jóvenes estudiantes de la UACM (SLT), con el propósito de presentar a quienes integraron y dieron sentido a la investigación. Por lo tanto, del universo analizado se obtuvo en promedio una población procedente de las delegaciones Iztapalapa, Tláhuac y Xochimilco, cuyas condiciones

sociales y culturales atañen a una clase media de nivel bajo,⁵⁸⁹ que habita en zonas populares. Además, quienes integraron el estudio fueron principalmente mujeres con una presencia del 61% y hombres con 38.5%, cuyas edades fluctúan entre los 21 y 30 años. En correlación al ámbito académico, se tuvo una mayor colaboración por parte de los estudiantes de las licenciaturas de Comunicación y Cultura y Ciencia Política y Administración Urbana, que en su mayoría corresponden al ciclo básico del turno matutino.

Con base al perfil socioeconómico, se determinó una comunidad estudiantil cuyo estado civil promedio corresponde a jóvenes solter@s, que viven dentro de un núcleo familiar de entre 2 y 7 personas, integrado por padre, madre y hermanos básicamente mayores de edad; donde el principal sostén económico es el padre, con un ingreso de 3601 a 6000 pesos mensuales. Asimismo, se precisa que más del 50% de los universitarios no trabaja y en caso contrario, quienes tienen un empleo, sus condiciones de trabajo son flexibles y obtienen un salario aproximado a los 1000 pesos semanales.

Respecto al ámbito tecnológico, se obtuvo como resultado que los jóvenes tienen conocimiento sobre el uso de equipos de cómputo entre 3 y 10 años previos a este estudio, a partir de un aprendizaje empírico. Además, actualmente poseen en promedio un equipo de cómputo de escritorio (PC) y en segundo lugar, se detectó una creciente adquisición de *Lap tops*. Ambos equipos, empleados fundamentalmente para navegar en Internet con una frecuencia diaria, ya sea desde el hogar, trabajo o escuela, con un servicio de banda ancha que asciende a los 300 pesos mensuales. Por ello, son universitarios que se caracterizan por acceder a Internet y llevar a cabo entre sus actividades principales la consulta de correo electrónico, prácticas escolares, uso de *Messenger*; y entre un tercer y quinto lugar, permanecer en redes sociales en Internet.

⁵⁸⁹ La clase media de nivel bajo, se caracteriza por tener padres con nivel educativo de primaria y secundaria completa y los hijos asisten a escuelas públicas. Las personas que pertenecen a este nivel, cuentan con casa propia y algunas rentan el inmueble. El hogar en promedio cuenta con 3 o más habitaciones y 1 baño completo. En relación a los artículos que poseen se tiene la televisión, computadora, horno de microondas y teléfono. Los servicios bancarios que poseen son escasos y remiten básicamente a cuentas de ahorros, cuentas o tarjetas de débito y pocas veces tienen tarjetas de crédito nacionales. Dentro de los principales pasatiempos destacan el cine, eventos musicales, espectáculos organizados por la delegación y/o por el gobierno, también utilizan los servicios de poli-deportivos y los parques públicos. La televisión también es parte importante de su diversión y atienden preferentemente a las telenovelas y a los programas de concurso. Este grupo tiende a ver televisión diariamente por un espacio algo superior a dos horas.

Definición en: Club Planeta. Nivel socioeconómico (clase media-baja). Disponible en:

http://www.economia.com.mx/nivel_socioeconomico_d_clase_media_baja.htm, Consulta: 14 de enero de 2011.

No obstante, aunque los jóvenes se hayan estrechamente vinculados con la tecnología, se constató que uno de sus hábitos preponderantes continúa siendo la convivencia familiar, por encima de la navegación en Internet.

Respecto a la consulta de información, los universitarios se apropian de las TICs como vía principal para informarse, frente a cualquier otro medio electrónico o impreso de comunicación. Es decir, los estudiantes fundamentalmente recurren a Internet, enciclopedias interactivas y teléfono celular, como recursos digitales predilectos para obtener información y con ello, interactuar e intercambiar puntos de vista con otros usuarios, manifestar libremente sus opiniones, así como beneficiarse de la reducción de tiempo y espacio que posibilitan las TICs. Paralelamente, son jóvenes cuyos intereses personales y escolares, están siendo canalizados a través del flujo informativo de las TICs; lo cual significa que un porcentaje alto de alumnos se está apoyando en este tipo de herramientas digitales para diversas actividades como la gestión de proyectos culturales, producción de contenidos, activismo político y social, compra-venta de bienes y servicios, búsqueda de empleo y promoción de oficios.

De esta forma, los estudiantes visualizan en las TICs un recurso indispensable frente a un mundo tecnoglobalizado, que requiere de mayor velocidad y practicidad en su uso. Aunado a ello, el aumento en la demanda y los costos accesibles de las TICs, han representado factores determinantes para que estudiantes de la UACM (SLT), con cierto perfil socioeconómico, cultural y educativo, tengan a su alcance dispositivos tales como: teléfonos celulares, computadoras, cámaras digitales, reproductores de música y en un escaso porcentaje aparatos de videojuegos. Sin embargo, estas adquisiciones no exentan a los alumnos de una parcial brecha digital, ya que durante el análisis cualitativo se observaron ciertas deficiencias y limitantes técnicas en el manejo y utilidad que le brindan algunos estudiantes a las TICs. Esto como secuela de posibles agentes como el contexto, situación económica, conocimiento empírico y desinterés tecnológico por parte de la instancia educativa de la UACM (SLT), en relación a una cultura tecnológica que complemente los conocimientos de los jóvenes en torno a los usos y beneficios de las TICs, que figuran hoy en día, como una realidad y necesidad del mundo moderno y de pertenencia a la Sociedad de la Información.

Proporcionada la antesala del perfil que ubica al lector frente a quienes conformaron el universo de estudio y su relación con las TICs, se da ingreso a la configuración de las prácticas comunicativas y de socialización que llevan a cabo los jóvenes estudiantes de la UACM (SLT), a través de sus redes sociales en Internet.

Así, de los 200 informantes todos son miembros de por lo menos una red social en Internet a la que ingresaron entre 1 y 3 años atrás; hecho que denota un retraso tecnológico en la inclusión a este tipo de sitios, tomando en cuenta que las comunidades virtuales existían de los 90's y alcanzaron su repunte en el país hace 4 años, cuando apenas la mayor parte de los informantes estaba adquiriendo su primer equipo de cómputo.

En cuanto a la elección de comunidades virtuales, la mayoría pertenece a redes de contacto o interacción social siendo la favorita *Hi5*, después *Facebook* y *MySpace*; seguido de redes de intercambio de fotos y video como *Youtube*, *Flickr* y *Metroflog*, y finalmente comunidades informativas tales como *Twitter* y *Blogs*. A las cuales, dedican un promedio de 1 a 2 horas diarias y en muchos casos, las mantienen abiertas en tanto utilizan la computadora para otras actividades.

Cabe señalar, que debido a la edad promedio de los estudiantes se obtuvo un dato relevante en cuanto a la elección de alguna red social en Internet; es decir, mientras jóvenes entre los 21 y 25 años prefieren *Hi5* como vía meramente social, quienes se encuentran mayores a esta edad, optan por redes no sólo dedicadas al entretenimiento, sino por comunidades virtuales que también les ofrezcan posibilidades alternas y beneficios informativos y de interacción, a causa un ritmo de vida más activo.

Así, dando respuesta al **primer cuestionamiento** particular se tiene que acorde a los intereses de esta población estudiantil, concernientes a la producción de su propia información, la necesidad comunicativa acortando distancia/tiempo, el interés por socialización con usuarios que mantengan gustos afines o simplemente por curiosidad; es que redes sociales en Internet han cubierto dichas necesidades, a partir de que informantes expusieran los siguientes atractivos que sin duda, fueron factores determinantes para su inserción.



Diagrama de elaboración propia.

Con estos atributos, los universitarios utilizan con mayor frecuencia las siguientes herramientas digitales de las redes sociales en Internet; mismas que han sido ubicadas en conjuntos, según las intenciones de los usuarios.

🔊 **INFORMACIÓN:** Avatar, nickname, buscador de amigos, fotos, videos, música, noticias, eventos, grupos.

💬 **COMUNICACIÓN:** Espacio para comentar, mensajero instantáneo, etiquetas fotográficas, álbumes, mensajes privados, estado de ánimo, barra de estado.

🎮 **ENTRETENIMIENTO:** Test, juegos, aplicaciones.

En torno a la **segunda cuestión** particular, se presenta en seguida un diagrama que muestra las herramientas que de acuerdo al estudio etnográfico, componen sustancialmente a las comunidades virtuales donde jóvenes usuarios de la UACM (SLT) son miembros.

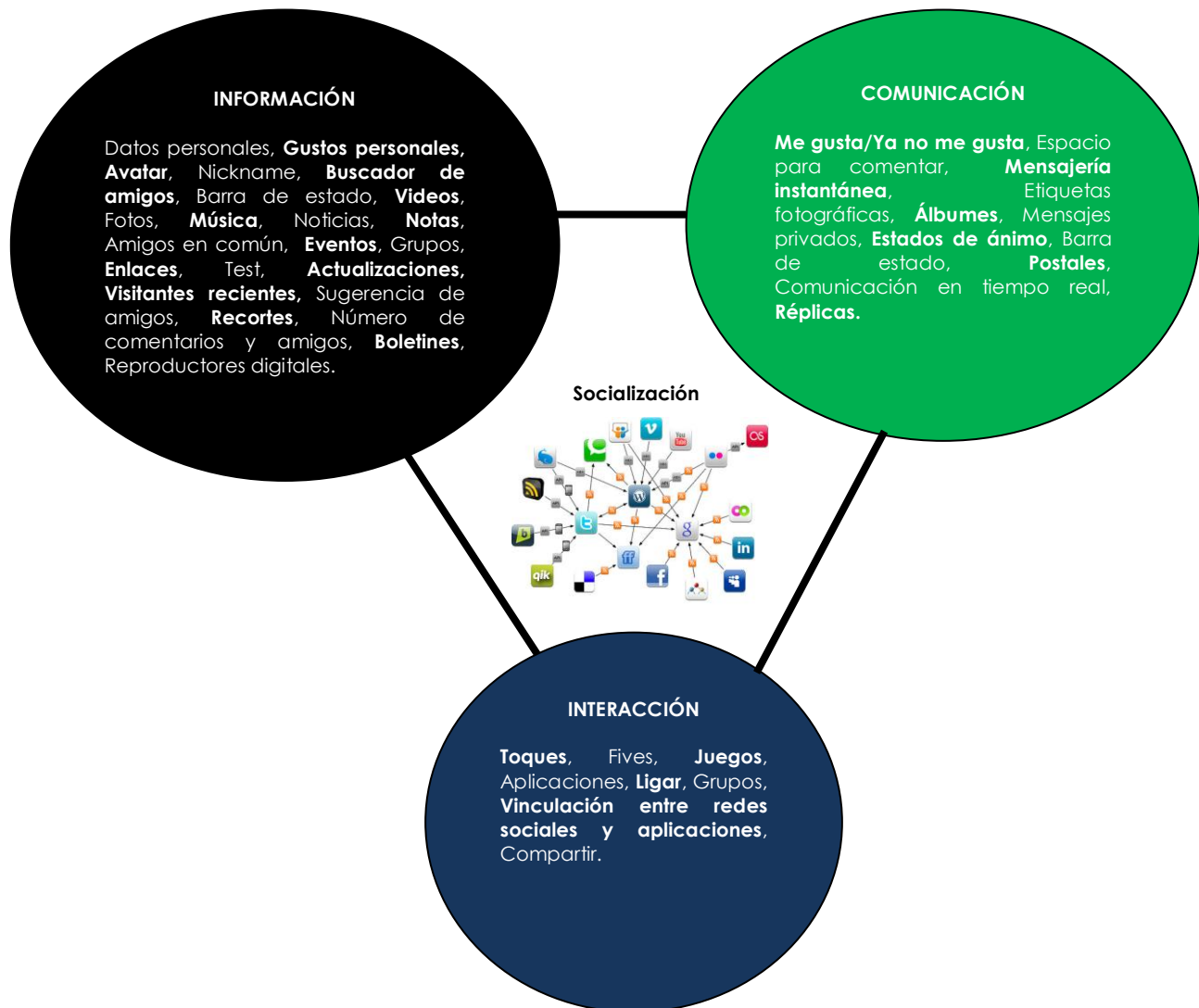


Diagrama de elaboración propia.

Con dichas herramientas y los análisis efectuados, se constató como **tercer interrogante** particular que los usos que le otorgan los universitarios de la UACM (SLT) a las redes sociales en Internet, corresponden efectivamente a intereses informativos y de comunicación. Sin embargo, datos cuantitativos y cualitativos demostraron que dichos intereses se apegan a prácticas primordialmente sociales, seguidas de escolares y familiares. Es decir, se tiene que prioritariamente sus prácticas residen en socializar con amigos a partir de herramientas informativas y de comunicación, que les permiten interactuar a partir de subir y comentar fotos, jugar, buscar amigos, pertenecer a grupos, conversar *Online*, compartir videos, bajar aplicaciones, etcétera.

Posteriormente, las dinámicas escolares constan de agregar otros estudiantes de la UACM, así como personalidades académicas e intelectuales, con quienes comparten información concerniente a situaciones profesionales, de la comunidad estudiantil y en algunos casos, sobre noticias de trascendencia general. Esto, a través de las herramientas enlaces, noticias, comentarios, boletines, réplicas y mensajes privados. Finalmente, las prácticas familiares radican en mantener contacto y comunicación con miembros cercanos o de otras regiones del mundo, a través de las herramientas *Chat*, barra de estado, actualizaciones, fotos, comentarios, estados de ánimo y postales.

Así, los sujetos de estudio concordaron que los alcances de las redes sociales en Internet según sus prácticas, conciernen a ser espacios que permiten la construcción de identidades y la pertenencia regular a una comunidad afín, donde tienen acceso a un inmenso mosaico de información sin límites ni restricciones, con novedosos canales de expresión donde los mensajes llegan más lejos y a un mayor número de usuarios, sin necesidad de verse físicamente, ni obtener respuesta inmediata, acortando en general tiempo, distancias y costos.

Por lo tanto, aunque las redes sociales en Internet permiten la interacción y socialización desde plataformas digitales, los universitarios afirman que el hecho de ser miembros de estas comunidades, no les implica la sustitución de interacciones cara a cara, el reemplazo de actividades por un ambiente *Online*, ni mucho menos una codependencia o factor de cambio para sus hábitos; sino sencillamente, cumplen la finalidad de soporte o herramienta tecnológica que trasciende y potencia su entorno *Offline*.

Con referencia a los usos, prácticas y alcances, se da paso a la **cuarta pregunta** particular, donde se abordan aquellos elementos comunicativos en redes sociales en Internet, caracterizados por transgredir el espacio-tiempo en plataformas digitales. En tal cuestión, los universitarios para entablar dichos intercambios comunicativos parten de recursos técnicos como una computadora, cuyos elementos como monitor, teclado y *mouse* permiten que la exploración en territorios virtuales sea una manipulación más sencilla y cómoda. Conjuntamente, el servicio de Internet suministrado por la empresa *Telmex*, refiere a otro de los recursos técnicos que debido al ancho de banda, se ajusta

a las necesidades de velocidad en la conexión y a las condiciones económicas de los estudiantes.

Con estas preferencias tecnológicas, los universitarios acceden a la comunicación *hipermediática* en la *Web*, definida por los procesos de producción, intercambio y consumo simbólico que se desarrollan en Internet y que son distinguidos por la cantidad de usuarios, espacios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí. Es decir, la *hipermediación* es un conjunto de elementos comunicativos disponibles en la Red, basados en lo **digital**, **hipertextual** y **reticular**. Por lo que, las redes sociales en Internet también están permeadas de estos elementos que facilitan toda clase de intercambios informativos, comunicativos e incluso interacciones sociales.

Elementos de la Comunicación Digital Interactiva.



Diagrama de elaboración propia.

En este sentido, las redes sociales en Internet han creado sus propios recursos y herramientas tanto informativas, comunicativas y de socialización aprovechando las condiciones *hipermediáticas* de la Red, lo cual representa para la población de estudio; novedosas utilidades que no obtienen en otros sitios como foros de debate, correo electrónico o *Chat*, mismos que se concretan a funciones relacionadas con el intercambio informativo.

Así, el análisis verificó que efectivamente los jóvenes de las UACM (SLT), emplean **elementos digitales** como *avatars* o *nicknames*, que tienen la función de identificar a cada internauta a través de caracteres digitales, que a su vez funcionan como *link* (*hipertexto*, *hipervínculo*) que traslada al usuario de un perfil social a otro. Sin embargo, la configuración de las redes sociales en Internet está dada en su totalidad por elementos digitales, que permiten a los jóvenes no sólo crearse una identidad dentro de una comunidad, sino también un entorno virtual que involucra desde colocar un reproductor de música o subir fotos, hasta llevar a cabo un entramado de interacciones de muchos a muchos.

Del mismo modo, los estudiantes emplean **elementos de hipertextualidad** como son *links*, enlaces o *banners* que sirven de trampolín o de rutas de acceso a otras páginas *Web* dentro de la misma comunidad; es decir, desde el momento en que internautas ingresan a su red social en Internet recurren a la hipertextualidad (*hipervínculo*, *link*). Esto significa que la hipertextualidad, implica navegar o pasar de una página a otra accediendo a información innumerable en cada traslado, traspasando distintos espacios y recorriendo todas las herramientas de actualizaciones a perfiles, de perfiles a fotos, de fotos a información y así sucesivamente cuantas veces lo deseen los jóvenes usuarios.

En cuanto a los **elementos de reticularidad**, los sujetos de estudio chatean, comentan, califican, escriben mensajes privados, juegan, comparten aplicaciones, participan en grupos; lo que representa una retroalimentación entre usuarios. Por ello, la reticularidad refiere a todos aquellos elementos que permiten procesos de comunicación en tiempo real o diferido, donde intervienen más de un usuario (interacción de muchos a muchos). Hecho que hace de estos territorios un espacio innovador a partir de la generación de información que propicia múltiples prácticas comunicativas, entabladas desde la ruptura espacio-tiempo que caracteriza a las redes sociales en Internet.

No obstante, exponer las características comunicativas digitales también implica hacer mención de otros componentes notables, que definen dichas prácticas. Es decir, para los estudiantes la comunicación en redes sociales en Internet involucra la ruptura del espacio-tiempo, donde se establecen relaciones y acciones en común sin necesidad de verse cara a cara, con vínculos sociales afectivos

e intensos permeados de velocidad, flexibilidad y diversidad informativa en la que circulan y se producen contenidos. Ambientes virtuales, que significan una carta de identidad *Online* y la oportunidad de expresión y desinhibición; prácticas comunicativas donde la palabra escrita retoma fuerza, peso y trascendencia, y donde las expresiones y emociones se concretan a elementos digitales como *emoticons*, imágenes y sonidos que construyen la presencia física.

En este entorno, los elementos y contenidos que conforman el perfil digital de cada cibernauta en redes sociales, estructuran y conforman su identidad dentro de Internet; paralelamente, los usuarios al ser los productores de los contenidos se convierten en el eje de los procesos comunicativos, donde el lenguaje es lo digital (digitalización, hipertextualidad, reticularidad) y el nuevo conocimiento la información. Así, las conversaciones digitales según los informantes, permiten procesos comunicativos diferidos y en tiempo desplazado, donde pueden dejar mensajes, corregirlos y reflexionarlos e incluso reservarse de responder hasta el momento que consideren adecuado, así como entablar una conversación *Online*, en lugar de mantener una comunicación directa cara a cara cuando ésta no es necesaria. Esto les representa una cualidad única, sobre otros medios de comunicación en los que se tiene que atender la comunicación de forma inmediata o en tiempo real, son jóvenes que se vuelven activos, adentrándose a una dimensión comunicativa de colaboración en torno a la producción textual, creación de enlaces y jerarquización informativa.

Sin embargo, la comunicación digital también puede analizarse desde sus limitantes, las cuales según el estudio abarca desde tener un dispositivo para navegar y ancho de banda, hasta la carencia de una conversación presencial y contexto que la envuelve, así como desconocimiento en ciertos códigos textuales, posible falta de veracidad en la información y especificaciones técnicas del mismo *software*, que exigen al usuario permanecer atento dentro de su red social para responder cualquier mensaje o conversación en tiempo real.

Finalmente, se comprobó que tanto los espacios y herramientas digitales sirven para que estudiantes de la UACM (SLT) desenvuelvan una serie de prácticas en redes sociales en Internet, que dan como resultado un proceso mediante el cual se pertenece a una sociedad o cultura virtual. Esto refiere, que dichos universitarios aprenden e

interiorizan dinámicas, valores, normas de confianza, conocimientos, costumbres, códigos textuales, usos técnicos como dominio básico de lenguajes de programación; y a su vez, se encuentran y relacionan, construyen su identidad y pertenecen a una comunidad de moda, le otorgan sentido en base a sus intereses y comienzan las interacciones, tienen 50 amigos y mañana posiblemente tendrán 60, fomentan relaciones y sentimientos, se informan y comunican, participan y se integran, suben fotos y conviven, cosechan y trabajan en equipo por tener la mejor granja, comparten videos, notas, música y se califican, difunden lo que harán mañana y se apoyan en cuestiones escolares. No obstante, estos sitios carecen de relaciones humanas presenciales y con ello, incertidumbre de interactuar con usuarios sin tener ninguna referencia previa, además de ser comunidades organizadas bajo selección de intereses, que requieren de disponibilidad frente a una computadora para mantener o entablar lazos afectivos; sin dejar de resaltar, que pese a ser sociedades, no existen instituciones que regulen las dinámicas sociales.

Por lo tanto, las redes sociales en Internet no son un sustituto de la vida, sino un recurso tecnológico que llegó a conectar a los estudiantes entre sí y con gente de su alrededor en grupúsculos, donde a su vez, cabe la posibilidad que cada usuario integre parte de otro grupúsculo o red. Es decir, los informantes conforman su propio universo donde conjuntan su pasado y presente para tener a la mano a tan sólo un *click*, a la gente con la que han convivido a lo largo de su vida utilizando territorios no físicos, donde el espacio-tiempo se rompe para configurar nuevas dinámicas sociales en Internet.

Con lo anterior, se determina que los sujetos de estudio socializan a partir de múltiples herramientas y funciones que integran las comunidades virtuales y que proporcionan a los universitarios, utilidades digitales encaminadas a la interacción con otros usuarios, donde se construyen extensiones complejas de las sociedades *Offline* dentro de entornos digitales, que reflejan en todo momento sus experiencias principalmente sociales, académicas y familiares. Así, a través de comunidades virtuales, los estudiantes de la UACM (SLT) se incorporan al intercambio, producción y consumo de información que fluye y se desplaza en Internet a partir de las redes sociales en Internet. Territorios o comunidades que tienen vida propia, crecen, cambian, se

reproducen, sobreviven a lo largo del espacio-tiempo y algunas mueren por la falta de usuarios;⁵⁹⁰ sin embargo, las que continúan vigentes preservan su estructura, función y cultura aún cuando miembros entren y salgan de ellas, e incluso cuando se incorporen más usuarios.

En definitiva, los estudiantes son sujetos *hiperconectados*⁵⁹¹ debido a que se informan, comunican, interactúan y extienden sus sociedades en base a recursos tecnológicos que rompen con barreras geográficas, acortan tiempo y reducen costos, logrando permanecer en contacto ante nuevas características que surgirán a medida que aumente la escala de interacción macro-social.

Finalmente, con la triangulación teórica y práctica se responde a la **pregunta general**, determinando que los estudiantes de la UACM (SLT) al apropiarse de las herramientas digitales y reticulares que ofrecen las redes sociales en Internet, intercambian mensajes diferidos de manera multidireccional y en tiempos desplazados, sin que las barreras geográficas sean una limitante. Es decir, los universitarios producen contenidos que implican la manipulación de archivos virtuales de audio, vídeo, imagen y texto que adquieren una permanencia perpetua de su información en la Red, lo cual permite a los usuarios una interacción no presencial instantánea o atemporal.

Conjuntamente, los estudiantes en redes sociales en Internet desarrollan habilidades técnicas y adoptan e interiorizan una serie de elementos socioculturales, que les permite adaptarse y desempeñarse en novedosas formas de interacción social en la Red, donde se crean identidades, comunidades, encuentros y formas de permanecer en contacto a partir de la conexión de computadoras.

Una vez concluida la investigación, se tiene en el aspecto personal que la elaboración de este proyecto representó una red de experiencias que implicó la construcción de retos, esfuerzo, conocimiento y aprendizaje. Una vivencia digital intensa, con aciertos y complicaciones en el camino que finalmente, fueron hipervínculo hacia un crecimiento integral. En lo profesional, los conocimientos adquiridos académicamente se pusieron en práctica y se navegó hacia un fenómeno de la realidad social, cuya labor involucró

⁵⁹⁰ Caso de la UACM (SLT), donde informantes mayores de 25 años señalaron pasar de Hi5 a Facebook y dejar en el olvido sus perfiles de dicha comunidad.

⁵⁹¹ Término abordado por Nicholas A. Christakis y James H. Fowler en *Conectados*, que refiere a la diversidad y posibilidad tecnológica que permite básicamente estar en contacto, informarse, comunicarse, interactuar y socializar, desde un mismo sitio o plataforma digital.

situarse como investigadores y enfrentar los rumbos y matices que encierra el estudio de campo. Así, el conocimiento y aprendizaje es invaluable con la aportación humana y complemento de factores, circunstancias y elementos, que hicieron posible un desarrollo profesional donde se entrelazan nuevos conocimientos, habilidades y aptitudes.

Ante esto, la investigación es una aportación social para futuros estudios, así como punto de partida para emprender nuevos proyectos profesionales enfocados a los usos y prácticas que desenvuelven personas adultas en redes sociales en Internet, como parte de este repunte que señala la AMIPCI donde sujetos entre los 30 y 40 años, se están incorporando al contacto digital. Asimismo, resulta trascendente analizar el uso que le otorgan los niños a las redes sociales en Internet, con el propósito de estudiar la importancia que están adquiriendo estos medios dentro de su desarrollo cognitivo y a su vez, el valor que les representa estos entornos virtuales para integrarse a su contexto social.

Sin más se cierra sesión, dejando al lector un *password* abierto hacia la comprensión de estas comunidades virtuales, las cuales representan un gran desafío de estudio debido a que evolucionan a pasos agigantados, trayendo consigo cambios inimaginables en la interacción *Online*, que indiscutiblemente repercutirán sobre las sociedades *Offline*.

Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación TICs

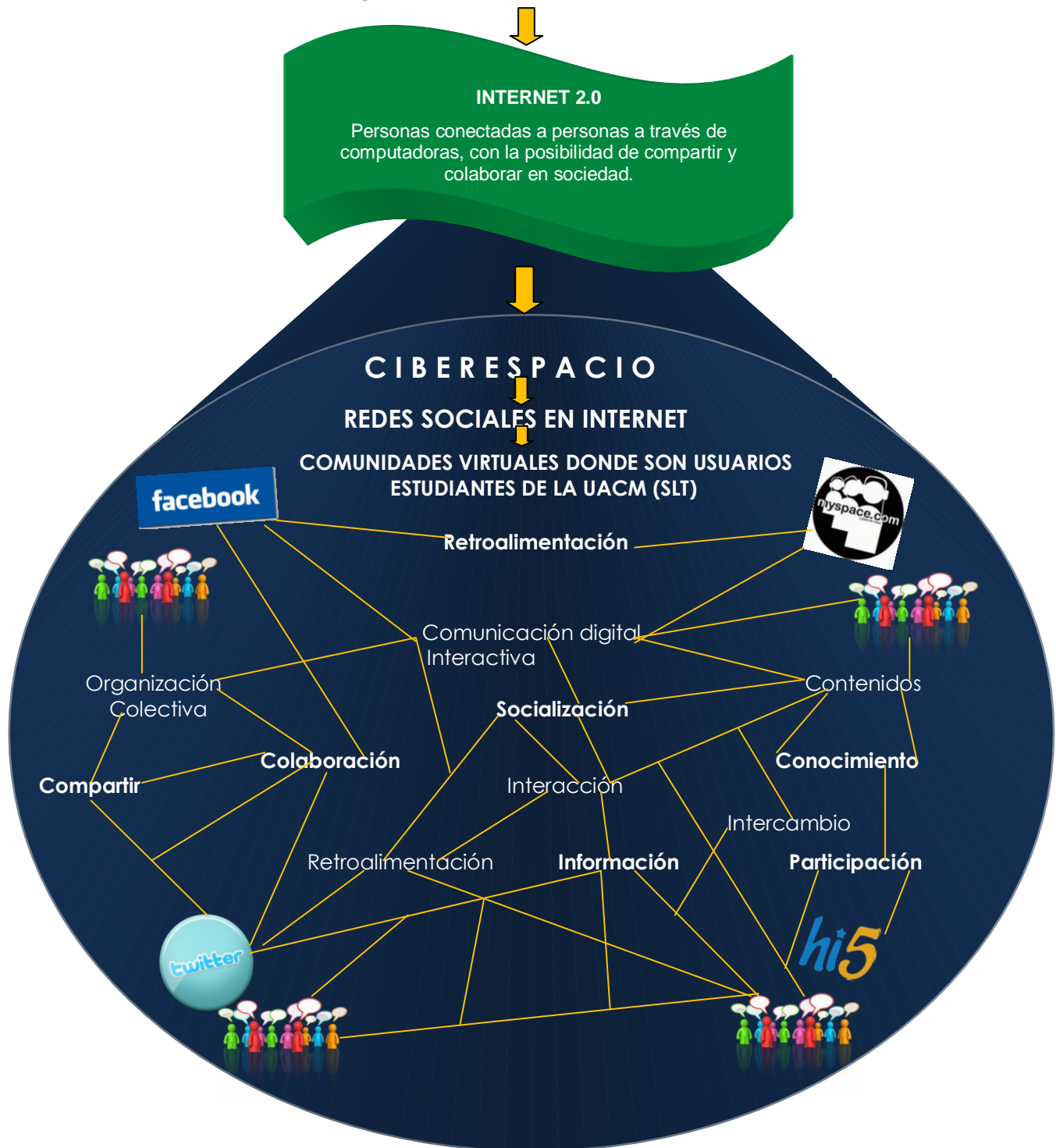


Diagrama de elaboración propia.

*Estructura macro-social compuesta por redes sociales potenciadas por la tecnología Internet. Cada comunidad y entre sí, se organizan bajo la producción, consumo, reproducción, experiencia, comunicación, interacción y socialización codificada por la cultura digital.



LÉXICO CIBERNÉTICO.

- **Alfabetización digital:** Como definición de alfabetización digital vamos a indicar que se debe superar el simple hecho de saber manejar una computadora, en concreto en él se dice que "se refiere a un sofisticado repertorio de competencias que impregna el lugar de trabajo, la comunidad y la vida social, entre las que se incluyen las habilidades necesarias para manejar la información y la capacidad de evaluar la relevancia y la fiabilidad de lo que busca en Internet."⁵⁹²
- **Amazon:** Amazon.com, Inc. es una compañía estadounidense de comercio electrónico con sede en Seattle, Estado de Washington. Fue una de las primeras grandes compañías en vender bienes a través de Internet.⁵⁹³
- **Ancho de banda:** Indica el volumen de información que puede transmitirse sin distorsiones, ruidos y pérdidas de calidad. Cuanto mayor es el ancho de banda de un canal de transmisión, mayor es la capacidad de envío y recepción.⁵⁹⁴
- **Avatar:** En los encuentros virtuales la gente adopta una imagen determinada para ser visto. Este tipo de foto recibe el nombre de avatar, y su función radica en identificarnos, mostrar una apariencia, así como dar impresiones de nuestra personalidad (real o ficticia) quien nos observa a través de un monitor.⁵⁹⁵
- **Banner:** Es un formato publicitario en Internet. Esta forma de publicidad online consiste en incluir unapieza publicitaria dentro de una página web. Los *banners* se crean con imágenes (GIF, JPEG o PNG), o con animaciones creadas a partir de tecnologías como Java, Adobe Shockwave y, fundamentalmente, Flash. Están diseñados con la intención de llamar la atención, resultar notorios y comunicar el mensaje deseado. Por lo tanto, estos *banners* no necesariamente mantienen la línea gráfica del sitio.⁵⁹⁶
- **Barrapunto:** Es un sitio web de noticias relacionadas con el software libre, la tecnología y los derechos digitales. Se actualiza varias veces al día con artículos que suelen ser breves resúmenes de noticias en otros sitios web, enlaces a esas noticias y además permiten al lector comentar dichas noticias.⁵⁹⁷
- **Bites:** Es la unidad mínima de un documento o herramienta digital.⁵⁹⁸
- **Blogs:** Un blog, o en español también una *bitácora*, es un sitio *Web* periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, que conservan siempre la libertad de dejar publicado lo que se crea pertinente.⁵⁹⁹

⁵⁹² Andrei Acuña Arias (Et.al).. Cibersociedades. Universidad Católica de Costa Rica, Enero, 2008. p.16.

⁵⁹³ Wikipedia. La Enciclopedia libre. Término Amazon. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Amazon>. Consulta: 27 de octubre de 2009.

⁵⁹⁴ Fernando Ballester. La Brecha Digital. El Riesgo de exclusión en la Sociedad de la Información. Ed. Biblioteca Fundación Retevisión, España, 2002, p.55.

⁵⁹⁵ Nelson Manrique. La sociedad virtual y otros ensayos. Ed. Pontificia Universidad Católica de Perú, 1ª edición, Perú, 1997, p.223.

⁵⁹⁶ Wikipedia. Enciclopedia Libre. Término Banner. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Banner>, Consulta: 5 de octubre de 2010.

⁵⁹⁷ Wikipedia. La Enciclopedia Libre. Término Barrapunto, Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Barrapunto>. Consulta: 10 de octubre de 2009.

⁵⁹⁸ Término propio.

⁵⁹⁹ Wikipedia. La Enciclopedia Libre. Término Blog. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Blogs>, Consulta: 15 de septiembre de 2009.

- **Chat:** Es una aplicación informática (software) que hace uso de la conexión Internet y permite la comunicación escrita inmediata y simultánea de múltiples de usuarios.⁶⁰⁰
- **Cibercultura:** Es producto de la interacción del hombre con la cibernética, donde aparecen nuevas costumbres y se introducen nuevas cosas a la vida y a las prácticas de las personas.⁶⁰¹
- **Ciberespacio:** El ciberespacio, ese término acuñado por William Gibson en su novela de ciencia ficción *Neuromancer*, es el nuevo espacio de realidades sociales, sin embargo, en su concepción original era el soporte de información en el que reside y se ejecuta el software de la computadora, y dentro del cual fluyen comunicaciones electrónicas. El ciberespacio es invisible y artificial, es un microcosmos digital en el que no existen fronteras, distancias ni autoridad central. Se trata de un mundo paralelo que se alimenta del mundo real, y que a su vez lo retroalimenta.⁶⁰²
- **Click:** La acción de presionar algún botón del mouse.⁶⁰³
- **Comunidad virtual:** La comunidad virtual se caracteriza por: 1) La comunidad como un carácter social o económico: en el que los individuos pueden mantener relaciones. 2) La comunidad como símbolo: porque posee una dimensión simbólica, los individuos tienden a sentirse (simbólicamente) unidos a la comunidad virtual, creándose una sensación de pertenencia. 3) La comunidad virtual como tal: posee rasgos comunes a las comunidades físicas; sin embargo, el rasgo diferenciador es que ésta se desarrolla, al menos parcialmente, en un lugar virtual, o en un lugar construido a partir de conexiones telemáticas. Sus funciones son: la comunicación, la solidaridad, la socialización y el debate.⁶⁰⁴
- **Comunidades:** Una comunidad es un grupo o conjunto de personas que comparten elementos en común, como un idioma, costumbres, valores, tareas, visión de mundo, ubicación geográfica, roles, etcétera. Por lo general en una comunidad se crea una identidad común, mediante la diferenciación de otros grupos o comunidades (generalmente por signos o acciones), que es compartida y elaborada entre sus integrantes y socializada. Uno de los propósitos de una comunidad es unirse alrededor de un objetivo en común, como puede ser el bien común. Aun cuando se señaló anteriormente basta una identidad en común para conformar una comunidad sin la necesidad de un objetivo específico.⁶⁰⁵
- **Convergencia tecnológica:** La convergencia tecnológica ha llevado a la industrialización creciente de la información, la cultura, los intercambios sociales y profesionales, de acuerdo con la creación del poderoso sector económico de la comunicación y el entretenimiento. Se trata además de un proceso que acompaña a los cambios sociales, de organización y culturales que han dado lugar a lo que conocemos de manera general como sociedad de la información.⁶⁰⁶
- **Digital:** Se aplica a los sistemas teledigitales o de cómputo.⁶⁰⁷

⁶⁰⁰ Mayans I Planells Joan. Género Chat o cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio. Ed. Gedisa, 1ª edición, Barcelona, 2002, p.19.

⁶⁰¹ Enrique Bustamante. Redes sociales y comunidades virtuales en Internet. Ed. Alfaomega, 1ª edición, Argentina, 2008, p. 18.

⁶⁰² Blanca Chong López. Internet desde la visión de los jóvenes. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Autónoma de Coahuila, Disponible en: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n49/bienal/Mesa%2010/PonenciaB%5B1%5DChong.pdf>, Consulta: 14 de noviembre de 2009, p.3.

⁶⁰³ Wikipedia. La Enciclopedia Libre. Término click. Disponible en: [http://es.wikipedia.org/wiki/Clic_\(desambiguación\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Clic_(desambiguación)), Consulta: 10 de octubre de 2010.

⁶⁰⁴ Enrique Bustamante. Op.cit p.11-12.

⁶⁰⁵ Andrei Acuña Arias (Et.al). Op.cit. p.5-6.

⁶⁰⁶ Miége citado en: Delia Crovi. Los jóvenes ante la convergencia tecnológica: ¿integración o exclusión?. Revista Comunicación y Sociedad, Universidad de Guadalajara, No.38, julio-diciembre, 2000, p.129.

⁶⁰⁷ Víctor Flores Olea. Internet y la revolución cibernética. Ed. Océano, México, 1997, p.111.

- **DreamWeaver:** Adobe Dreamweaver es una aplicación en forma de estudio (basada en la forma de estudio de Adobe Flash) enfocada a la construcción y edición de sitios y aplicaciones Web basados en estándares.⁶⁰⁸
- **Emoticons:** Los emoticonos se han ido desarrollando a lo largo de los años, principalmente, para imitar las expresiones faciales y las emociones, para vencer las limitaciones de tener que comunicarse sólo en forma de texto y porque sirven como abreviaturas.⁶⁰⁹
- **Fase Beta:** En la ingeniería del software el término **fases de desarrollo** expresa cómo ha progresado el desarrollo de un software y cuánto desarrollo puede requerir. Cada versión importante de un producto pasa generalmente a través de una etapa en la que se agregan las nuevas características (etapa alfa), después una etapa donde se eliminan errores activamente (etapa beta), y finalmente una etapa en donde se han quitado todos los bugs importantes (etapa estable).⁶¹⁰
- **FrontPage:** Microsoft FrontPage es una herramienta de construcción y edición de páginas web para el sistema operativo Windows. Forma parte de la suite nupcial Microsoft Office. Creado hace ya muchos años y hecho para las personas que desconocen.⁶¹¹
- **Gadget:** Es un dispositivo que tiene un propósito y una función específica, generalmente de pequeñas proporciones, práctico y a la vez novedoso. Los gadgets suelen tener un diseño más ingenioso que el de la tecnología corriente.⁶¹²
- **Hipertexto:** Lenguaje de programación que permite establecer vínculos entre diferentes bloques de información y moverse rápidamente entre ellos. El hipertexto fue integrado en la World Wide Web para crear referencias cruzadas entre las páginas disponibles en Internet y de esta manera facilitar el salto de una a otra. Un texto marcado puede remitir a otro texto como a una imagen, un vídeo o un sonido, estableciéndose así un vínculo "hipermedia" (entre diferentes medios).⁶¹³
- **Hipervínculo:** Pasaje de una página Web que remite a otro bloque de información.⁶¹⁴
- **HTML:** Son siglas de *HyperText Markup Language (Lenguaje de Marcado de Hipertexto)*, es el lenguaje de marcado predominante para la elaboración de páginas web. Es usado para describir la estructura y el contenido en forma de texto, así como para complementar el texto con objetos tales como imágenes.⁶¹⁵
- **Interfaz:** En electrónica, telecomunicaciones y hardware, una **interfaz** es el *puerto* (circuito físico) a través del que se envían o reciben señales desde un sistema o subsistemas hacia otros. No existe una interfaz universal, sino que existen diferentes estándares (Interfaz USB, interfaz SCSI,

⁶⁰⁸ Wikipedia. La Enciclopedia Libre. Término DreamWeaver. Disponible en:

http://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_Dreamweaver, Consulta: 10 de abril de 2010.

⁶⁰⁹ Wikipedia. La Enciclopedia Libre. Término Emoticons. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Emoticon>, Consulta: 13 de octubre de 2010.

⁶¹⁰ Wikipedia. La Enciclopedia Libre. Término Fase Beta. Disponible en:

http://es.wikipedia.org/wiki/Fases_del_desarrollo_de_software, Consulta: 15 de Octubre de 2010.

⁶¹¹ Wikipedia. La Enciclopedia Libre. Término FrontPage. Disponible en:

http://es.wikipedia.org/wiki/Microsoft_FrontPage, Consulta: 10 de abril de 2010.

⁶¹² Wikipedia. La Enciclopedia Libre. Término Gadget. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Gadget>, Consulta: 17 de octubre de 2010.

⁶¹³ Marisa Avogrado. Glosario de Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación. Revista Razón y Palabra, No.55, Disponible en: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/comunicarte/2007/febrero.html>, Consulta: 17 de octubre de 2010.

⁶¹⁴ Id.

⁶¹⁵ Wikipedia. La Enciclopedia Libre. Término HTML. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/HTML>, Consulta: 17 de octubre de 2009.

etc.) que establecen especificaciones técnicas concretas (características comunes), con lo que la interconexión sólo es posible utilizando la misma interfaz en origen y destino.⁶¹⁶

- **Internet:** Significa *interconnected networks*, es decir: redes interconectadas.⁶¹⁷
- **Internet** (desde una perspectiva comunicativa: Internet no es sólo un medio de comunicación, sino un espacio social de interacción, que supone una transformación radical en la forma como los seres humanos nos comunicamos.⁶¹⁸
- **Internet** (desde una perspectiva social): Un nuevo espacio de interacción entre los seres humanos, que está mediado por computadoras. La participación individual o colectiva en Internet implica siempre una interacción social entre personas y grupos.⁶¹⁹
- **iPad:** Es un dispositivo electrónico desarrollado por *Apple Inc.* Se sitúa en una categoría entre un teléfono inteligente y una computadora portátil enfocada más al acceso que a la creación de contenido.⁶²⁰
- **iPod:** Es un reproductor de música digital, de pequeño tamaño, que consta de un disco duro y fue desarrollado por Apple Computer. Reproduce archivos MP3, WAV, AAC/M4A, AIFF y Apple Lossless. La capacidad del disco duro es de hasta 60 GB y se conecta a través de un puerto USB. Se requiere del reproductor con su respectivo software instalado. Se emplea también como calendario, despertador, tiene juegos, notas de voz y textos.⁶²¹
- **IRC:** Es un protocolo de comunicación en tiempo real basado en texto, que permite debates en grupo o entre dos personas. Se diferencia de la mensajería instantánea en que los usuarios no deben acceder a establecer la comunicación de antemano, de tal forma que todos los usuarios que se encuentran en un canal pueden comunicarse entre sí, aunque no hayan tenido ningún contacto anterior.⁶²²
- **Laptop:** Es una computadora personal móvil, que son capaces de realizar la mayor parte de las tareas que realizan las computadoras de escritorio, con la ventaja de que son más pequeños, más livianas y tienen la capacidad de operar por un período determinado sin estar conectadas a la electricidad.⁶²³
- **Link:** El término está referido a un enlace o hipervínculo; es decir, una conexión de un documento web a otro por medio de la dirección URL.⁶²⁴
- **Mensajes SMS:** El servicio de mensajes cortos o SMS (*Short Message Service*) es un servicio disponible en los teléfonos móviles que permite el envío de mensajes cortos (también conocidos como mensajes de texto, o más coloquialmente, textos o mensajitos) entre teléfonos móviles,

⁶¹⁶ Wikipedia. La Enciclopedia Libre. Término Interfaz. Disponible en:

http://es.wikipedia.org/wiki/Interfaz_%28electrónica%29, Consulta: 18 de octubre de 2010.

⁶¹⁷ Id.

⁶¹⁸ Blanca Chong López. Op.cit. p.1.

⁶¹⁹ Id.

⁶²⁰ Wikipedia. La Enciclopedia Libre. Término Ipad. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/IPad>, Consulta: 26 de julio de 2010.

⁶²¹ Marisa Avogrado. Op.cit. Disponible en:

<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/comunicarte/2007/febrero.html>

⁶²² Wikipedia. La Enciclopedia Libre. Término IRC. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/IRC>, Consulta: 8 de octubre de 2009.

⁶²³ Wikipedia. La Enciclopedia Libre. Término Laptop. Disponible en:

http://es.wikipedia.org/wiki/Computadora_portátil, Consulta: 18 de mayo de 2010.

⁶²⁴ Wikipedia. La Enciclopedia Libre. Término link. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Link>, Consulta: 10 de octubre de 2010.

teléfonos fijos y otros dispositivos de mano. SMS fue diseñado originariamente como parte del estándar de telefonía móvil digital GSM, pero en la actualidad está disponible en una amplia variedad de redes, incluyendo las redes 3G.⁶²⁵

- **Microelectrónica:** Es la aplicación de la ingeniería electrónica a componentes y circuitos de dimensiones muy pequeñas, microscópicas y hasta de nivel molecular para producir dispositivos y equipos electrónicos de dimensiones reducidas pero altamente funcionales. El teléfono celular, el microprocesador del CPU y la computadora tipo Palm son claros ejemplos de los alcances actuales de la tecnología microelectrónica.⁶²⁶
- **Microsoft:** Es una empresa multinacional de origen estadounidense, fundada en 1975 por Bill Gates y Paul Allen, dedicada al sector de la informática que desarrolla, fabrica, licencia y produce software y equipos electrónicos.⁶²⁷
- **MP3:** Formato de compresión de archivos audio con calidad CD. Posibilita almacenar música de alta calidad ocupando un mínimo espacio. Para reproducir estos archivos, se necesita un software específico.⁶²⁸
- **Multimedia:** Integración en un mismo soporte digital de diferentes “medios” o tipos de información: texto, imágenes, vídeo, sonido.⁶²⁹
- **Nicks:** Abreviatura de *nickname*. Apodo. Hace referencia al nombre identificativo que emplea un usuario para acceder a una comunidad virtual o a una página *Web* en la que se ha registrado.⁶³⁰
- **Nodo:** Es el punto de intersección de una curva. En este sentido una Red es un conjunto de nodos interconectados.⁶³¹
- **Notebook:** Es una pequeña computadora personal móvil, que pesa normalmente entre 1 y 3 Kg. Las computadoras portátiles son capaces de realizar la mayor parte de las tareas que realizan las computadoras de escritorio, con la ventaja de que son más pequeñas, más livianas y tienen la capacidad de operar sin estar conectadas a la electricidad por un período determinado.⁶³²
- **Offline:** Término en inglés que significa fuera de línea.⁶³³ Se dice que alguien está fuera de línea cuando se encuentra alejado de un computador que esté conectado a Internet.
- **Online:** Término en inglés que significa en línea.⁶³⁴ Término que se suele utilizar para referirse a todo tipo de operaciones que se realicen mientras se está conectado a una red.

⁶²⁵ Wikipedia. La Enciclopedia Libre. Término mensajes sms. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Sms>, Consulta: 14 de octubre de 2009.

⁶²⁶ Wikipedia. La Enciclopedia Libre. Término Microelectrónica. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Microelectr%C3%B3nica>, Consulta: 1 de julio de 2010.

⁶²⁷ Wikipedia. La Enciclopedia Libre. Término Microsoft. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Microsoft>, Consulta: 17 de mayo de 2010.

⁶²⁸ Marisa, Avogrado. Op.cit. Disponible en: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/comunicarte/2007/febrero.html>

⁶²⁹ Id.

⁶³⁰ Informática-pc.net. Término Nickname. Disponible en: http://www.informatica-pc.net/glosario/glosario_n.html, Consulta: 26 de septiembre de 2009.

⁶³¹ Manuel Castells. La sociedad red: Una visión global. Ed. Alianza, Madrid, 2006. p.27.

⁶³² Wikipedia. La Enciclopedia libre. Término Notebook. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Notebook>, Consulta: 26 de octubre de 2009.

⁶³³ Ibid. p.153.

⁶³⁴ Vasseur Walls J. Ramos Cervantes. Dictionary English Spanish. Ed. Diana, 4ª impresión, junio, México, 1993, p. 155.

- **Open Directory Project:** Es un proyecto colaborativo también conocido como DMoz por Directory Mozilla, en el que editores voluntarios listan y categorizan enlaces a páginas web. Cualquier persona puede sugerir un enlace en una categoría determinada que luego ha de ser aprobada por un editor. Cualquier persona puede optar a ser editor rellenando un formulario en el que defiende su aptitud para organizar una categoría. Actualmente este directorio está logrando un gran auge debido a que Google lo está utilizando como directorio de búsqueda. ODP es propiedad de Netscape Communications Corporation.⁶³⁵
- **Optoelectrónica:** Es el nexo de unión entre los sistemas ópticos y los sistemas electrónicos. Los componentes optoelectrónicos son aquellos cuyo funcionamiento está relacionado directamente con la luz.⁶³⁶
- **Página Web (en inglés Web page):** Archivo disponible en la World Wide Web o que tiene el formato necesario para aparecer en ella. Visualmente se muestra en la pantalla del ordenador como si fuera una página.⁶³⁷
- **Palm:** El sistema operativo que llevan estas computadoras también se llama: Palm OS. Las computadoras de mano con aplicaciones del sistema Palm OS llevan libretas de direcciones; calculadora; calendario, gastos, tareas, comunicaciones.⁶³⁸
- **Perfil:** El perfil es una forma única de crear una pequeña página *Web* que informe a los usuarios sobre uno mismo. En el se pone información personal, aficiones, intereses, gustos, ocupación, estado civil, etcétera. Es decir, todo aquello que nos describa ante nuestro grupo de amigos en Red.⁶³⁹
- **Post:** Es un mensaje de correo electrónico a una comunidad virtual, newsgroup, lista de correo o foro de discusión.⁶⁴⁰
- **Protocolo:** Término tomado del lenguaje diplomático que se utiliza para designar las reglas y convenciones necesarias para intercambiar información en un sistema de telecomunicaciones. Un protocolo funciona como un lenguaje común que tiene que poder ser interpretado por cualquier ordenador conectado a una red. La Internet se basa en el protocolo TCP/IP.⁶⁴¹
- **Publicación de post:** En el vocablo inglés *post*, significa en español mensaje, y generalmente se da en el contexto de los foros o blogs de Internet.⁶⁴²
- **Realidad virtual:** Es un sistema o interfaz informático que genera entornos sintéticos en tiempo real, representación de las cosas a través de medios electrónicos o representaciones de la realidad, una realidad ilusoria, pues se trata de una realidad perceptiva sin soporte objetivo, sin red extensa, ya que existe sólo dentro del ordenador.

⁶³⁵Wikipedia. La Enciclopedia libre. Término Open Directory Project. Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Open_Directory_Project. Consulta: 27 de octubre de 2009.

⁶³⁶ Wikipedia. La Enciclopedia Libre. Término Optoelectrónica. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Optoelectr%C3%B3nica>, Consulta: 1 de julio de 2010.

⁶³⁷ Marisa Avogrado. Op.cit. Disponible en: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/comunicarte/2007/febrero.html>

⁶³⁸ Id.

⁶³⁹ Enrique Bustamante. Op.cit. p.9.

⁶⁴⁰ e-México. Glosario de Términos. Disponible en: http://www.discapacinet.gob.mx/wb2/eMex/eMex_Glosario_de_terminos_Seguridad?page=26, Consulta: 2009-2010.

⁶⁴¹ Marisa Avogrado. Op.cit. Disponible en: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/comunicarte/2007/febrero.html>

⁶⁴² Joan Mayans I Planells. Género Chat o cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio. Ed. Gedisa, 1º edición, Barcelona, 2002.

La realidad virtual es un medio compuesto por simulaciones de computadora interactivas que reaccionan a la posición y acciones del usuario y producen retroalimentación en uno o más sentidos, generando la sensación de estar inmerso o presente en una simulación.

Un ambiente virtual es una simulación por computadora que proporciona información a uno o varios de nuestros sentidos: visión, sonido, tacto y gusto, con el propósito de que el usuario se sienta inmerso en un mundo que reacciona ante sus acciones.⁶⁴³

- **Red social:** La red social desprende una comunidad virtual; asimismo no es otra cosa más que un grupo de personas que comprende los siguientes elementos: 1) Interactúan para satisfacer sus necesidades o llevar a cabo roles específicos. 2) Comparten un propósito determinado que constituye la razón de ser de la comunidad. 3) Interactúan mediante herramientas tecnológicas que facilitan la cohesión entre los miembros, sin importar su ubicación física.⁶⁴⁴
- **Retweets:** Retwitear es la manera que utiliza Twitter para que los usuarios compartan tweets interesantes de la gente que los está siguiendo. Ellos copian y pegan el tweet original y lo reenvían. Para darle el mérito al autor, los usuarios generalmente ponen el “RT” del usuario que lo originó al principio del tweet.⁶⁴⁵
- **Sociedad:** La sociedad es el conjunto de individuos que comparten fines, conductas, cultura y que se relacionan interactuando entre sí, cooperativamente, para formar un grupo o una comunidad.⁶⁴⁶
- **Sociedad de la Información:** Las sociedades de la información se caracterizan por basarse en el conocimiento y en los esfuerzos por convertir la información en conocimiento. Cuanto mayor es la cantidad de información generada por una sociedad, mayor es la necesidad de convertirla en conocimiento. Otra dimensión de tales sociedades es la velocidad con que tal información se genera, transmite y procesa. En la actualidad, la información puede obtenerse de manera prácticamente instantánea y, muchas veces, a partir de la misma fuente que la produce, sin distinción de lugar. Finalmente, las actividades ligadas a la información no son tan dependientes del transporte y de la existencia de concentraciones humanas como las actividades industriales. Esto permite un reacondicionamiento espacial caracterizado por la descentralización y la dispersión de las poblaciones y servicios.⁶⁴⁷
- **Software:** Se conoce como software al equipamiento lógico o soporte lógico de una computadora digital, que hacen posible la realización de tareas específicas, en contraposición a los componentes físicos del sistema, llamados hardware.⁶⁴⁸
- **TCP/IP: (siglas inglesas de Transmission Control Protocol/Internet Protocol)** Conjunto de protocolos de comunicación que son utilizados en Internet para poner en relación unos ordenadores con otros.⁶⁴⁹
- **Tecnoalfabetización:** Es la habilidad de leer y escribir; sin embargo, en este sentido nos encontramos frente la habilidad que personas tengan con relación a las TICs. Es decir, que sea un individuo alfabetizado en torno a las tecnologías.⁶⁵⁰

⁶⁴³ Andrei Acuña Arias (Et.al). *Op.cit.* p.6.

⁶⁴⁴ Enrique Bustamante. *Op.cit* p.11.

⁶⁴⁵ VUELODIGITAL.COM. *Término Retweets*. Disponible en: <http://www.vuelodigital.com/2010/02/18/que-es-rt-y-como-lo-checo-twitter-para-dummies-2/>, Consulta: 15 de octubre de 2010.

⁶⁴⁶ Andrei Acuña Arias (Et.al). *Op.cit.* p.5.

⁶⁴⁷ Raúl, Trejo Delarbre. *La Sociedad de la Información*. Revista Iberoamericana de Ciencia y Tecnología, 2001.

⁶⁴⁸ Wikipedia. La Enciclopedia Libre. *Término software*. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Software>, Consulta: 10 de octubre de 2010.

⁶⁴⁹ Joan Mayans i Planells. *Op.cit.* p.227.

⁶⁵⁰ Lidia Borgamink de De la Torre (Et.al), *¿Internet: un medio de sociabilidad o de exclusión?*. Ed. Universidad Católica Argentina, Vol. 16, No. 2, Buenos Aires Argentina, 2003, p. 96.

- **Telecomunicaciones:** El término telecomunicación cubre todas las formas de comunicación a distancia, incluyendo radio, telegrafía, televisión, telefonía, transmisión de datos e interconexión de computadoras a nivel de enlace.⁶⁵¹
- **Yahoo:** Yahoo! Inc. es una empresa global de medios con sede en Estados Unidos, cuya misión es "ser el servicio global de Internet más esencial para consumidores y negocios". Posee un portal de Internet, un directorio Web y una serie de servicios, incluido el popular correo electrónico Yahoo!.⁶⁵²
- **URL (Localizador Uniforme de Recursos):** Se refiere a la dirección de un archivo o recurso disponible en la red.⁶⁵³
- **Usuario:** Se llama usuario en sentido amplio a toda aquella persona que utiliza recursos variados en Internet. Puede decirse que el "usuario" es la personalidad electrónica de una persona, ya sea como cliente de un ISP o realizando compras en un sitio Web de comercio en Internet.⁶⁵⁴
- **Virtual:** Un concepto íntimamente ligado a la comunicación mediada por computadora y a Internet, fundamental para comprender las nuevas formas de interacción entre los seres humanos, es lo virtual. Además las experiencias de los mundos virtuales presentan lugares imaginarios y espacios simbólicos.⁶⁵⁵
- **Visita:** Acceso de un usuario a un sitio web. El concepto de visita se usa en el medio publicitario de Internet del mismo modo que en el lenguaje natural: un usuario realiza una visita cada vez que entra a un sitio web, y ésta puede ser de mayor o menor duración, dependiendo de los documentos que se soliciten o los servicios a los que se acceda. Los medidores de audiencia y estadísticas generalmente entienden por visita una sesión abierta por un usuario, que comienza cuando se solicita la URL del sitio en cuestión, y acaba cuando se abandona ese sitio. Recargar la página en el navegador no cuenta como una nueva visita, ya que continúa siendo la misma sesión.⁶⁵⁶
- **Wallpaper:** Un fondo de pantalla, fondo de escritorio o papel tapiz (*desktop* o simplemente *wallpaper*) es una imagen que se coloca en el escritorio del entorno gráfico del sistema operativo como decoración.⁶⁵⁷
- **Weblogs:** Es un tipo de página Web con una serie de artículos ordenados cronológicamente desde el más reciente, situados al principio de la página, al más antiguo situado hacia el final o la parte de abajo.⁶⁵⁸

⁶⁵¹ Wikipedia. La Enciclopedia Libre. Término Telecomunicaciones. Disponible en:

<http://es.wikipedia.org/wiki/Telecomunicaci%C3%B3n>, Consulta: 1 de julio de 2010.

⁶⁵² Wikipedia. La Enciclopedia libre. Término Yahoo. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Yahoo!>. Consulta 26 de octubre de 2009.

⁶⁵³ e-México. Op.cit. Disponible en:

http://www.discapacinet.gob.mx/wb2/eMex/eMex_Glosario_de_terminos_Seguridad?page=26

⁶⁵⁴ Id.

⁶⁵⁵ Blanca Chong López. Internet desde la visión de los jóvenes. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Autónoma de Coahuila, Disponible en:

<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n49/bienal/Mesa%2010/PonenciaB%5B1%5DChong.pdf>, Consulta: 14 de noviembre de 2009, p. 2.

⁶⁵⁶ e-México. Op.cit. Disponible en:

http://www.discapacinet.gob.mx/wb2/eMex/eMex_Glosario_de_terminos_Seguridad?page=26

⁶⁵⁷ Wikipedia. La Enciclopedia Libre. Término wallpaper. Disponible en:

http://es.wikipedia.org/wiki/Fondo_de_pantalla, Consulta: 10 de octubre de 2010.

⁶⁵⁸ Edisoncor Weblog. Informática en general. Término Weblogs. Disponible en: <http://www.edisoncor.org/glosario-de-blogging/>, Consulta: 9 de septiembre de 2009.

- **World Wide Web (también llamada Web, WWW o W3):** Subconjunto de Internet en el que la información se presenta en páginas con formato HTML, las cuales tienen la ventaja de permitir saltar de unas páginas a otras mediante el llamado hipertexto, de forma tal que el usuario puede navegar entre páginas relacionadas con un simple clic del *mouse* (ratón). Combina texto, imagen y sonido en una misma página.⁶⁵⁹
- **Zapping:** Se entiende como tal desde finales de los años 90's, con el aumento de los canales de televisión disponibles gracias a la televisión por cable, dado que el zapping realmente se refiere a la acción que realizan los telespectadores cuando están viendo un programa de televisión y cambian tan sólo cuando llega la publicidad.⁶⁶⁰

⁶⁵⁹ Marisa Avogrado. Op.cit. Disponible en:

<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/comunicarte/2007/febrero.html>.

⁶⁶⁰ Wikipedia. La Enciclopedia Libre. Término Zapeo. Disponible en:

http://es.wikipedia.org/wiki/Zapping_%28televisi%C3%B3n%29#G.C3.A9nero_televisivo, Consulta:11 de abril de 2010.

FUENTES DE CONSULTA.



BIBLIOGRAFÍA.

LIBROS Y ARTÍCULOS

Aceves Lozano, Jorge E (Et.al). La historia oral y de vida: del recurso técnico a la experiencia de investigación. Unidad III en Metodología cualitativa Antología, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México, D.F., 2007.

Aceves Lozano, Jorge E. (Et.al). Técnicas de investigación cualitativas. Unidad III en Metodología cualitativa Antología, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México, D.F., 2007.

Acuña Arias, Andrei (Et.al). Cibersociedades. Universidad Católica de Costa Rica, Enero, 2008.

Bakardjieva, María. Virtual togheterness: an everyday-life perspective, Media, Culture & Society, Reino Unido, volumen 25, número 3, mayo de 2003.

Balardini, Sergio Alejandro. Jóvenes e Identidad en el Ciberespacio. Nómadas Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas, No. 13, Universidad Complutense de Madrid.

Ballester, Fernando. La Brecha Digital. El Riesgo de exclusión en la Sociedad de la Información. Ed. Biblioteca Fundación Retevisión, España, 2002.

Becerra, Martín y Mastrini, Guillermo. Los dueños de la palabra. Ed. Prometeo Libros, Argentina, 2009.

Borgaminck de De la Torre, Lidia (Et.al). ¿Internet: un medio de sociabilidad o de exclusión?. Ed. Universidad Católica Argentina, Vol. 16, No. 2, Buenos Aires Argentina, 2003.

Bustamante, Enrique. Redes sociales y comunidades virtuales en Internet. Ed. Alfaomega, 1ª edición, Argentina, 2008.

Campos Freire, Francisco. Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. Ed. Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social, Año 11°, No. 63, España, 2008.

Casacuberta, David. Creación Colectiva. En Internet el creador es el público. Ed. Gedisa, España, 2003.

Castells, Manuel. La Galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad. Ed. Debolsillo, 1ª edición, España, 2003.

Castells, Manuel. La sociedad red: Una visión global. Ed. Alianza, Madrid, 2006.

Cobo Romani, Cristóbal. ¿Qué son las TIC?. En: Caridad, García Hernández, Rodrigo, Gómez García. Comunicación e Interdisciplina. Libro Colectivo AMIC 2008. Facultad de Ciencias de la Comunicación, U.A.N.L, Monterrey, N.L., México, 2009.

- Christakis A. Nicholas, Fowler H. James. Conectados. Ed Taurus, 1ª edición, México, 2010.
- Crovi, Delia. Los jóvenes ante la convergencia tecnológica ¿Integración o exclusión?. Revista Comunicación y Sociedad, Universidad de Guadalajara, No. 38, julio-diciembre 2000.
- De Kerckhove, Derrick. La piel de la Cultura. Investigando la nueva realidad electrónica. Ed. Gedisa, 1ª edición, Barcelona, 1999.
- Díaz Pérez, Maidelyn. Redes sociales en Internet: aplicación FOAF (Friend-of-a-Friend). ACIMED, Vol. 15, No. 6, La Habana, 2007.
- Feixa, Carles. De jóvenes, bandas y tribus. Ed. Ariel, 2ª edición, España, 1999.
- Feixa, Carles. Generación @ La juventud en la era digital. Nomadas Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas, No. 13, Universidad Complutense de Madrid.
- Galindo Cáceres, Jesús. Etnografía. El oficio de la mirada y el sentido. Unidad III en Metodología Cualitativa Antología, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México, D.F., 2007.
- Gómez Mont, Carmen. Revolución Tecnológica: Un nuevo paradigma para la comunicación. Revista Signo y Pensamiento, No. 36, Vol. XIX, Año 2000.
- Finkelievich, Susana (Et.al). Ciudadanos a la Red. Los vínculos sociales en el ciberespacio. Ed. La cruzía, 1ª edición, Argentina, 2000.
- Gibson, William. Neuromante. Ed. Minotauro, 1ª edición, España, 2008.
- Jijena Leiva, Renato (Et.al). El Derecho y la sociedad de la información. La Importancia de internet en el mundo actual. Ed. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Estado de México, 1º edición, México, 2003.
- Lévy, Pierre. ¿Qué es lo virtual?. Ed. Paidós, España, 1999.
- Lozano, José. Teoría e investigación de la comunicación de masas. Ed. Pearson Prentice Hall, 2ª edición, México, 2007.
- Hamman, Robín, B. Online Communities. Commerce, Community Action, and the Virtual University. Computer Network Communities. En Chris Ferry (ed), Hewlett-Packard Company, EEUU, 2001.
- Hine, Christine. Etnografía virtual. Ed. UOC, 1ª edición, Colección. Nuevas Tecnologías y Sociedad, USA, 2000.
- Horrocks, Christopher. Encuentros contemporáneos Marshall McLuhan y la realidad virtual. Ed. Gedisa, 1º edición, Barcelona, 2004.
- Llinás, Rodolfo. El cerebro y el mito del yo. Ed. Norma, Bogotá, 2002.
- McLuhan, Marshall. La comprensión de los medios como las extensiones del hombre. Ed. Diana, México, 1969.

Manrique, Nelson. La sociedad virtual y otros ensayos. Ed. Pontificia Universidad Católica de Perú, 1ª edición, Perú, 1997.

Maseé Narváez, Carlos. La complejidad de las Ciencias Sociales en la sociedad de la información y la economía del conocimiento. Ed. El Colegio Mexiquense, 1º edición, México, 2005.

Maqueira, Juan Manuel y Bruque, Sebastián. Marketing 2.0. El nuevo Marketing en la Web de las Redes Sociales. Ed. Alfaomega Ra-Ma, España, 2009.

Mayans I Planells, Joan. Género Chat o cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio. Ed. Gedisa, 1ª edición, Barcelona, 2002.

Negroponte, Nicholas. Ser digital. Ed. Océano, México, 1995.

Nora Dabas, Elina. Red de redes. Ed. Paidós, 3ª reimpresión 2001, Argentina, 2001.
Piscitelli, Alejandro. Ciberculturas 2.0. En la era de las máquinas inteligentes. Ed. Paidós, 1º edición, Buenos Aires, 2002.

Portillo, Maricela. El proceso de investigación y los enfoques cuantitativo y cualitativo: hacia un modelo integral. Unidad II en Metodología cuantitativa Antología. Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México, D.F., 2005.

Portillo, Maricela. Técnicas de investigación cuantitativas: La encuesta. Unidad III en Metodología Cuantitativa Antología, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México, D.F., 2005.

Rheingold, Howard. La Comunidad Virtual. Ed. Gedisa, 1ª edición, Barcelona, 1996.

Ribes i Guàrdia, Xavier. El analfabetismo hipermediático y la lectura tridimensional. Universitat Autònoma de Barcelona, Facultat de Ciències de la Comuniació, Disponible en: http://www.portalcomunicacion.com/bcn2002/n.../r.../r002_ribes.pdf, Consulta: 11 de abril de 2010.

Rizo, Marta. Introducción a la Investigación Cualitativa. Unidad I en Metodología cualitativa Antología, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México, D.F., 2007.

Rizo, Marta. Técnicas de investigación cualitativas. Unidad III en Metodología Cualitativa Antología, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México, D.F., 2007.

Sánchez, Antulio. Territorios virtuales. De internet hacia un nuevo concepto de la simulación. Ed. Taurus, 1º edición, México, 1997.

Sánchez, Carballido, Juan Ramón. Perspectivas de la información en internet: ciberdemocracia, redes sociales y web semántica. Revista Zer, Ed. Universidad del país Vasco, Vol. 13, No. 25, España, 2008.

Sandoval Almazán, Rodrigo. Explorando la Brecha Digital en México Diagnóstico del proyecto e-México en el Estado de México. Universidad del Estado de México, febrero, año/vol. 9, núm. 017, México, 2008, Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=67601717>, Consulta: 15 de abril de 2010.

Sassen, Saskia. Digital networks and power. en M. Featherstone y S. Lash (eds.) Spaces of culture: City, Nation, World, Ed. Sage, Reino Unido, 1999.

Scolari, Carlos. Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Ed. Gedisa, 1ª edición, Barcelona, 2008.

Siles González, Ignacio. A la conquista del mundo en línea: Internet como objeto de estudio (1990-2007). Nueva época, Ed. Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Universidad de Guadalajara, No.10, julio-diciembre, 2008.

Tirado Serrano, Francisco y Domènechi i Argemí, Miquel. Lo social y lo virtual. Nuevas forma de transformación social. Ed UOC, España, 2006.

Trejo Delarbre, Raúl. La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet, la red de redes (1). Ed. Fundesco, 2ª edición, Madrid, 1997.

Trejo Delarbre, Raúl. Viviendo en el Aleph La sociedad de la información y sus laberintos. Ed. Gedisa, 1ª edición, Barcelona, 2006.

Turrubiates, Raquel. Ágoras cibernéticas y comunicación global. En: Finquelievich (Et.al). Ciudadanos a la Red. Los vínculos sociales en el ciberespacio. Ed. La crujía, 1ª edición, Argentina, 2000.

Valencia Gómez, Andrey. Promociónate Gratis en las Redes Sociales. Entrepreneur, Vol. 16, México, 2008.

Walls, Vasseur y Ramos Cervantes, J. Dictionary English Spanish. Ed. Diana, 4ª impresión, junio, México, 1993.

Wellman, Barry. Physical Place and Cyberplace: the rise of networked individualism. International Journal of Urban and Regional research, número especial sobre redes, clase y lugar, 2001.

Wolton, Dominique. Sobrevivir a Internet. Ed. Gedisa, 1ª edición, España, 2000.

TESIS

Lamarca Lapuente, María Jesús. Hipertexto, el nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen. Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid, España, Fecha de Actualización: 07/09/2009, Disponible en: <http://www.hipertexto.info/documentos/hipermedia.htm>, Consulta: 4 de octubre de 2009.

Lozano Cabrera, Hugo. Autopercepción de las y los jóvenes en las interacciones mediadas por computadora. Licenciatura en Comunicación y Cultura, Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), México, D.F., Febrero, 2008.

Reyes Bañales, María Guadalupe y Quero Izquierdo, Griselda. Los jóvenes y el uso del correo electrónico y el chat; de la comunicación interpersonal a la comunicación mediada por computadora. Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional Autónoma de México, México, D.F., 2003.

Rodríguez Chávez, Graciela. "Ciber-chat": ¿Una opción de comunicación en la Ciudad de México?. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (UNAM,), México, D.F., Ciudad Universitaria, 2006.

Vilchis Aparicio, Fernando. La construcción de la identidad y redes afectivas de los jóvenes mexicanos en Facebook. Licenciatura en Comunicación y Cultura, Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), México, D.F., Agosto 2009.

Zorrilla Abascal, María Luisa. Comunidades virtuales en Internet ¿Nacen o se hacen?. Tesis de maestría en Comunicación, Universidad Nacional Autónoma de México, México, DF. Agosto de 2003.

HEMEROGRAFÍA.

PERIÓDICOS

López Ruelas, Mario. Redes sociales. Más que una moda. El Periódico, Año 0, No. 001, 9 de marzo, México, 2009.

Las+Leideas.com. El auge de las redes sociales. El Universal, Lunes 11 de enero de 2010.

Menchaca, Andrea. Facebook: ¿Es cool agregar al maestro?. El Norte.com, Martes 8 de enero del 2008.

REVISTAS

Asenjo, Arancha. Más allá de las redes sociales. Revista. InfoWorld, Ed. IDG International Data Group, No. 135, México, 2008.

González, Héctor. México en la era del blog. Revista Vértigo, Grupo Editorial Diez SA. De CV, Año VIII, No. 375, México, 25 de mayo de 2008.

Muñoz, Mara. Sexo en la red. Revista M. Semanal, 2 de marzo de 2009, Ed. Milenio, No. 593, México, 2009.

PC Magazine en español. Guía básica twitter. Ed. Televisa, No. 10, Vol. 20, Noviembre 2009, México.

Sánchez, Canek. Redes y subversiones. Revista M. Semanal, 30 de marzo de 2009, Ed. Milenio, Año 11, No. 597, México, 2009.

USERS. Facebook. Revista USERS. Experimentando la tecnología, No. 215, México, 2009.
Zaragoza Martínez, Sandra Yerit. La fuerza de las redes sociales. Revista SuperMujer, marzo 2010, Instituto verificador de medios, Año VI, No. 67-p, México, 2010.

CIBERGRAFÍA.

REVISTAS DIGITALES

Area, Manuel. Las Redes Sociales en Internet como espacio para la formación del profesorado. Revista Razón y Palabra, No. 63, Disponible en:
<http://www.razonypalabra.org.mx/n63/marea.html>, Consulta: 3 de mayo de 2010.

Avogrado, Marisa. Glosario de Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación. Razón y Palabra, No.55, Febrero 2007, Disponible en:
<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/comunicarte/2007/febrero.html>, Consulta: 10 de octubre de 2009.

Caro Islas, Arturo. Una segunda vida en la red. Revista Mexicana de Comunicación en línea, Núm. 106, agosto / septiembre 2007, Disponible en:
http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/rmxc/rmc106_8.htm, Consulta: 1 de marzo de 2009.

Chong López, Blanca. Internet desde la visión de los jóvenes. Universidad Autónoma de Coahuila, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Disponible en:
http://www.lag.uia.mx/buenaval/buenaval1/Internet_desde_la_visi_n_de_los_j_venes.pdf, Consulta: 1 de diciembre de 2009.

Galindo Cáceres, Jesús. La cibercultura en evolución a través de la vida social de las tecnologías de información y comunicación. Revista Razón y Palabra, No. 29, Disponible en:
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n29/jgalindo.html>, Consulta: 5 de noviembre de 2009

Gómez, Ricardo y Martínez, Juliana. Internet ¿Para qué?. Revista INTER-FORUM, Mayo 6 del 2001, Disponible en:
http://www.revistainterforum.com/espanol/articulos/Tecnologica_050601.html, Consulta: 1 de octubre de 2009.

Manzano, Jaime. Nueva realidad. Revista Mexicana de Comunicación en línea, Núm. 114, febrero 2008, México Disponible en:
http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/rmxc/nueva_realidad.htm, Consulta: 2 de marzo de 2009.

Martín Barbero, Jesús. Transformaciones Comunicativas y Tecnológicas de lo Público. Revista Infoamerica, Disponible en: http://www.infoamerica.org/documentos_word/martin_barbero1.doc, Consulta: 20 de diciembre de 2009.

Ribes, Xavier. El valor de los metadatos y de la inteligencia colectiva. Revista Telos, 2007, Disponible en: <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/TELOS/>, Consulta: 9 de noviembre de 2009.

DIARIOS VIRTUALES

Agencia Reforma. Usa la Red el 25% de los mexicanos. El Siglo de Torreón, lunes 27 de abril del 2009, México D.F., Disponible en: <http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/429923.usa-la-red-el>, Consulta: 10 de abril de 2010.

El Universal (Redacción). Advierten que redes sociales dañan el cerebro. Martes 24 de febrero de 2009, México D.F., Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/579107.html>, Consulta: 4 de marzo de 2009.

El Universal (Redacción). Cumple Facebook cinco años. Miércoles 04 de febrero de 2009, Disponible en: <http://www.el-universal.com.mx/articulos/52289.html>, Consulta: 15 de marzo de 2009.

El Universal (Redacción). Facebook crece en Europa. Miércoles 15 de abril de 2009, México, D.F., Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/articulos/53552.html>, Consulta: 15 de abril de 2009.

El Universal (Redacción). Facebook y su plan para dominar la red. Miércoles 8 de julio de 2009, Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/610697.html>, Consulta: 9 de julio de 2009.

Grajeda, Ella. Tecnología provee nuevas armas electorales. El Universal, lunes 20 de abril de 2009, México, D.F., Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/ciudad/95047.html>, Consulta: 20 de abril de 2009.

Murguía Moreno, Ernesto. Redes sociales, necesidad de expresión. El Universal, lunes 29 de septiembre de 2008, México D.F., Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/articulos/49683.html>, Consulta: 1 marzo de 2009.

Pisani, Francis. La Web geoespacial para ver el mundo. El País.com, 14 de junio de 2007, Disponible en: http://www.elpais.com/articulo/semana/web/geoespacial/ver/mundo/elpeputecib/20070614elpci/blse_2/Tes

Torres, Karla. Atrapa a mayores la ola de Facebook. Periódico El Norte, 17 de abril de 2009, Monterrey, México, Disponible en: <http://www.elnorte.com/vida/Articulo/486/971304/?plazaconsulta=elnorte>, Consulta: 27 de mayo de 2009.

Solís, Víctor. ¿Qué harías si tu jefe te vigila en Facebook?. El universal, jueves 02 de abril de 2009, México, D.F., Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/588358.html>, Consulta: 25 de abril de 2009.

ARTÍCULOS EN LÍNEA

Agencia Reforma. Usa la Red el 25% de los mexicanos. El siglo de Torreón.com.mx, lunes 27 de abril de 2009, Disponible en: <http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/429923.usa-la-red-el-25x-de-los-mexicanos.html>, Consulta: 27 de abril de 2009.

Barrenetxea Ayesta, Miren, Cardona Rodríguez, Antonio. La brecha digital como fuente de nuevas desigualdades en el mercado de trabajo. Universidad del país Vasco, Disponible en: <http://www.ucm.es/info/ec/jec8/Datos/documentos/comunicaciones/Laboral/Barrenetxea%20Miren.PD>, Consulta: 17 de octubre de 2009.

Castells, Manuel. Internet y la Sociedad Red. Ed. Internet Interdisciplinary Institute, Disponible en: <http://www.uoc.es/web/cat/articles/castells/castellsmain2.html>, Consulta: 25 de mayo de 2009.

Castells, Manuel. La dimensión cultural de Internet. Universitat Oberta de Catalunya (UOC), Instituto de Cultura: Debates culturales, julio 2002, Barcelona, Disponible en: http://www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articles/castells0502/castells0502_imp.html, Consulta: 2 de noviembre de 2009.

Comunicación Positiva. Los medios sociales online como nueva estrategia de marketing. Comunicación positiva. Comunicación digital, marketing online y web 2.0, 14 de octubre de 2008, España, Disponible en: <http://www.comunicacionpositiva.es/blog/comunicacion-digital/redes-sociales-estrategia-marketing-onlin>, Consulta: 26 de abril de 2009.

Faura i Homedes, Ricard. Cibercultura, ¿realidad o invención?. Doctorado en Antropología Social, Ciudad Virtual de Antropología, España, 26/6/07, Disponible en: http://www.naya.org.ar/congreso2000/ponencias/Ricard_Faura.htm#_ftnref12, Consulta: 2 de noviembre de 2009.

Gómez, Ricardo y Martínez, Juliana. Internet ¿para qué? Pensando las Tecnologías de Información y Comunicación para el Desarrollo en América Latina y el Caribe. Observatorio de la Cibersociedad, Fundación Acceso Costa Rica, Canadá, 2001, Disponible en: <http://www.acceso.or.cr/PPPP>, Consulta: 17 de octubre de 2009.

Guzmán Acuña, Josefina. Estudiantes universitarios: entre la brecha digital y el aprendizaje. Apertura, no.8, año 8, noviembre de 2008, Disponible en: http://www.udgvirtual.udg.mx/apertura/num8/pdfs/estudiante_universitarios.pdf, Consulta 30 de octubre de 2009.

Instituto Fraunhofer, Darmstadt. Web 3D: Buscan estándares para el Internet tridimensional en Darmstadt. DW-World.de Deutsche Welle. 17.06.2009, Disponible en: <http://www.dw-world.de/dw/article/0,,4399124,00.html>, Consulta 9 de noviembre de 2009.

Kaplún, Gabriel. Iniciar y sostener un programa de EaD con NTIC Velocidad, riesgos y oportunidades. Cap11, Disponible en: <http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/kaplun/pdf/cap11.pdf>, Consulta 31 de octubre de 2009.

Lanza, Lucas. El quinto poder, las redes sociales. Política 2.0. Campañas y acción política en la era del Internet, 21 de junio de 2008. Disponible en: <http://epolitica.wordpress.com/2008/06/21/el-quinto-poder-las-redes-sociales/>, Consulta: 26 de abril de 2009.

Lea. Viadeo un lugar para crecer. Diario digital Puromarketing.com, 09 de septiembre de 2007, España, Disponible en: <http://www.puromarketing.com/14/3783/viadeo-lugar-para-crecer.html>, Consulta: 25 de abril de 2009.

Martínez Cándano, Beatriz. La Brecha Digital y el Mundo Rural. Observatorio para la CiberSociedad, 05/04/2005, Disponible en: http://www.cibersociedad.net/recursos/art_div.php?id=64, Consulta: 31 de octubre de 2009.

Mayans i Planells, Joan. El ciberespacio, un nuevo espacio público para el desarrollo de la identidad local. En: Observatorio para la CiberSociedad, Conferencia inaugural del III Encuentro de Telecentros y Redes de Telecentros, España 2003, Disponible en: <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=158>, Consulta: 26 de septiembre de 2009.

O'Reilly, Tim. Qué es Web 2.0. Patrones del diseño y modelos del negocio para la siguiente generación del software. Fundación Telefónica, Debate y conocimiento, Artículos de la Sociedad de la Información, 23 de febrero de 2006. Disponible en: http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/SHI/seccion=1188&idioma=es_ES&id=2009100116300061&activo=4.do?elem=2146, Consulta: 15 de octubre de 2009.

Ordenadores -y -Portátiles .com. Funciones y características de la Web 3.0. Artículo, Disponible en: <http://www.ordenadores-y-portatiles.com/funciones-web-3-0.html>, Consulta: 6 de noviembre de 2009.

Portillo, Maricela. La construcción de las identidades juveniles en relación al acceso a la tecnología: las culturas juveniles y las culturas de habitación. Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Disponible en: http://www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/Internet/ponencias/GT18_40Portillo.pdf, Consulta: 1 de noviembre de 2009.

Quiñones Bonilla, Fernando. De la cultura a la cibercultura. Disponible en: esguitar.googlepages.com/QuionesFernando-Delaculturaalaciberc.pdf, Consulta: 9 de noviembre de 2009.

SITIOS WEB

Ambrosi, Alain (Et.al). Palabras en Juego. Enfoques Multiculturales sobre las Sociedades de la Información. Secc. La Brecha Digital por Kemly Camacho, Ed. C & F, 2005, Disponible en: <http://vecam.org/article550.html>, Consulta: 14 y 15 de abril de 2010.

Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI). Estudio de Hábitos de los Usuarios de Internet en México. Mayo, 2010, Disponible en: <http://www.amipci.org.mx/estudios/>, Consulta: 2010.

Consorcio Word Wide Web. Guía breve de Web semántica. España, Disponible en: <http://www.w3c.es/divulgacion/guiasbreves/WebSemantica>, Consulta 6 de noviembre de 2009.

Diccionario de la Real Academia Española. Término Cultura. Disponible en: http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=cultura, Consulta: 1 de noviembre de 2009.

Difusión Cultural. Mi perfil. Hi5, Disponible en: http://www.hi5.com./friend/p252552283--Difusi%C3%B3n%20Cultural_y%20Extensi%C3%B3n%20Universitaria--html, Consulta: 18 de junio de 2009.

e-México. Glosario de Términos. Disponible en: http://www.discapacinet.gob.mx/wb2/eMex/eMex_Glosario_de_terminos_Seguridad?page=26, Consulta: 2009-2010

Google. Google Earth. Disponible en: <http://earth.google.es/>, Consulta: 3 de noviembre de 2009.

Google. Google Maps. Disponible en: <http://maps.google.com.mx/>, Consulta: 3 de noviembre de 2009.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Censo poblacional 2005 México. Disponible en: <http://www.inegi.org.mx/inegi/default.aspx?s=est/>, Consulta: 14 de abril de 2010.

Livingstone, David. La nueva computadora virtual. Disponible en: <http://www.pc-doctor.com.mx/radio%20formula/temas/LA%20NUEVA%20COMPUTADORA%20VIRTUAL.htm>, Consulta: 10 de enero de 2010.

Maestros del Web. Redes Sociales en Internet. Disponible en: <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/>, Consulta: 16 de abril de 2010.

Milenio.com. Nuevas Tecnologías para el 2010. Noticias Grupo Editorial Milenio, Domingo 1 de agosto de 2010, Disponible en: <http://www.milenio.com/electronic/tecno2010>, Consulta: 1 de agosto de 2010.

Penalva, Javier. Teclado virtual Celluon. Xataka Gadgets y electrónica de consumo, Disponible en: <http://www.xataka.com/moviles/teclado-virtual-celluon>, Consulta: 8 de noviembre de 2009.

Observatorio para la Cibersociedad. IV Congreso de la Cibersociedad 2009. Disponible en: <http://www.cibersociedad.net/congres2009/>, Consulta: 2009-2010

Second Life. México, Linden Research Inc, Disponible en: <http://secondlife.com/?u>, Consulta: 2009-2010.

Tecnología 21. Nuevos celulares para redes sociales. Disponible en: <http://tecnologia21.com/microsoft-celulares-redes-sociales>, Consulta: 30 de abril de 2010.

Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM). Disponible en: <http://www.uacm.edu.mx/Inicio/tabid/38/Default.aspx>

Wikipedia. La Enciclopedia libre. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Portada>

FUENTES AUDIOVISUALES

VIDEOS

Orihuela, José Luís. Las redes sociales en internet. Laboratorio de Comunicación Multimedia, Universidad de Navarra, 10 de octubre 2008, Disponible en: http://www.youtube.com/watch?v=LsfMoBVjs_Q, Consulta: 3 de marzo de 2009.

Solórzano, Javier. Redes sociales en Internet. Solórzano en la Red, La Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México, A.C, Formato: Audiovisual, México, 2008, Disponible en: http://www.lared.org.mx/av_solorzano2.html, Consulta: 2009-2010.