

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

Transformación de la información privada en interés público. Un estudio sobre el tratamiento periodístico que se da a la información publicada en Facebook por los usuarios mexicanos

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

PRESENTA

MIRIAM ALVARADO VERA

Directora del trabajo recepcional

Mtra. Walys Becerril Martínez

Ciudad de México, Julio 2017.

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.

**TRANSFORMACIÓN DE LA INFORMACIÓN
PRIVADA EN INTERÉS PÚBLICO.**

**UN ESTUDIO SOBRE EL TRATAMIENTO
PERIODÍSTICO QUE SE DA A LA
INFORMACIÓN PUBLICADA EN FACEBOOK
POR LOS USUARIOS MEXICANOS.**

AGRADECIMIENTOS

Durante mis estudios de licenciatura recibí el apoyo invaluable de diversas personas, a quienes deseo externar mi más profundo agradecimiento.

A mis padres Sara y Feliciano, agradezco particularmente la confianza, traducida en apoyo, que me brindaron para la terminación de mis estudios, de igual manera a mi compañera de risas, tristezas, buenos y malos momentos, mi hermana Sonia, siempre haciéndose presente.

Agradezco con enorme gusto a mi directora Walys Becerril Martínez, por su paciencia y motivación, por aceptar dirigir esta tesis, su dirección significó para mí, además de un compromiso responsable, una enseñanza constante de rigor académico. A mis profesores y buenos amigos con los que compartí conocimientos, risas, nervios y desveladas. A mis lectores Adriana Peimbert, Israel Gallegos, Norma Pareja y Edith Leal a quienes agradezco su tiempo en leerme.

A mi querida UACM de la que me enorgullezco ser parte le agradezco el permitirme cuestionar y en encontrar algunas respuestas sobre el arduo y apasionante quehacer que tengo en el mundo, *“Nada humano me es ajeno”*.

Todo este esfuerzo traducido en horas de ausencia, no podría ser posible sin el amor y la solidaridad de personas extraordinarias quienes han caminado a mi lado este largo camino.

A mi abuela le agradezco porque en todo momento tengo presente las invaluables enseñanzas de vida y de trabajo que me brindo. A su memoria dedico esta tesis.

ÍNDICE

	INTRODUCCIÓN.....	6
	CAPÍTULO I – CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO.....	8
1.1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	8
1.2	OBJETO DE ESTUDIO.....	10
1.3	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	10
1.4	OBJETIVOS.....	11
1.5	SUPUESTO DE PARTIDA.....	11
1.6	JUSTIFICACIÓN.....	12
1.7	ESTADO DEL ARTE.....	14
1.7.1	FACEBOOK.....	14
1.7.2	PÚBLICO Y PRIVADO.....	32
1.7.3	TRATAMIENTO PERIODÍSTICO.....	36
	CAPÍTULO II- LA HISTORIA DE LA PRIVACIDAD Y SU TRANSFORMACIÓN A PARTIR DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.....	46
2.1	LO PRIVADO/LO PÚBLICO EN LA HISTORIA	46
2.2	LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC).....	52
2.3	INTERNET.....	54
2.4	REDES SOCIALES.....	60
2.5	FACEBOOK.....	64
2.5.1	FACEBOOK Y PRIVACIDAD	68
2.5.2	INFORMACIÓN PÚBLICA Y PRIVADA EN MÉXICO.....	75
2.5.3	LA PROTECCIÓN JURÍDICA EN MÉXICO DE LA INFORMACIÓN PERSONAL	78
2.5.4	DERECHO A LA PRIVACIDAD	80

2.6	SITUACIÓN ACTUAL DEL PERIODISMO MEXICANO.....	82
	CAPÍTULO III- BASES PARA LA DISTINCIÓN ENTRE LO PÚBLICO Y PRIVADO.....	83
3.1	LO PÚBLICO Y LO PRIVADO	83
3.1.1	LA ESFERA PÚBLICA Y PRIVADA	84
3.1.2	RECONSTRUCCIÓN DE LA ESFERA PÚBLICA	90
3.1.3	PRIVACIDAD	91
3.1.4	LA APERTURA DE LA RED EN EL ESPACIO PÚBLICO	95
3.1.5	UNA VISIÓN GLOBAL	97
3.2	PERIODISMO EN TIEMPOS DE REDES SOCIALES.....	98
3.2.1	PERIODISMO, NOTICIA Y NOTICIABILIDAD	98
3.2.2	LA NOTICIA ES EL SUCESO	99
3.2.3	NATURALEZA DEL ACONTECIMIENTO	99
3.2.4	QUÉ ES UNA NOTICIA	100
3.2.5	LOS SISTEMAS DE CLASIFICACIÓN	100
3.2.6	LOS SUPUESTOS DE LA NOTOCIA	101
3.2.7	EL ESTUDIO DE LA NOTICIABILIDAD	101
3.2.8	LOS PRIMEROS ESTUDIOS BASADOS EN EL GATEKEEPING	101
3.2.9	LA CONSTRUCCIÓN DE LA NOTICIA O NEWSMAKING	102
3.2.10	INCIDENCIA DEL GATEKEEPING EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA NOTICIA	102
3.2.11	LOS CRITERIOS DE NOTICIABILIDAD	103
3.2.12	IDENTIFICACIÓN DE LOS CRITERIOS HABITUALES DE NOTICIABILIDAD	104
3.2.13	LA CONSTRUCCIÓN DE LA REALIDAD	107
3.3	PERIODISMO ANTES DE LAS REDES SOCIALES	107
3.4	TRANSICIÓN TECNOLÓGICA	109
3.5	LAS REDES SOCIALES UNA HERRAMIENTA DEL PERIODISMO	113

	CAPÍTULO IV- APARTADO METODOLÓGICO.....	116
4.1	METODOLOGÍA.....	116
4.2	ESTRATEGIA.....	119
4.3	UNIDAD DE ANÁLISIS.....	121
4.4	CORPUS.....	122
4.5	TÉCNICA.....	124
4.6	INSTRUMENTO: DISEÑO DE ESTRATEGIA METODOLÓGICA.....	126
	CAPÍTULO V- MAGNIFICACIÓN MEDIÁTICA DE CONTENIDOS DIFUNDIDOS EN LA RED.....	128
5.1	ORDEN FORMAL Y ESTRUCTURAL DE LA NOTA.....	131
5.2	NUEVAS FORMAS DE PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA.....	134
5.3	INFORMACIÓN PRIVADA.....	139
5.4	TEMÁTICAS DE INTERÉS PÚBLICO.....	141
5.5	INFORMACIÓN QUE LOS MEDIOS CONSIDERAN DE INTERÉS PÚBLICO....	144
5.6	CONTENIDOS DE LAS NOTAS.....	153
5.6.1	EMOCIONES Y SENTIMIENTOS	153
5.6.2	COTIDIANIDAD	155
5.7	FORMAS EN QUE ES PRESENTADA LA INFORMACIÓN PERIODÍSTICA.....	160
5.7.1	FUENTES	160
5.7.2	JUICIOS O VALORES	163
5.7.3	REPLICA DEL ALUDIDO	169
5.8	FORMAS DE VISIBILIDAD E INTERACCIÓN DE LAS NOTAS.....	170
6	CONCLUSIONES.....	172
7	REFERENCIAS.....	178
8	ANEXOS.....	188

INTRODUCCIÓN

La transformación de la información privada en interés público. Un estudio sobre el tratamiento periodístico que se da a la información publicada en Facebook por los usuarios mexicanos, es un trabajo de investigación que surge a partir del interés que ha generado la aparición de nuevas y novedosas plataformas tecnológicas como lo son las redes sociales y su impacto económico, social, cultural y político en la sociedad.

Explicar y analizar la construcción del contenido periodístico en los últimos años es una tarea compleja para cualquier persona que se proponga a estudiar las transformaciones tecnológicas que se han desarrollado. Tomando en cuenta que el periodismo es una actividad de relevancia social se planteó como objetivo central en esta investigación analizar la construcción del contenido periodístico a partir de la información que publican los usuarios mexicanos que utilizan Facebook y su impacto en la generación de un interés público.

Toda investigación surge de la inquietud de un estudioso por entender, explicar y contribuir en el conocimiento. Las motivaciones que llevaron a realizar esta investigación tiene su origen en la transformación que se ha presentando en los últimos años a partir de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación como la aparición de distintos dispositivos digitales que han convertido por un lado, la comunicación e interacción de los usuarios y, por otro, la producción periodística, las formas de producción y la inmediatez de la información. El uso de Internet y las redes sociales se han convertido en espacios de gran importancia para los individuos

La investigación cuenta de cinco capítulos, el desarrollo más preciso en torno a la construcción del problema que articula esta investigación se plantea en el capítulo 1. Construcción del objeto de estudio, donde se explica la pertinencia en el campo de la comunicación y la cultura.

El segundo capítulo que, lleva por nombre La historia de la privacidad y su transformación a partir de las tecnologías de la información y la comunicación, hace un recuento de la privacidad en la historia para entender la dicotomía público y privado. También se aborda el desarrollo y proceso tecnológico que se ha llevado a cabo con el paso de los años desde las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) hasta llegar a las redes sociales como Facebook que ha tenido en los últimos años una evolución en el tema de la privacidad.

Un tercer capítulo lo conforman Las bases para la distinción entre lo público y lo privado, en él se desarrollan aspectos teóricos que ayudan a entender el proceso que se ha llevado a cabo entre la distinción de los conceptos público y privado. Un segundo momento aborda la definición de noticia y su proceso de construcción. Por último se aborda el proceso del periodismo de las redes sociales y su transición hacia los nuevos formatos que se encuentran en la red.

En lo que respecta al apartado metodológico se puntualiza el método y las técnicas de investigación utilizadas, así como la explicación sobre la selección de las notas periodísticas para la obtención de datos.

Finalmente, esta investigación cierra haciendo un análisis de contenido de la información publicada por los usuarios mexicanos de las redes sociales y compartida específicamente en Facebook y que al mismo tiempo es convertida en interés público a través de su tratamiento periodístico. Se explica la relevancia de retomar este tipo de información de los usuarios de Facebook por parte de la prensa.

CAPÍTULO I

CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Esta investigación aborda una de las consecuencias que ha tenido el uso de Facebook en los usuarios mexicanos, ya que éstos al compartir información personal, publican (ya sea mediante imágenes y/o textos), elementos que ellos consideran significativos, es decir, que suponen dignos de ser mostrados. Así Facebook se ha convertido en una ventana que permite observar los factores que componen tanto la vida privada como la identidad del usuario.

El usuario supone que tiene el control de la información que comparte y de quién podrá ver lo que él publica, pues previamente ha seleccionado a las personas que desea agregar a su perfil de Facebook para que conozcan su información. Sin embargo, el control de lo “privado” resulta ficticio, pues mucha información que se publica en esta red ha sido utilizada como fuente de información periodística.

Dicha circunstancia lleva a cuestionar sobre los factores que intervienen en el uso de la información, la cual en un inicio es considerada privada por ser controlada por el propietario, pero al desconocer el rango de alcance, puede incluso llegar a ser convertida en una nota periodística de interés público.

Históricamente se ha definido lo público y lo privado de una forma que hoy se ve confrontada por el uso de Facebook y otras redes sociales. Lo privado tiene la utilidad de ser de interés meramente individual, o de representar sólo a un cierto número de personas, y es entendido como aquello oculto que no se muestra a todos. En general, ha sido señalado como lo que se refiere a los aspectos íntimos.

En pocas palabras el tránsito de lo público a lo privado pasa de lo más exterior a lo más protegido, (Rabotnikof, 1998). Así, estos candados que protegen lo privado en Facebook son violentados por lo público, es decir, convertido en exterior, mostrando todo aquello que para un usuario de Internet es considerado como privado, tal como lo son sus publicaciones, imágenes, videos, comentarios u otras formas en las que se exponen datos personales.

La idea de lo público ha sido asociada a aquello que es de interés común, es decir, como señala Nora Rabotnikof (1998) que cuenta con una utilidad abierta a cualquier persona, o en otras palabras es lo que se conoce como lo trascendente en términos colectivos. Se puede también representar lo público con lo que de alguna manera es visible y se despliega a la luz de todas las personas, es la información que se permite esté al alcance de todos.

En este sentido nos hemos preguntado sobre ¿cuál es la información que publican los usuarios que resulta interesante para los medios? y ¿cómo ésta es convertida en una nota periodística?, es decir, discursivamente ¿cuáles son las características que hacen “trascendente” a dicha información para lo colectivo?

En síntesis, interesa entender cuáles son los elementos que considera la prensa relevantes sobre la información que comparten los usuarios de Facebook que se ven relacionados o no con ciertos acontecimientos que son viralizados a través de la red y cuál es la construcción del contenido periodístico, es decir, cómo se presenta la información en el tratamiento periodístico. Pues finalmente, se quiere entender cómo se convierte la información privada en interés público.

1.2 OBJETO DE ESTUDIO

La construcción del contenido periodístico a partir de la información privada de los usuarios mexicanos que usan Facebook y su impacto en la generación de un interés público.

1.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN GENERAL

- ¿Cómo la información que publican los usuarios mexicanos en Facebook es convertida en interés público a través de un tratamiento periodístico?

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN PARTICULARES

1. ¿Cuál es el tipo de información que publican los usuarios en Facebook que cobra relevancia periodística?
2. ¿Cómo es construido mediante el contenido periodístico el interés público sobre la información que publican los usuarios?
3. ¿Cuáles son las características de contenido que utiliza la prensa que hacen trascendente la información de los usuarios de Facebook?
4. ¿Qué se considera como información privada y pública a partir del uso de las redes sociales?

1.4 OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Analizar la construcción del contenido periodístico a partir de la información que publican los usuarios mexicanos que utilizan Facebook y su impacto en la generación de un interés público.

OBJETIVOS PARTICULARES

1. Mostrar el tipo de información que publican los usuarios en Facebook que cobra relevancia periodística.
2. Caracterizar la forma en la que se ha construido mediante el contenido periodístico el interés público sobre la información que publican los usuarios.
3. Conocer las características de contenido que utiliza la prensa que hacen trascendente la información de los usuarios de Facebook.
4. Discutir si la percepción sobre lo que es la información pública y privada se ha modificado a partir de las redes sociales.

1.5 SUPUESTO DE PARTIDA

El uso de las redes sociales en los últimos años ha alcanzado un porcentaje elevado, los internautas principalmente utilizan las redes para compartir información de interés personal. En México, según la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) señala que en 2016, la penetración de Internet consiguió el 63 por ciento de la población, lo que equivale a 70 millones de internautas.

Facebook se ha convertido en la red social preferida entre los internautas mexicanos, ellos son quienes utilizan este medio para compartir información que consideran relevante ya sea una publicación, una fotografía, videos, links, recomendaciones de libros, participación a eventos, gustos musicales, literarios, gastronómicos y posturas políticas, es decir, cualquier tipo de información que va desde la más trivial a la más privada como es el caso de la información personal o datos personales.

Es decir, se presentó a la sociedad un medio que posibilita la comunicación e interacción aun cuando se esté lejos, es por ello que los internautas no dudaron en hacer suya la herramienta compartiendo, como se ha mencionado, todo tipo de información. Pero los medios de comunicación, como lo son los periódicos, están tomando cierta información que es compartida por los usuarios para generar notas periodísticas. Es decir, lo que los medios rescatan con mayor frecuencia del modo en que los usuarios hacen uso de Facebook, son cuestiones que se relacionan con la cotidianidad de los usuarios, con su entorno, con su manera de pensar, de convivencia, sentimientos, temas familiares, ideales, aspiraciones, gustos etcétera.

Los periódicos que retoman información que se viraliza en las distintas redes sociales como Facebook, presentan una parte de la vida íntima de los usuarios cargada de una serie de significados, muchos de ellos contribuyen a que se genere una idea de los usuarios, pero lo importante es resaltar que al convertirla en nota se muestra que la percepción social cobra relevancia social y política.

1.6 JUSTIFICACIÓN

El principal motivo por el cual se realizó este análisis es porque se considera importante el papel que han tomado las redes sociales en la vida de las personas. La idea de pertenecer a la red a los usuarios de internet y a quienes no

había explorado este espacio virtual les resulta interesante con la aparición de redes sociales como Facebook.

Facebook se ha mostrado como una herramienta básica utilizable en la vida de la mayoría de las personas a nivel global. En México según *Owloo, la plataforma en español más completa para el análisis de las redes sociales*, en su apartado “análisis demográfico de México en Facebook”, marca que 69 millones de usuarios están registrados, de los cuales el 49.28 por ciento son mujeres y 49.28 por ciento son hombres, la edad registrada es de 18 a 24 años, el idioma es Español. Los jóvenes de 18 a 24 años de edad en audiencia son representados como 22 millones y en proporción 31,88 por ciento. Los jóvenes de 25 a 29 años de edad en audiencia son representados como 12 millones y en proporción 17.39 por ciento y quienes tienen una edad de 35 a 44 años en audiencia son representados 11 millones y en proporción 15.94 por ciento. Esta red social, actualmente se encuentra en la posición 5 en el ranking mundial de Facebook.

La red social Facebook, sirve como un medio de comunicación y de entretenimiento, que hace posible interactuar y comunicarse con otro usuario de manera virtual, es decir, este medio permite intercambiar información de cualquier tipo aunque no esté con ella de manera presente, por lo tanto, a partir de esta red social, se ha observado que lo que un usuario escribe y comparte ya sean pensamientos, fotografías, videos canciones, etc. de manera personal, es una forma en la que los usuarios van construyendo su identidad ya que les permite presentarse a sí mismos y van haciendo de esta herramienta un estilo de vida. En los casos que estudiaremos, las publicaciones de los usuarios, de un momento a otro, su vida personal e íntima es convertida en una nota de interés público. De ahí que nos cuestionemos sobre el tipo de publicaciones en Facebook que resultan relevantes, cómo es construido un discurso periodístico y cuáles son las características que hacen atractivo dicho discurso.

El tema es relevante porque Facebook es un medio que genera un impacto en la sociedad, es una red social fácil de utilizar, básica e indispensable para el intercambio de información, no sólo entre los internautas miembros de una comunidad de la red, sino que cada vez se va posicionando como un medio que nos permite entender los cambios en la dinámica de la comunicación masiva.

1.7 ESTADO DEL ARTE/ ESTADO DE LA CUESTIÓN

En este apartado se presentan artículos y tesis que se consultaron previamente en distintas bases de datos e investigaciones como Tesiunam, Relaces, Zona próxima, Razón y Palabra, Redalyc, Dialnet, entre otras, con la finalidad de conocer algunos de los estudios que tienen relación y relevancia con el punto central que va a desarrollar esta investigación. Los textos retoman temas sobre la red social Facebook, el tratamiento periodístico y los conceptos público y privado y cómo es que son entendidos.

1.7.1 FACEBOOK

Tesis

La primera tesis revisada es la titulada, *Páginas de Redes Sociales en Internet Nuevos Espacios Públicos para una Sociedad Civil en México* de Miguel Ángel Meza García, la cual escribió en el 2012, en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). En ésta, el autor se generó como pregunta de investigación; ¿Conocer hasta qué punto la sociedad mexicana se ha apropiado de las llamadas Tecnologías de la Información? En ese mismo sentido, el objetivo general de la investigación fue comprender hasta qué punto la sociedad mexicana se ha apropiado de las llamadas tecnologías de la información para un uso propio de la sociedad, y demostrar el potencial que tienen estos sitios para fines sociales. Los objetivos particulares que se plantearon fueron: 1) Identificar cuáles fueron los antecedentes

de apropiación de tecnologías en México y observar cuáles han sido sus consecuencias y 2) llevar a cabo un pequeño recuento acerca de cómo han ido evolucionando estos sitios web. La metodología que se utilizó fue a partir de un análisis de contenido en el cual se hizo una aproximación con el campo de estudio, para entender en qué contexto es que aparecen, crecen y se desarrollan las acciones realizadas en las plataformas de servicio de redes sociales en internet. La hipótesis de la investigación fue:

Averiguar qué rol juega la mediación tecnológica en las nuevas posibilidades de crear redes sociales y nuevas formas de visibilidad social que brinda el desarrollo tecnológico y de cómo el poder aprovecha estas mismas herramientas técnicas y tecnologías para vigilar y castigar lo que ahora es avisible a los ojos no solo de individuos que habitan un mundo globalizado, en el que se escriben e identifican su cotidianidad local y regional, y que en virtud de esa nueva visibilidad son más susceptibles de ser controlados y por ende castigados por el poder del Estado (Meza, 2012:15).

En esta investigación se buscó establecer un enfoque de las distintas páginas de redes sociales no sólo en cuanto a la esfera económica, sino del uso que los usuarios le dan a dicha página como nuevos espacios públicos, espacios donde el ciudadano pueda generar y discutir problemáticas propias de su localidad. Este trabajo se ocupó de las páginas que ofrecen los servicios de redes sociales, como Facebook y Twitter, que si bien es cierto son conocidas como redes sociales no constituyen en sí mismas redes sociales, sino sólo son plataformas para que los usuarios construyan sobre ellas sus redes.

Esta investigación pretendió demostrar que los mexicanos pueden apropiarse de estos sitios para ser utilizados como nuevos espacios para la acción colectiva de orden social. Específicamente los habitantes de la Ciudad de México

pueden aspirar a la maduración de una sociedad civil basándose en el uso cotidiano de las páginas de servicios de las redes sociales.

El punto principal de la investigación fue tomar a las nuevas tecnologías de la información como una herramienta que facilita las actividades de la humanidad, el buen o mal uso que hacen las personas de esta herramienta se plantea en la investigación que es responsabilidad de quien ocupa dicha herramienta. La tecnología en esta investigación es vista como una herramienta que ayuda a colaborar con las necesidades de las personas, para desarrollar lo anterior primeramente se tiene que entender qué son las páginas de servicios de redes sociales en internet y cuál es el papel que representa la plataforma de internet.

La conclusión fue que las páginas de servicios de redes sociales son un espacio, que sirve para una maduración de una sociedad civil en el país, pero no solo es útil para un sector de la población, es un espacio para todos los que busquen a otras personas con intereses afines. Nuevas páginas de servicio de redes aparecerán y otras morirán, lo importante es que se hace con ellas, cuanta imaginación se puede tener para aprovechar estos espacios que prácticamente no tiene límites.

Esta tesis se revisó porque plantea los usos que los usuarios le dan a las redes sociales al reconocerlas como nuevos espacios donde se pueden generar y discutir distintas problemáticas, esto en la investigación ayuda a comprender desde qué punto se le reconoce a las redes pertenecientes como un espacio público para interactuar.

La segunda tesis revisada fue la de Jessica Yazmín Xantomila Ávila que escribió en el 2011 en la Facultad de Estudios Superiores Aragón de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), titulada: *La Representación Identitaria en la Comunicación por Redes: Facebook*, su pregunta de investigación fue ¿Será que Facebook es un espacio donde los jóvenes verdaderamente se

comunican y un lugar donde están expresando eso que no pueden en el mundo físico? Los objetivos de la investigación fueron mostrar qué es lo que motiva a los jóvenes a formar parte de la comunidad de Facebook, esto con el fin de conocer los ideales que pretenden alcanzar al pertenecer a dicha red social, revelar el tipo de información que se genera en Facebook y conocer la manera en la que se comunican los jóvenes dentro de ella.

La autora señala que Facebook, es la red más exitosa entre los jóvenes y que su función principal es dejar que los cibernautas utilicen el espacio usando imágenes, descripciones, video y aplicaciones, de acuerdo con lo que se quiere expresar. En la investigación también se menciona que la tarea de estos sitios es exponer a los usuarios a la opinión pública, y finalmente consciente o inconscientemente es el objetivo que persiguen los miembros. En este sentido señala la autora que los demás usuarios verán lo que el usuario les permite que vean. Debido a ello, la hipótesis que se plantea en esta investigación es que la representación identitaria que hacen los jóvenes sobre ellos mismos en la red social Facebook es incompatible con su identidad en el mundo físico, ya que en el primero se encuentran un espacio flexible de presiones morales (normas, valores) y sociales (roles, estatus).

La metodología que se utilizó para la obtención de resultados fue tanto cuantitativa como cualitativa; sondeo y entrevistas focalizadas. En el apartado teórico de esta investigación se trata a profundidad el tema de la sociedad informacional, sus inicios, su desarrollo y sobre todo sus aplicaciones analizando a partir de autores como, Manuel Castells, Raúl Trejo Delarbre y Daniel Bell, entre otros.

Xantomila planteó que la relevancia del tema radica en la contradicción de identidad, no se desarrolla en un sitio donde los usuarios son desconocidos entre sí, como normalmente sucede en los chat, y en las comunidades virtuales, sino que se realizan en las redes sociales, que son un espacio donde los usuarios

tienen agregados a su red de contactos a amigos, familiares, compañeros de trabajo y de la escuela entre otros.

A lo que llegó la autora con la investigación fue a plantear que los jóvenes se sienten más libres de publicar a través de su perfil, en vez de decirlo en persona ya que los inhibidores los siguen a través de Facebook. Es decir, las personas que se tienen agregadas son las mismas con las que se relacionan físicamente aunque la libertad que se tiene de mentir sobre la información que se publica es posible porque los usuarios conocen que el espacio es suyo y tienen el control de lo que se publica.

Como conclusión se presentó que lo expuesto sobre la identidad en Facebook, no es en su totalidad la misma identidad que mantienen los usuarios en el mundo físico, ya que los jóvenes solo muestran una parte de su identidad.

Finalmente, se dice que Facebook es uno de los sitios preferidos por los jóvenes, debido a que permite localizarse e incentivar las amistades. Las redes sociales como Facebook son un espacio para la representación, los usuarios no necesariamente se apropian del instrumento para hacerlo, sino que Facebook ofrece herramientas que permiten a los usuarios representarse utilizando fotografías, descripciones, imágenes, videos, etc.

Se revisó esta tesis ya que estudia a la red social Facebook como un espacio que sirve como medio de comunicación y un lugar donde se pueden expresar lo que no se puede en el mundo físico, también plantea cuáles son las motivaciones en los jóvenes que hacen que utilicen Facebook y cuál es la información que generan. Esto es de interés para la investigación debido a que se reconoce a Facebook como un espacio de comunicación en el cual se genera información que va del mundo real al virtual y viceversa.

Otra de las tesis que se revisó fue la de Itzel Lam Arroyo y Marín Espinosa Estefanía Gabriela que escribieron en el 2012 en la Facultad de Ciencias Políticas

y sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), titulada: *Las redes sociales en entornos digitales como una forma de interacción social en la era digital: caso Facebook*. En ésta las autoras plantean, distintas preguntas de investigación: ¿Cuáles son los motivos por los cuales los jóvenes deciden darse de alta en las redes sociales?, ¿Cuál es la forma en la que se comunican y la interacción dentro de ellas?, ¿Está dinámica en el mundo digital trae consigo implicaciones en la vida cotidiana, tales como los cambios de conducta? En ese mismo sentido el objetivo de la investigación fue conocer los motivos que determinan que los jóvenes se den de alta en las redes sociales y saber si esta dinámica tiene implicaciones en la vida cotidiana. La metodología que se usó en la investigación fue: un análisis cualitativo-descriptivo, que tiene la finalidad de dar a conocer las motivaciones de uso de las redes sociales en internet. Debido a que el tema de estudio son las redes sociales. Su marco teórico se centra en conocer de manera general sus antecedentes y la evolución que ha tenido.

Los hallazgos de la investigación fueron que el motivo para darse de alta en la red social, tiene que ver con la gran influencia que tiene esta nueva tecnología en la mayoría de los jóvenes, se plantea que a partir de que varios jóvenes tienen una cuenta de Facebook los demás jóvenes no dejan pasar la oportunidad de crear la propia y así pertenecer a la red social. Las autoras mencionan que no se puede asegurar que esta herramienta sirva para llenar vacíos de la realidad, pero que posiblemente no lo haga aunque sirve para proyectar una parte de lo que conforma la identidad de un usuario.

Se revisó este trabajo ya que habla sobre los motivos por los cuales los jóvenes se interesan en tener una cuenta de Facebook y para conocer si esto genera repercusiones en la vida cotidiana.

Otra tesis que se revisó fue la de Roberto Alejandro López Novelo que escribió en 2011 en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), titulada: *La construcción del capital social*

en las redes sociales en internet: discutamos México en Facebook. En esta, se generó la pregunta de investigación, ¿las redes sociales en internet, particularmente en Facebook, proporcionan la herramienta y dinámicas necesarias para la construcción de capital entre usuarios?, En ese mismo sentido, el objeto de estudio de esta tesis fue, el programa Discutamos México en Facebook.

El objetivo general fue estudiar que las dinámicas y prácticas sociales que se generan dentro de la estructura del programa permiten la construcción formal de capital social, entre los miembros que pertenecen a la red. La metodología que se utilizó para la investigación se basó en realizar una observación participante, con la finalidad de conocer cómo es que se presentan las dinámicas de participación y colaboración entre los usuarios que se hacen presentes en la red social. Su marco teórico lo formó a partir de *Tejiendo la red* (Tim Berners- Lee, 2000), *La era de la información* (Manuel Castells, 1996), *La galaxia internet* (Manuel Castells, 2001), *Etnografía virtual* (Christine Hine, 2001). Sus hallazgos de la investigación fueron que se puede establecer que las redes sociales en Facebook, posibilitan la construcción y la acumulación de capital social, ya que permite el acceso a información valiosa y el contacto con personas que pueden aportar algo a la vida de los demás. Esta tesis se revisó para saber desde qué otro ángulo se estudia Facebook y en el sentido del análisis de la tesis es relevante saber si Facebook como red social posibilita la construcción de ideas y valores entre los usuarios de la red.

Otra de las tesis que revisé fue la de Carlo Daniel Aguilar González que escribió en 2011 en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de Querétaro”, titulada: *Uso de Facebook entre jóvenes universitarios de Querétaro como herramienta para fortalecer su cultura política.* Su pregunta de investigación fue: ¿De qué manera los estudiantes y egresados (2005 a la fecha) de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UAQ utilizan Facebook para expresar sus comentarios, opiniones y valoraciones de temas relacionados con la política, fortaleciendo su propia cultura política y motivando la reflexión en otros

usuarios de Facebook? Los objetivos de la investigación que se plantearon fueron identificar, analizar y explicar los usos que le dan a Facebook los estudiantes y egresados (2005 a la fecha) de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UAQ, para saber si utilizan Facebook como una herramienta de fortalecimiento su propia cultura política y motivando la reflexión en otros usuarios. La metodología que se utilizó en esta investigación fue: un enfoque cualitativo que se desarrolló a partir de la teoría de los Usos Sociales de las Tecnologías de la Información y comunicación (TIC). Su marco teórico lo conformó a partir de: La sociedad red: una visión global (Manuel Castells, 1999), Sociedad mediatizada (Denis De Moraes, 2007), Lo imaginario de internet (Patrice Flichy, 2003).

La principal aportación que se desarrolla de la investigación es que el sector de jóvenes que radica en la ciudad de Querétaro, utilizan la red social Facebook como una herramienta utilizable para expresar inquietudes, opiniones y comentarios y hasta intereses políticos. La revisión de esta tesis ayuda a conocer otro de los usos que se hace de Facebook y cómo éste es utilizado para que exista una retroalimentación de lo que se comparte o encuentra dentro de la red.

Artículos

El primer artículo revisado es el titulado: *Autopresentación en Facebook: un yo para el público*, de la autora Carolina Emilia Di Próspero, el cual escribió en el 2011 en la Universidad de Buenos Aires y la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Argentina. En éste, la autora se generó como pregunta de investigación: ¿cómo se constituye una subjetividad mediática a través de la autopresentación del yo en la red social Facebook? En ese mismo sentido, el objetivo de este texto fue analizar, la manera en que se constituye una subjetividad mediática a través de la autopresentación del yo en Facebook.

Para el desarrollo de este trabajo el tipo de metodología que se utilizó fue la cualitativa y el objeto de estudio se abordó desde la etnografía. También se

realizó un trabajo de campo, interactivo desde Facebook para presentar los usos que los internautas desarrollan en la red social y después realizar categorías de análisis.

La investigación sólo se centra en una parte de los individuos que usa Facebook ya que esta red social ofrece muchas posibilidades para la construcción y reconstrucción de un yo. Desde el trabajo de campo que se llevó a cabo se señala la experiencia de un usuario al empezar a utilizar Facebook y se plantea que al inicio decidió construir un perfil netamente académico y, más adelante, lo convirtió en uno totalmente distinto, “frívolo” desde su propia descripción, esto según por la decisión de presentar un perfil más variado. En la investigación se menciona que para comprender cómo se da la autoconstrucción dentro de las redes sociales como Facebook, resulta apropiada la categoría de autocomprensión, para analizar también la pregunta eje, que guía a la lógica del funcionamiento de Facebook, la pregunta que obliga a la observación, que sitúa al sujeto en el aquí y ahora, definiendo momentáneamente su estado: “¿Qué estás pensando?”.

Se menciona que autocomprensión es una categoría adecuada para analizar las construcciones subjetivas que, en Facebook se sustituyen cuantas veces el dueño del perfil lo desee, sobre todo a través de los cambios de estado, que propicia la reflexión y que, como su denominación lo indica, remite a un cambio en nuestro estado presente. El campo de acción que han abierto las redes sociales con su facilidad operativa ha potenciado enormemente las formas de llevar a cabo sus roles en lo cotidiano, en términos goffmanianos o asumir un yo ligado a determinadas características, que se pueden ir modificando.

Finalmente Di Prospero, afirma que en Facebook, se producen todos los días ensayos de autocomprensión que satisfacen momentáneamente a un público que nos mira minuto a minuto y al público más exigente: nosotros mismos. Este artículo es de interés para la investigación ya que primeramente es necesario

conocer desde donde se está estudiando la red social Facebook y también porque resulta importante conocer cuál es la construcción de la presentación que desarrolla un usuario con forme a las exigencias de la red social y cuáles son los usos que se realizan.

Otro trabajo que revisé fue el titulado, *Los vínculos y la conversación 2.0: miradas de adolescentes argentinos sobre Facebook* de Alfredo Dillon que escribió en 2013 del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Monterrey, México. En este artículo se planteó como objetivo central de la investigación explorar ¿cómo adolescentes de diferentes barrios de la ciudad de Buenos Aires sostienen vínculos con sus amigos y con otras personas por medio de la conversación virtual en Facebook? Para resolver este cuestionamiento se planteó una investigación sobre las percepciones de las nuevas formas de contacto y las transformaciones de las relaciones de amistad a partir de la retroalimentación que se da entre el mundo virtual y el real. Se menciona que en este contexto, hacer una indagación sobre los usos y representaciones de los adolescentes en relación con las redes sociales se vuelve necesario para entender los motivos por los cuales estos espacios cautivan a los usuarios. De este modo se señala que Facebook se vuelve un objeto de interés en sí mismo.

Por otro lado, se indica que uno de los marcos teóricos que han resultado más productivos para pensar las redes sociales es la teoría de los usos y gratificaciones. Se dice, que de ser planteada esta teoría desde la comunicación masiva hacia las formas de interacción que proponen las redes sociales se desarrolla una pregunta crucial: ¿Cuáles son los motivos de los adolescentes para usar Facebook? El autor menciona una investigación de Sheldon. P. “Student Favorite: Facebook and Motives for its Use”, en la que se abordan seis factores principales que responde la pregunta, en orden de importancia: 1) Mantener relaciones 2) Pasar el tiempo 3) Ser parte de una comunidad virtual 4) Entretenerse 5) Sentirse incluido 6) Encontrar compañía.

La investigación utilizó una metodología de carácter cualitativo ya que se investigó acerca de los usos que los adolescentes argentinos hacen de Facebook, a partir de sus representaciones sobre las interacciones que se desarrollan ahí.

En el artículo se señala que específicamente, el propósito fue indagar sobre las representaciones que giran alrededor de vínculos que se construyen en la red social y sobre las interacciones que los sostienen. La manera en la cual se exploró el objetivo de la investigación fue por medio de entrevistas con adolescentes de diferentes barrios y niveles socioeconómicos de la Ciudad de Buenos Aires, para conocer cómo interactúan con otras personas a través de Facebook.

El autor, menciona que en la realización de las entrevistas se entrevistó a 26 adolescentes de secundaria del último año (17-18 años), indica que la variable en la que se basaron fue la edad y no el ciclo escolaridad. Las preguntas realizadas en cuanto al género la mitad de los entrevistados fueron hombres y la mitad mujeres, todos los entrevistados fueron usuarios de Facebook con distintos intereses.

El tipo de técnica de recolección de datos utilizada fue la entrevista en profundidad semiestructurada. Se dice que la elección de esta técnica estuvo orientada por la complejidad y especificidad del tema social a investigar y por las características de las personas a entrevistar. También se recurrió a la entrevista focalizada de formato semiestructurado y con un enfoque semidirigido.

Según el autor, el análisis de las entrevistas arrojó una primera conclusión: la variable socioeconómica no resultó significativa para pensar los usos y representaciones de los adolescentes en relación con las redes sociales. Las diferencias más significativas tienen que ver con las condiciones de conexión a la red. En este sentido, según Alfredo Dillon, los resultados confirman la hipótesis de Boyd (citado en Buckingham, 2008, p.121), según la cual en las redes sociales la brecha más importante es de participación y no de acceso.

Otro hallazgo que encontró el autor es que cada usuario suele utilizar más de un criterio a la hora de decidir cómo construye su lista de contactos. Y algunos reconocen haber cambiado los criterios con el tiempo: son variados los que aseguran que en un primer momento aceptaban a todo el mundo, y luego comenzaron a restringir esas pautas generalmente en pos de preservar la intimidad. Se menciona que cuando el usuario hace limpieza en su lista de contactos es porque siente que está perdido el control.

Finalmente el autor, concluye que los adolescentes no ven disminuida su sociabilidad por participar en las redes sociales. Para ellos, Facebook es un espacio donde se pueden continuar las conversaciones que comenzaron en la escuela, en el barrio o en alguna salida. Se señala que los vínculos virtuales y las redes se retroalimentan mutuamente, y que las dos esferas de interacción no constituyen universos paralelos sino que conforman uno continuo.

Se muestra que para este tipo de usuarios digitales que socializan en un ambiente que es dominado por las nuevas tecnologías, el mundo virtual no reemplaza la dimensión física y presencial de los vínculos. Pero por otra parte se presenta que lo que sí genera la virtualidad es una multiplicación de la información ya que los adolescentes reconocen la necesidad de mantenerse informados, de estar al tanto de lo que sucede en las redes con sus contactos.

Este artículo, se revisó porque se habla sobre Facebook como objeto de interés social, es decir, esta red está siendo estudiada desde diferentes perspectivas ya que impacta en diferentes niveles a la sociedad. Este artículo es útil porque muestra las formas de interacción, los usos y representaciones que se desarrollan al utilizar Facebook y también porque se plantean los motivos que llevan a que los usuarios usen la red.

El siguiente trabajo que revisé es el titulado, *Análisis del uso de las redes*

sociales en internet, Facebook y Twitter en las Universidades españolas, escrito por los autores, Antonio Rodríguez y Patricia Santamaría Cristiano en el 2012. El objetivo fue analizar la situación actual de las redes sociales en Internet, Facebook y Twitter, en las universidades españolas. En este artículo, los autores, analizaron los factores y parámetros clave: seguidores o amigos, en el caso de Facebook, y número de tweets o participaciones en Twitter. El tipo de metodología que se ocupó fue un análisis cualitativo donde el objetivo era realizar un estudio descriptivo sobre la situación actual de las redes sociales en Internet como Facebook y Twitter en las Universidades españolas. Para la realización del estudio se analizó la totalidad de páginas en línea de las mismas universidades, según lo que tenía publicado el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte en su ciberpágina.

Se menciona que esta investigación se contextualiza dentro de la evolución que ha tenido la inserción de las TIC dentro de las Universidades Españolas. Según los autores, lo que tiene que ver con el eje de enseñanza/aprendizaje puede comprobar que las universidades españolas han realizado un esfuerzo para incorporarse de manera efectiva las TIC en las áreas relacionadas con procesos docentes y de aprendizaje. También, se enuncia que casi todas las universidades contaban con una aplicación de gestión de la investigación y un portal web para la divulgación de su oferta tecnológica e investigadora.

Finalmente, los autores, plantean que en el análisis cualitativo de este trabajo el ranking de las redes sociales de las universidades españolas ofrecen varias conclusiones claras pero no responde a patrones exactos, algunas de ellas son las siguientes:

-La utilización de las redes sociales Facebook y Twitter por parte de las universidades españolas no sigue ningún criterio común, sino una estrategia particular por cada una de ellas.

-El ranking por número de seguidores o amigos de las redes sociales de las universidades, no corresponde ni con el número de alumnos ni de aportaciones en las redes.

-Todas las universidades en España han asumido la importancia de tener un perfil en ambas redes sociales, ya que el cien por ciento cuenta con una.

- Tener los perfiles creados no garantiza su utilización o su correcto uso.

Este artículo es de interés para la investigación ya que es importante saber que estas redes están teniendo un alcance más allá que sólo como herramienta de comunicación entre usuarios comunes y puede plantearse como herramienta en otros niveles como el educativo.

Otro trabajo que se revisó fue el titulado, *Facebook y los riesgos de la «descontextualización» de la información* del autor Franck Dumortier, escrito en el 2009 en la Universitat Oberta de Catalunya, España; en el cual se planteó que en los últimos años, ha aumentado drásticamente la participación de las redes sociales virtuales. Asimismo se señaló que el modelo más común de estos sitios se basa en la presentación de los perfiles de los participantes y la visualización de su relación con los demás. En el texto se menciona que un sitio como Facebook no se puede considerar únicamente como un lugar de descanso para sujetos virtuales en el que las identidades son flexibles y están desconectadas de sus cuerpos reales. “La disposición de información de registro completa, exacta y actualizada por parte de los usuarios no sólo es deseable, sino que es un requisito incluido en las condiciones de uso de Facebook. [...] Una vez proporcionada esta información exacta, las interacciones en Facebook implican una amenaza para la privacidad (Dumortier, 2009: 2). El autor argumenta que el principal riesgo para la privacidad en Facebook es el de la descontextualización de la información que proporcionan los participantes. En ese mismo sentido el autor dice, que la amenaza de la descontextualización se debe a tres características principales de Facebook: 1) La simplificación de las redes sociales. 2) La amplia difusión de la

información. 3) Los efectos de la globalización y normalización en la red Facebook (Dumortier, 2009: 2). Se menciona que el riesgo de descontextualización no solo supone una amenaza para el derecho a la protección de datos, es decir, el derecho a controlar la identidad informativa que un ser humano proyecta en un cierto contexto. En el texto se examinan las distintas características de Facebook que supone un riesgo de descontextualización de la información en circulación. También, se explica por qué este fenómeno de descontextualización es una amenaza tanto para los derechos de privacidad como para la protección de datos. Por último, el autor, expone que la protección de la privacidad y de los datos en Facebook no se debe centrar únicamente en las soluciones y penalizaciones para los individuos agraviados, sino en el diseño de una arquitectura que rija los flujos de datos en múltiples contextos en el sitio. En este texto, se usa al término descontextualización para conceptualizar lo que ocurre cuando se usan comportamientos o información en un contexto distinto de aquél para el que se crearon.

Se concluye que el fenómeno de descontextualización en Facebook constituye, con certeza, una amenaza importante tanto para el derecho de la privacidad como para el derecho a la protección de datos. Para evitar la descontextualización de la información en los sistemas de redes sociales virtuales, el grupo sobre la Protección de Datos aboga por una “seguridad robusta y configuraciones por defecto que salvaguarden la privacidad”.

El autor menciona que dada la amenaza de descontextualización, la arquitectura de Facebook debe estar diseñada de modo que evite cualquier interferencia tanto con el derecho de privacidad como con la protección de datos, siempre que dicha interferencia no sea estrictamente necesaria en un estado democrático. Este artículo se revisó porque habla sobre el aumento de la participación del uso de las redes virtuales y porque se visualiza un riesgo al utilizar las redes como Facebook debido a que los internautas proporcionan información privada y esto genera una amenaza para la privacidad del usuario. Es

decir, es de interés porque se habla sobre la pérdida del control de la información que un usuario comparte.

El siguiente trabajo que se revisó fue el titulado, *Facebook, Tejiendo la telaraña de las redes sociales* de Tania Imaña que escribió en 2008 del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores Monterrey, México. Imaña, habla acerca de que hoy todo gira en torno a las redes sociales, más aun sí se piensa en la Comunicación Mediada por computadoras, la cual es nombrada por ella como (CMC), lo que obliga a incluir a la Internet. La autora, menciona que si se habla de redes sociales y de CMC lo primero en lo que se piensa es en Facebook. Indica que a un usuario le basta con tener una cuenta de correo electrónico para ingresar a Facebook y tejer su propia telaraña.

Según el estudio de la autora, en esta plataforma se incluyen diversas aplicaciones que permiten que el usuario pueda compartir fotografías y videos, platear encuentros y actividades, pero sobre todo comunicarse con otras personas y conformar redes sociales. De este mismo modo, la autora menciona que Facebook se convierte en un complemento de las actividades que realiza un individuo con otro de forma física, es decir, se convierte en un complemento de las actividades propias de la relación cara a cara.

Otro de los puntos que presenta Imaña del uso de la red social es que los usuarios planean, anuncian e invitan a sus actividades en “events”, donde deben confirmar su asistencia sin necesidad de otra mediación, como la telefónica; suben fotografías y videos de los eventos que ya sucedieron.

Tania Imaña, señala que “las redes no sólo se tejen en torno a lo “real” sino también alrededor de otras mediaciones, como la de la televisión. Los grupos que hacen referencia a programas que se transmiten por la pantalla chica” (Imaña, 2008:3).

Finalmente se plantea que con el uso de las redes sociales si no estás en Facebook, no existes, ya que todo el mundo está ahí lo que lleva a que los cibernautas creen una cuenta en esta plataforma. Se revisó este artículo ya que se habla acerca de que Facebook es una herramienta que funge como un complemento virtual para el espacio real, es decir, que el uso de las redes sociales y específicamente Facebook sirve para dejar una huella virtual que esta mediada a partir de diferentes entornos de la vida real, este artículo ayuda a esta investigación a dar cuenta de que el uso de las redes sociales trasciende en diferentes niveles de estudio.

Otro de los artículos que revisé fue *Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso Facebook* de los autores Daniel E. Aguilar Rodríguez y Elías Said Hung, escrito en 2010 de la Universidad del Norte. El artículo da cuenta de reflexiones que han motivado al proyecto “La construcción de identidad y subjetividad en los jóvenes en Colombia en las redes sociales virtuales. Caso Facebook”, cuyo interés se centra en la creación y re-formulación de subjetividad e identidad en las redes sociales virtuales. Los autores mencionan que las redes sociales virtuales han llegado a ser parte fundamental de la interacción de millones de personas. Por lo cual, les surgió la inquietud de formular un proyecto que condujera a la comprensión de los mecanismos y modos a través de los cuales los usuarios de dichas redes sociales virtuales se reconocen a sí mismos y formulan mecanismos para representarse ante otros usuarios de las mismas redes. En este artículo se plantearon algunas preguntas, ¿De qué manera se formulan, como mensajes de sí mismo, los usuarios de redes sociales virtuales? ¿Por qué quieren ser reconocidos los usuarios de redes sociales? ¿Qué se busca en tales redes? ¿Qué tipo de interacciones se producen? Y ¿Qué tan diferente es el sujeto en una interacción presencial y en una virtual? ¿Hasta qué punto estas redes sociales virtuales ofrecen la posibilidad de facilitar interacciones presenciales o de cara a cara que en otro contexto carecerían de toda probabilidad? se señala que las preguntas se consideran pertinentes, debido a que el fenómeno es relativamente nuevo.

Sobre las redes sociales virtuales se dice que en el caso particular colombiano, el consumo de dichos portales tiene una gran fuerza, a pesar de que el acceso a Internet es más limitado que en países mayormente industrializados, al punto de que Colombia está entre los diez países con más usuarios de Facebook, junto a la transformación de los conceptos de identidad y subjetividad, se menciona que es pertinente analizar hasta qué punto la formación de dichas comunidades virtuales ha destacado un nuevo sentido de la comunicación, la solidaridad y la asociación entre otros. En el marco teórico de esta investigación se dice que el desarrollo de nuevas herramientas de comunicación, a partir de la plataforma tecnología ofrecida por la Internet, ha permitido desarrollar redes sociales virtuales, en las cuales los conceptos de identidad y subjetividad adquieren nuevos matices y manifestaciones. Los autores señalan que “los espacios virtuales de socialización ofrecen nuevas instancias de comunicación, generación de nuevos códigos comunicativos y sistemas de significación” (Aguilar, Said, 2010:4). También se plantea que las comunidades virtuales son diseñadas en específico para permitir a los usuarios la posibilidad de re-crearse, re-diseñarse y convertirse en versiones, quizás mejoradas de sí mismos. Este estudio parte del supuesto de que existen diferentes niveles de virtualidad o realidad en los llamados espacios cibernéticos diseñados para la formación de redes sociales; estos niveles estarían determinados por la posibilidad de verificación de la información publicada por parte de los usuarios. Los autores dicen que quizás el elemento más importante para el desarrollo del estudio consiste en la transformación de los conceptos de identidad personal y subjetividad, a partir de las posibilidades ofrecidas por el ciberespacio. Con respecto a este espacio virtual se dice que este da la oportunidad de reformular la identidad de los usuarios, superando barreras culturales, geográficas y hasta lingüísticas.

Según los autores, existen distintos retos para abordar los mapas comunicativos y así poder entender de qué manera se crean las identidades y subjetividades de los individuos actualmente mediante los nuevos escenarios que

se hacen presentes y cobran relevancia como los espacios reales en los cuales las personas se han acostumbrado a establecer relaciones de contacto físico y la mediación tecnológica limitada a procesos comunicativos tradicionales.

Este artículo es de interés porque resulta importante saber cómo es que los usuarios se reconocen o construyen su identidad a partir del uso del ciberespacio ya que este da un nuevo sentido a la interacción que se refleja en la comunicación.

1.7.2 PÚBLICO Y PRIVADO

Otro texto que revisé fue el titulado, *Elementos para la comprensión de lo público / privado desde la comunicación*, del autor Fabio López Díaz, que escribió en el 2012 en la Universidad Central de Bogotá, Colombia. En éste, el autor, se ocupó de estudiar la transformación conceptual que ha experimentado el ámbito de lo público y lo privado. En este sentido en el artículo se menciona que lo público y lo privado no son conceptos individuales.

El autor desde una perspectiva moderna de los conceptos público y privado señala que estos términos se consideran como categorías que con frecuencia son asociadas con ciertas oposiciones cuyas trayectorias delimitan este ámbito. Fabio López indica que entre las opciones se encuentran las tensiones entre visible/ no visible, lo accesible/ no accesible, lo admisible/ no admisible, y euable /inefable.

El autor explica que las diferentes tensiones: sobre lo visual constituye una forma básica de contacto con el mundo externo, y que con respecto a lo accesible /no accesible dice que corresponde, inicialmente, a una categorización físico- especial en las que dominan ciertas formas del estar y el transitar; también puede verse como aquello que puede, o no ser obtenido.

Según el autor al intentar determinar cómo se entiende lo público/privado en términos de la accesibilidad/no accesibilidad, público es aquello que puede ser justificado apelando al orden dispuesto y privado es aquello que no tiene cabida, en el sentido de que no puede ser justificado por dicha disposición.

El autor, comenta que el vínculo entre lo público/privado y lo admisible/no admisible es, en cierto sentido, más difícil de establecer, por lo tanto, se tiene un elemento que permite establecer el vínculo entre las categorías y es una valoración con ocasión de un trasfondo cognitivo y moral.

En conclusión el autor, habla de una transformación conceptual que experimenta el ámbito de lo público/privado, ya que no son conceptos individuales, si no que cumplen como categorías que se asocian con ciertos elementos. Nos dice que para lograr una definición específica suele ser muy complicado debido a que estos conceptos pueden ser utilizados en distintos momentos.

Es de interés este texto ya que aborda distintas formas de cómo son entendidos los conceptos público y privado.

Otro de los artículos que revisé fue el titulado, *Público/ Privado* de Nora Rabotnikof que escribió en 1998. La autora en este texto habla del par conceptual “público-privado” que ha tenido una posición clave en el pensamiento político y social de occidente. La autora se centró en el estudio de conceptos esencialmente controversiales, que por lo tanto menciona que es necesario a clara la distinción entre público/privado ya que no es una sola si no que se conforma de una serie compleja de opciones. Según la autora su utilización en el contexto de vocabularios teóricos diferentes no solo a punta a fenómenos también diferentes sino que identifica problemas distintos.

En el artículo se señala de manera general tres sentidos tradicionales adheridos a la distinción público/privado o dicho de otro modo tres criterios

heterogéneos para el trazado de dicha distinción:

- a) El primer criterio para el trazado de la distinción es la referencia al colectivo o a la dimensión individual. Así, público alude a lo que es de interés o utilidad común a todos, lo que atañe al colectivo, lo que concierne a la comunidad, en oposición a lo privado, entendido como aquello que refiere a la utilidad e interés individuales.
- b) El segundo criterio refiere a la visibilidad vs el ocultamiento. Público designa aquí lo que es visible y se despliega a la luz del día con oposición a lo privado entendido como aquello que se sustrae a la mirada.
- c) El tercer criterio es el de la apertura-clausura. En este caso público designa lo que es accesible, abierto a todos, en oposición a lo privado, entendido como lo que se sustrae a la disposición de los otros. En este texto se explica también, que hay diferentes definiciones entre los concepto de lo público/ privado, se habla de que los dos están de alguna manera relacionados, pero que se refieren a conceptos distintos dependiendo el contexto donde se manejen (Rabotnikof, 1998:2).

La autora vincula en el texto como público a lo que tiene un interés o una utilidad común hacia cualquier persona, es lo que se conoce como lo colectivo, se representa a lo público con lo que es visible y se despliega a la luz de todas las personas, información que se permite esté al alcance de todos. Por otro lado, se menciona que lo privado tiene la utilidad de un interés que es meramente individual, o que representa sólo a un cierto número de personas y es entendido como aquello oculto que no se muestra a todos en general. En pocas palabras el tránsito de lo público a lo privado pasa de lo más exterior a lo más protegido. Es de interés este texto porque es importante conocer cómo han sido entendidos los conceptos en diferentes momentos de la historia.

Otro de los artículos que se revisó fue el titulado, *Imágenes e imaginarios en el espacio público virtual: apuntes para una agenda de investigación* de María Victoria Martín y Mariana L. Torres, que escribieron en el 2013, en el texto no se presenta el nombre de la universidad. Las autoras, en este artículo consideran como un tema de importancia la centralidad de las tecnologías digitales y su capacidad de producir y reproducir imaginarios en la sociedad contemporánea.

En ese mismo sentido el trabajo presenta algunas reflexiones para abordar la imagen en el espacio público virtual. Las autoras, expresan que al utilizar el espacio virtual los usuarios muestran fragmentos de sus vidas y construyen su identidad a partir de las redes digitales que admiten la convergencia de estos contenidos, y es por ello que consideran relevante la investigación que se genera alrededor de ellas.

Mencionan que lo público y lo privado no se puede pensar como un par separado y excluyente, ya que las transformaciones que se han dado en su representación desde la aparición de la imprenta han modificado la naturaleza de la esfera pública y por lo mismo también las nociones de público y privado.

Según las autoras, en este mismo contexto el pensamiento moderno puso en circulación un concepto de espacio público asociado a la idea de lo colectivo que tiene que ver con los seres humanos que se asocian en función de sus intereses comunes, sin que ninguno supere en importancia e intensidad al convivir.

En este mismo sentido se menciona que en la virtualidad el espacio se vincula a la organización material de las prácticas en tiempo compartido, la imagen se piensa como una imitación en la mente de lo que la vista le ofrece al intérprete.

Las autoras subrayan que una imagen sirve para facilitar el compartir experiencias y conocimiento no verbal en el ciberespacio ya que se generan cuestionamientos sobre la verosimilitud y veracidad.

Otro punto de este estudio es que Facebook es un espacio donde la imagen también tiene lugar preponderante, su mayor éxito ha sido emular los anuarios de las universidades estadounidenses en las que los estudiantes se presentaban con una foto de contacto.

Las autoras concluyen que la propagación y preferencia que adquirieron las imágenes en los entornos virtuales y la proliferación de dispositivos en la producción, distribución y consumo exigen que se replanteen algunas reflexiones en la agenda de esta investigación como los vínculos que se generan entre los sujetos y las imágenes en la virtualidad, la polisemia de las imágenes en el entorno virtual y por último el modo en que las imágenes configuran un imaginario acerca de lo “colectivo” en las redes. Este artículo es de interés para la investigación pues muestra la centralidad que tienen las tecnologías y que estas repercuten con el uso de imágenes en el espacio virtual pues se presentan fragmentos de la vida de los usuarios.

1.7.3 TRATAMIENTO PERIODÍSTICO

Tesis

Otra de las tesis que se revisó fue la de Carlos Arcila Calderón que escribió en 2005 en el Departamento de Comunicación Social de la Universidad de los Andes- Táchira, titulada; *Periodismo en línea: Nuevas prácticas de la comunicación en el entorno digital*. El problema que motivó esta investigación fue la práctica y la teoría periodística en el torno de nuevos esquemas comunicacionales, provocados por el surgimiento de las redes digitales. En este sentido el autor planteó distintos objetivos generales en la investigación: A) explorar las características del periodismo en línea, B) concebir una visión general

y la potencialidad del periodismo en el medio digital y C) conformar una revisión teórica/práctica/reflexiva sobre el ejercicio del periodismo en línea. Algunos de los objetivos específicos que se proyectaron fueron: 1) formular algunas apreciaciones teóricas en torno a la comunicación digital, 2) caracterizar el periodismo en línea, 3) describir los aspectos más resaltantes de la creación de contenidos periodísticos en las redes digitales. La metodología que se utilizó en la investigación fue un análisis cualitativo para plasmar los resultados de la búsqueda bibliohemerográfica, de la observación y análisis de medios, y de la reflexión y formulación de aspectos propios del tema, en una monografía con carácter enunciativo con la intención de servir como un espacio interactivo de cuestiones teóricas y prácticas sobre el complejo proceso periodístico en los nuevos medios. Este estudio es principalmente de tipo exploratorio o formulativo. Se dice que el objetivo central de la investigación es contribuir con el conocimiento del periodismo en línea como nuevo campo de acción para los comunicadores, intentando dar explicaciones sobre el contexto general en el que se desarrolla el periodismo en las redes y dilucidando algunas ideas sobre los cambios en las prácticas comunicacionales generadas por novedosas rutinas de producción, mediación e intercambio social.

En la investigación se hace una delimitación en sus definiciones:

Periodismo digital. Abarca los procesos de corte periodístico, entiéndase las rutinas y complejidades del proceso comunicacional, que se realiza con la tecnología informática y cuyo mensaje va a ser plasmado en su soporte digital.

Periodismo en línea. (Que conforma el objeto de estudio). Comprende los procesos periodísticos de corte digital, que utilizan tecnología informática y cuyo mensaje final puede sólo consultado con algún tipo de conexión entre dispositivos digitales. La idea de estar en línea brinda la opción de actualización constante y de fases interactivas de tipo real (como el chat y las respuestas de funciones remotas), lo que no podría ser posible – por ejemplo- en un trabajo periodístico

digital offline o fuera de línea. El soporte digital interconectado gracias a su almacenamiento de bites y a su capacidad de almacenamiento de bites y a su capacidad de transferencia remota, otorga al periodismo en línea características en torno a los cuales gira la construcción de la comunicación periodística en las redes: hipertexto, multimedia, interactividad, actualidad, servicios, personalización y contextualización.

Dentro de la investigación se señalan algunas características de los periódicos on line:

- Es digital
- De lectura no secuencial
- De ámbito mundial
- Es instantáneo
- Es actualizable
- Posee profundidad
- Es interactivo
- Tiene disponibilidad
- Es multimedia
- Es confiable
- Tiene servicios gratuitos
- Conlleva una nueva retórica

Se dice que independientemente del medio para el cual se realice el producto periodístico concreto, la esencia del comunicador social sigue siendo la misma: mediar: El periodista es un mediador de la realidad, es el encargado de digerir y manipular los datos para recrear los hechos, acontecimientos y opiniones; en Internet esto no cambia, sigue siendo un actor social importante que modifica las diferentes agendas, desde las individuales hasta las sociales.

Finalmente se menciona que los mediadores digitales, entre ellos los periodistas del nuevo medio, tienen la misión de adaptarse a nuevos procesos

comunicativos, que al principio no han tenido lineamientos claros, y de hacer de esos procesos instrumentos útiles para el desarrollo de la sociedad, contribuyendo a dar voz a quien no la tiene y a seguir siendo órganos controladores y vigilantes de los grandes poderes gubernamentales y económicos. Es de interés esta tesis porque presenta una problemática en los esquemas de comunicación provocado por las redes digitales. Es de interés para la investigación conocer cuáles son las características del periodismo en línea y como se lleva a cabo el mismo.

Artículos

Otro trabajo que revisé fue el titulado, *Periodismo e Internet: nuevo medio, vieja profesión*, del autor Jesús Canga Larequi, catedrático de periodismo, que escribió en 2001 en la Universidad del País Vasco, trata de una reflexión que hace el autor sobre los cambios que se están originando a partir de la conversión de Internet en un medio masivo de difusión de información periodística. En primer lugar, el autor, se enfoca en cómo los medios periodísticos tradicionales (prensa, radio y televisión) han tenido que variar su estrategia para a la aparición de un nuevo medio y competir en la red. En segundo lugar, define que los periodistas tienen que usar los elementos técnicos que tengan a su alcance sin olvidar que lo importante es comunicar la información independientemente del medio utilizado. Por último, el autor propone que los periodistas sean quienes introduzcan en la red los contenidos informativos de carácter periodístico, única forma de garantizar la calidad, objetividad, veracidad y credibilidad de la información.

Canga Larequi, menciona que el periodismo ha experimentado sucesivos cambios a lo largo de su historia. Cambios que afectan a la profesión y a los profesionales, cambios que la mayoría de las veces están relacionados con los avances tecnológicos. Los cambios afectan por igual a todos los medios y profesionales que trabajen en prensa, radio y televisión.

La reflexión de cómo afecta este cambio menciona el autor debe centrarse de manera fundamental en torno a cuatro puntos:

1. La prensa que, en un principio sólo busca un nuevo soporte de distribución, ha de adaptarse rápidamente a esta competencia entrando en la red con nuevos productos. La prensa y el nuevo medio, son complementarios.
2. Los ordenadores son herramientas para realizar el trabajo, no la esencia del trabajo. Por lo tanto, no hay que confundir “soporte” con “medio”.
3. La aparición del “nuevo medio” hace surgir nuevas “sinergias” informativas y laborales.
4. Los contenidos informativos de carácter periodístico deben ser introducidos en la red por periodistas, única forma de garantizar su calidad, objetividad, veracidad, etc. (Canga, 2001:2).

El autor menciona que el nuevo medio añade dos elementos que, aún buscados desde los inicios del periodismo impreso, no habían podido incorporarse a la profesión hasta ahora: la inmediatez y la disponibilidad de un espacio casi infinito para publicar informaciones. El autor, señala que en este medio cabe prácticamente toda la información que se quiera meter sin alterar los costos de producción ni preocuparse por el precio del papel.

El autor menciona que este medio no supone la desaparición de los medios ya existentes, sino la necesidad de complementarse. Subraya una opinión del editor de USA Today, el periódico de más tirada en estados Unidos, Thomas curley, que afirma, “la imprenta no ha muerto y el on line es aún un recién nacido, pero, si los cambios tecnológicos siguen a esta gran velocidad, pronto no habrá diarios, si no tan solo información” (Canga, 2001:2).

La evolución de internet hasta a hora se ha caracterizado por la sucesión de tres frases claramente diferenciadas desde su aparición:

1. La Red atrae por su capacidad de poder transmitir todo tipo de información de forma rápida y barata, como un nuevo canal de distribución.
2. Seducción económica
3. En la actualidad nos encontramos en el tercer estadio, “la adecuación de contenidos”. (Canga, 2001:2).

Según el autor, hasta este punto el profesional está obligado a dotarse de una buena preparación tecnológica que le permita responder al nuevo perfil de periodista que solicitan los medios electrónicos. En este mismo sentido se plantea que los públicos se están convirtiendo en elementos “activos” ya que pueden elegir contenidos.

En resumen de lo anterior el autor da su opinión diciendo que los propios profesionales son capaces de adaptar estas reflexiones al marco diario del trabajo y se podrá lograr que los “nuevos medios”, a los que ya debe quitárseles el adjetivo de “nuevos”, obtengan niveles de calidad que les permita atender satisfactoriamente la demanda cada vez más intensa de información veraz por parte de la sociedad en la que se vive. Los teóricos que se tomaron en cuenta para sustentar este artículo fueron: Ciberprensa, El medio de los diez mil nombres (Álvarez, 2000), Algo está cambiando (Bullón, 1999), diseñando el periodista digital (Gil, 1999), entre otros.

Es de interés este texto ya que se habla de los nuevos cambios que se han llevado a cabo a partir de Internet en el ámbito periodístico y también en la reacción que tienen los públicos. Es importante conocer estos cambios ya que es un punto central en la investigación.

Otro artículo que revisé fue el titulado, *Internet y la transformación del periodismo*, del autor Diego Peralta, escrito en 2008 de la Universidad Católica del

Perú, éste trata sobre que Internet no significa un soporte, si no que significa el final del periodismo tal y como se había estado trabajando hasta hace muy poco tiempo. Internet se presenta en la sociedad como el instante de virtualidad, donde el mundo se está transformando, asumiendo una nueva representación, en donde todo lo que dice el papel no es lo único oficial y verdadero. El autor menciona que hoy en día no se puede mantener un mismo tratamiento periodístico cuando los periodistas no trabajan en la escasez de información como lo hacían antes, sino en la superabundancia. El autor cuestiona qué se puede hacer si antes el periodista era el profesional privilegiado que tenía información exclusiva, y ahora, con esta herramienta, cualquier usuario tiene acceso a fuentes y noticias al instante. Los profesionales del periodismo se encuentran en un momento crítico debido a que en internet la información está dejando de ser jerarquizada por ellos, dando lugar a jerarquías nuevas como “lo más visto”, “lo más comentado” o la simple jerarquización cronológica. Si el periodista ya no categoriza las noticias, dónde queda la labor del editor. Todos estos son pruebas de que existe una transformación en la profesión. Internet actúa como proveedor de otros medios y distribuidor para el público, receptor y emisor de información y al mismo tiempo, es contenido, canal de difusión, etc.

El autor menciona que ante la transformación evidente hay que poner atención en la formación de nuevos profesionales, aun cuando las habilidades de su propia generación, le permite manejarse con mayor facilidad en el mundo de las nuevas formas y formatos del periodismo. Este artículo es de interés porque plantea que se está generando una transformación en la profesión del periodismo y esto implica modificaciones en todo sentido con respecto a la información y este tema está ligado con el tema central de la investigación.

El último artículo que se revisó fue el titulado: *El periodismo en el siglo de las redes sociales*, de la autora Eva Herrero Curiel, escrito en 2011 en la Universidad Carlos III Madrid España. Este artículo expone y analiza los cambios que las redes sociales han producido en la profesión periodística. El

cuestionamiento que hace el autor en la investigación es de qué manera están utilizando los periodistas los Social Media y por otro lado, cuáles pueden ser las claves para que estas nuevas herramientas digitales se conviertan en un recurso útil para el periodista del siglo XXI. Según la autora, las redes sociales han transformado el ecosistema mediático. La actualidad informativa pasa por un proceso en el cual el usuario es un creador, consumidor y distribuidor de contenidos. Las redes ya han ocupado un puesto importante en las redacciones periodísticas, pues es una nueva forma que tiene el periodista para rastrear cuál es la última hora de determinados temas o tomar el pulso sobre lo que interesa o no a los ciudadanos. Se menciona que se debe tener en cuenta que el derecho de la información es uno de los principios básicos de la constitución, cualquier mejora que se haga en pro de la calidad periodística directamente en los contenidos que llegan al ciudadano, clave fundamental de la cadena informativa.

Eva Herrero, explica que el periodista con esta nueva red social debe ser capaz de filtrar, comprobar y acreditar los nuevos contenidos que se genera en los Social Media y llevar a cabo un trabajo informativo complejo y eficaz, sin olvidar la veracidad y el rigor que debe desprenderse de cualquier noticia y que por otro lado las dificultades surgen cuando, ante la incertidumbre del nuevo entorno digital, el periodista ignora cómo tratar y usar plataformas sociales cayendo en una deficitaria utilización y un escaso tratamiento informativo del fenómeno.

Se enuncia que hoy en día la audiencia puede interactuar con los nuevos medios y el rastro que va dejando en la web a través de sus comentarios, búsquedas o publicaciones pasa a formar parte del contenido mediático. El usuario de Internet es un sujeto que ha pasado de recibir información a crearla y publicarla sin necesidad de ser periodista. Esta reconversión ha hecho que un público que consumía noticias de forma masiva, lo haga de una forma más selectiva y contando con una dosis de autonomía que le permite valorar, difundir o interactuar con la propia información.

La autora retomó un ejemplo de Europa, en el cual la agencia France en Press prohibió a sus periodistas que utilicen Facebook como fuente de información exclusiva, sin contrastar con otras, esta medida se menciona que se tomó ya que algunos medios publicaron fotos de Benazir Bhutto, recogidas en Facebook, que eran falsas.

También la autora menciona que uno de los diarios que han elaborado una guía sobre cómo deben trabajar los periodistas en las redes sociales es el The Washington Post, ya que es un medio de comunicación más y dado su uso cotidiano en el día a día, los periodistas deben aprender a usarlas como una herramienta valiosa para la recopilación y difusión de noticias.

Ante lo anterior, el autor menciona que es necesario establecer nuevos códigos periodísticos que sirvan al periodista de guía para poder trabajar con estas nuevas herramientas sin deteriorar, por ello, las exigencias de contrastación y comprobación que siempre han definido al buen periodismo.

La metodología que se utilizó fue a través primeramente de una revisión de la literatura más actual sobre las redes sociales y periodismo. Se elaboró un cuestionario en línea integrado por 14 ítems constituidos por preguntas cerradas que cambian preguntas de una sola respuesta y cuestiones de opción múltiple. Para la realización de la muestra se eligió la participación de 67 periodistas que trabajan en medios de comunicación, agencias, empresas privadas, como freelance o que no tenían trabajo. A partir de los resultados arrojados el autor expone que se podría pensar que los periodistas confían plenamente en las redes sociales a la hora de elaborar su trabajo periodístico. Sin embargo, las respuestas que tiene que ver con el nivel de credibilidad que los informadores dan a los social medias, más de la mitad de los periodistas, un 61% consideran que las informaciones que se encuentran en las redes sociales son menos fiables que las que aparecen en los medios tradicionales.

En conclusión los medios de comunicación están llevando a cabo diferentes estrategias para conseguir tener un lugar en las redes sociales, las cuales se están posicionando como un nuevo modelo de negocio que es necesario explorar. Este artículo es de interés porque se evidencian los cambios que está sufriendo la profesión periodística. Para esta investigación es de interés conocer los nuevos códigos periodísticos que se están desarrollando, como la selección de temas que se encuentran en las redes sociales como Facebook y se convierten en interés público.

CAPÍTULO II

LA HISTORIA DE LA PRIVACIDAD Y SU TRANSFORMACIÓN A PARTIR DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

En este apartado se encontrarán los antecedentes y desarrollo histórico que ha tenido el tema en cuestión. Para comprender de fondo el avance tecnológico que se ha llevado a cabo con el paso de los años se hablará primeramente sobre qué son las Nuevas Tecnologías de la Información (TIC's), para después discutir sobre el Internet y su facilidad para proporcionar el mayor volumen de información de manera inmediata, y así dar paso a las redes sociales pero en específico a Facebook.

2.1 LO PRIVADO / PÚBLICO EN LA HISTORIA

Para entender la dicotomía entre público y privado en la historia se recurre a Roger Chartier (2002) quien retoma a Philippe Ariés debido a que en 1983 propuso una doble definición de los conceptos. La primera hace hincapié en la oposición entre prácticas de la sociabilidad y formas de la intimidad. Se dice que esa perspectiva centra toda la historia de la vida privada en un cambio de sociabilidad; dicho de otro modo, en la sustitución de una sociabilidad anónima, la de la calle, el patio del palacio, la plaza, la comunidad, por una sociabilidad restringida que es confundida con la familia, o también con el propio individuo.

La segunda definición desplaza la tensión hacia el papel desempeñado por la construcción del Estado moderno, que no siempre era absolutista pero sí en todas partes administrativo y burocrático, en la emergencia y consolidación de espacios de vida que resisten al dominio estatal. Con esta perspectiva se dice que lo público es el Estado, el servicio al Estado, y, por

otro lado, lo privado correspondía a todo lo que sustraía el Estado (Chartier, 2002:63).

En este sentido:

Se trata de ligar dos evoluciones: la que desprivatiza lo público con la separación que se da entre la autoridad y la administración estatal y los intereses de los individuos, familias o clientelas; la que privatiza los espacios de la sociabilidad colectiva con la multiplicación de los lugares de una convivencia elegida y restringida, la conquista de la intimidad y el gusto por la soledad (Chartier, 2002:63).

La forma en cómo se articularon estos dos aspectos de la construcción de lo privado:

Uno es el de la contraposición del hombre de Estado y del particular, y el de las relaciones entre la esfera del Estado y lo que será en rigor un espacio doméstico. El otro es el de la sociabilidad, y el del paso de una sociabilidad anónima, en la que se confunden la noción de público y la de privado, a una sociabilidad fragmentada en la que aparecen sectores bien diferenciados: un residuo de sociabilidad anónima, un sector profesional y un sector, también privado, reducido a la vida doméstica (Chartier, 2002:63-64).

Entre la Edad Media y el siglo XIX, la definición de una manera nueva de concebir, vivir y preservar la existencia privada no corresponde a una evolución lineal, regular y unívoca, es una trayectoria compleja que, mediante rupturas o compromisos, dentro o fuera de la familia, contra la autoridad pública o gracias a ella, configura una esfera de existencia cuya definición es siempre plural y móvil” (Chartier, 2002:64).

La definición de público propuesta por Georges Duby (1983) quien inauguró el seminario *historia de la vida privada* dice que se entiende como una zona de inmunidad ofrecida al repliegue, al retiro. Es un lugar familiar, doméstico y también secreto. En lo privado se encuentra encerrado lo que se posee, lo más valioso, lo que solo pertenece a un individuo, lo que no concierne a nadie más, lo que no se

divulga, ni muestra, porque es algo diferente de las apariencias cuya salvaguarda pública exige el honor. En este mismo sentido Philippe Ariés (1983) ubica de manera más precisa lo privado en varios espacios sociales: las sociabilidades restringidas, el hogar familiar, los espacios de la intimidad o de la soledad.

Desde la perspectiva de Chartier dice que este estudio de lo privado respondió a dos evoluciones de las sociedades contemporáneas en el mundo occidental. Por un lado:

La democratización del acceso a la posibilidad de vida privada que caracterizó al siglo XX afianzó la idea de que los lugares y los gestos de la privacidad constituían un objeto legítimo de la curiosidad a propósito del pasado. Por otro lado, tanto la creciente intromisión del Estado en la existencia individual y familiar como el surgimiento de una sociedad de las muchedumbres, del consumo y del espectáculo generaron una especie de nostalgia por lo privado que hemos perdido (Chartier, 2002:65).

El autor hace un tipo de reflexión y dice que la historia de la vida privada tal como la concibieron los historiadores franceses se impuso como una “Vulgata” en Europa Occidental, pero que no fue ese el caso en América Latina, donde aparecieron tres historias de la privada en Uruguay, Brasil y Argentina, a partir respectivamente de 1996, 1997 y 1999. Se señala que los tres proyectos se refieren explícitamente al modelo francés, sin embargo rechazan la idea de un intento mimético e introducen diferencias en su designio que remiten tanto a la situación específica de cada uno de los tres países como a los cambios que afectaron a la escritura de la historia entre la mitad de los años ochenta y finales de los noventa (Chartier, 2002: 65).

La perspectiva que fue desarrollada por los historiadores uruguayos hace hincapié en ir más allá del dualismo de lo público/privado a partir de la búsqueda de la presencia de modelos y sistemas de autoridad en el interior mismo de la privacidad y del análisis de las prácticas domésticas convertidas en normas culturales (Chartier, 2002: 65).

Por su parte, el proyecto brasileño introduce un desafío aún más fuerte para las categorías europeas ya que insiste en dos rasgos específicos de la historia del país: por un lado, la larga dominación colonial, por otro, la prolongada existencia de la esclavitud (Chartier, 2002: 65).

La historia de la vida privada en Argentina, dice el autor que también rechaza un “evolucionismo simplificador” que identifica al proceso de privatización como un proceso bastante lineal, homogéneo y consentido que implicaba la destrucción de la comunidad y la emergencia sobre sus ruinas, por una parte, del Estado moderno, y por otra, del individuo y de los ámbitos familiares restringidos (Chartier, 2002: 65).

Chartier menciona que:

La incursión en América Latina nos obliga a abandonar el etnocentrismo que marca la historia de la vida privada publicada en París. Muestra que el modelo europeo del surgimiento de la privacidad no es el único y que, en cada situación, cambian las determinaciones que rigen tanto la frontera entre lo público y lo privado como las formas de la vida de los individuos (Chartier, 2002:66).

Se habla de una segunda reevaluación de dicotomía entre lo público y lo privado que se deriva de la obra de Reinhart Koselleck. Hasta las guerras de religión de la segunda mitad del siglo XVI la definición de lo público, entendido como el cuerpo místico y político del reino, abarca a los individuos que conforman la comunidad indivisible de los súbditos del príncipe, lugarteniente de Dios. En la edad moderna la palabra “individuo” era entendida como la división de una entidad cuyos elementos son inseparables.

Lo público, identificado con la autoridad del príncipe absoluto y gobernado por la lógica propia de la razón de Estado, produjo por diferencia de lo particular [...] El monarca es hombre, pero no puede salir del teatro público del ritual cortesano: A un rey no le falta nada sino las dulzuras de una vida

privada; sólo puede ser consolado de una pérdida tan grande por el encanto de la amistad, y la fidelidad de sus amigos (Chartier, 2002:67).

En el siglo XVIII, las nuevas formas de sociabilidad y particularmente las logias masónicas se erigieron en jueces morales, aplicando al Estado, de los criterios de juicios que él mismo había relegado a la esfera privada nacida de su confiscación de la *res publica*. “La libertad en secreto pasa a ser el secreto de la libertad. La moral de lo particular se transforma así en conciencia de la política, y lo privado se vuelve juez de lo público” (Chartier, 2002:67).

Durante este mismo siglo a partir del uso público de la razón por las personas privadas es que se construye el espacio político donde se despliega la práctica crítica que se apodera de las creencias, las doctrinas y las instituciones. El autor Chartier menciona que esta relación entre lo privado y lo público se puede definir de distintas maneras pero la definición más abstracta y filosófica encuentra su expresión en el texto de Kant *¿Qué es la ilustración?*, donde propone una distinción entre uso público y uso privado de la razón.

En efecto, el uso privado es el que un individuo puede hacer en su calidad de funcionario o, más precisamente, el que uno puede hacer en un puesto civil o en una función determinada que le ha sido encomendada. El uso privado de la razón se asocia así al ejercicio de un cargo o de un oficio. El ejercicio del entendimiento en tales circunstancias puede ser legítimamente refrenado en nombre de los fines públicos que garantizan la existencia misma de la comunidad lo que Kant denomina “la tranquilidad pública y la unidad de ser común (Chartier, 2002:68).

Es decir, la categoría de privado remite a la naturaleza de la comunidad en la que se hace uso del entendimiento.

En este sentido Kant en su texto propone una articulación inédita en la relación público/privado:

No sólo identificando el ejercicio público de la razón con los juicios emitidos y comunicados por las personas privadas que actúan como *maestros* o en calidad de experto, sino además, definiendo lo público como la esfera de lo universal, y lo privado como el dominio de los intereses particulares, domésticos aun cuando se trate de los de una iglesia o un Estado (Chartier, 2002:68).

Desde la perspectiva del autor y retomando el estudio que hace el filósofo Kant, lo público no es pensado a partir de las nuevas formas de sociabilidad del siglo por ejemplo (los clubes, los cafés, las logias masónicas, etcétera), sin duda porque éstas conservan algo de una reunión doméstica, asemejándose a una comunidad particular, separada. La única figura aceptable de lo universal es la comunicación escrita, que permite el intercambio con quienes están ausentes y crea un espacio autónomo de debate de ideas (Chartier, 2002).

Roger Chartier habla también sobre el uso que hizo el filósofo Jürgen Habermas de la referencia a Kant en su famoso libro, publicado en 1962, donde define la esfera pública burguesa, como la esfera en la que las personas privadas se reúnen en calidad de público. A diferencia del texto de Kant, Habermas hace hincapié en la importancia de la palabra viva, de la conversación, del debate.

Esta publicidad, que quita a las autoridades tradicionales (la corte, las academias, los pretextos) el monopolio de la evaluación de las producciones literarias o artísticas, amplía la comunidad crítica ya que incluye a todas las personas privadas a las que, como lectores, oyentes y espectadores, se les propone patrimonio e instrucción suficientes para enseñorearse del mercado de los objetos en discusión (Chartier, 2002:69).

La perspectiva de Habermas, menciona el autor más fiel que la de Kant a las definiciones clásicas de los términos privado y público, permite pensar la producción de los discursos públicos a partir de las prácticas privadas ubicadas en todas las formas de sociabilidad sustraídas al control del Estado, se trata, entonces, de la producción de lo particular gracias a la confiscación absolutista de

la *res publica* como el libro de Koselleck, sino de la producción de un nuevo público a partir de la socialización de las prácticas de lo privado.

2.2 LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC)

En el siglo XX, los primeros medios por los cuales se empezó a dar la comunicación y las primeras formas a partir de las cuales se transfería la información de una manera masiva fue por medio del teléfono, la televisión y la radio, medios representativos de las principales tecnologías de la información y la comunicación.

Las tecnologías de la información y la comunicación, son entendidas como el procedimiento en el cual se puede tener un almacenamiento y una transmisión de información, la transmisión de información puede ser desde una computadora o a partir de la comunicación inalámbrica. El internet forma parte del procesamiento de la información transmitida.

Las tecnologías de la información y la comunicación no son la salida a las respuestas de los individuos que utilizan estas nuevas tecnologías pero sí son un nuevo medio que ayudan a mejorar la vida de los usuarios ya que se facilita la transmisión de información de una manera inmediata.

La doctora María Elena Meneses (2010) explica en su tesis doctoral que “Las tecnologías de información, las TIC’s son entendidas como el conjunto convergente de tecnologías de la microelectrónica, la informática y las telecomunicaciones, permean a toda actividad productiva en la actualidad, ya que tienen una alta capacidad de penetración en todos los dominios y esferas de la vida contemporánea” (Meneses, 2010:9).

En este mismo sentido en el blogspot de “Las tecnologías de la

información y la comunicación” se dice que las TIC son aquellas tecnologías que permiten transmitir, procesar y difundir información de manera instantánea. Son consideradas la base para reducir la Brecha Digital sobre la que se tiene que construir una Sociedad de la Información y una Economía del Conocimiento. También se menciona que las TIC optimizan el manejo de la información y el desarrollo de la comunicación.

Consuelo Belloch Ortí (S/A) en su texto “Las Tecnologías de la Información y Comunicación” (T.I.C.) explica que las TIC se desarrollaron a partir de los avances científicos producidos en el ámbito de la informática y las telecomunicaciones. Las TIC son el conjunto de tecnologías que permiten el acceso, producción, tratamiento y comunicación de información presentada en diferentes códigos (texto, imagen, sonido,...) (Belloch, S/A: 1).

Javier Quiroz (2005) dice que hace algunos años la idea de avance tecnológico estaba ligada al futurismo y a la ciencia ficción, pero a partir del Siglo XXI se empezó a gestar la era de la información y digitalización, donde los avances y procesos tecnológicos permitieron una expansión en la información. Los protagonistas de este proceso son las llamadas redes virtuales que reflejan un mundo de conectividad e intercambio de información, que aparte de la flexibilidad de conexión es de un bajo costo, tienen un alcance amplio con respecto al espacio geográfico y al tiempo.

En el siglo XXI se presenta un nuevo paradigma de lo que es una sociedad, un modelo donde la información que es entendida como conocimiento acumulado de forma comunicable surge como la raíz del desarrollo económico, político y social. El proceso en el que se encuentra este modelo es visto como irreversible.

El avance tecnológico permite al ser humano tener un beneficio de datos, información y conocimiento en formas, modos, para con ello propiciar un

intercambio científico, cultural y social a escala mundial, pasando las barreras geográficas, las divisiones políticas y las de tiempo. Este avance es visto como una gran oportunidad histórica (Quiroz, 2005).

Los increíbles avances tecnológicos han hecho posible lo que hace apenas algunos años era considerado como ciencia-ficción. El mundo se ha *empequeñecido* virtualmente: ahora es posible compartir ideas, proyectos y resultados, por citar sólo algunos ejemplos, sin importar las distancias geográficas o los usos horarios. En consecuencia, las organizaciones se ven inmersas en un proceso continuo intentando anticipar, reaccionar y responder a un medio ambiente de cambio, duda y complejidad. Considerando el grado de interdependencia y diversidad a que se ha llegado en los tiempos actuales, tal mecánica es indispensable para garantizar un mínimo de condiciones de supervivencia (Quiroz, 2005: 82).

El elemento más representativo de las nuevas tecnologías es sin duda el ordenador y más específicamente, Internet. Como indica el autor Manuel Castells (2002), Internet supone un salto cualitativo de gran magnitud, cambiando y redefiniendo los modos de conocer y relacionarse del hombre.

2.3 INTERNET

Según Castells (2002), el antepasado más directo de Internet es ARPANET¹, fue creado en 1969. En este mismo año se logró el primer enlace de esta red, pero fue presentado ante el mundo en 1972, en ARPA, la oficina de proyectos avanzados de investigación del Departamento de Defensa del Gobierno de Estados Unidos. La razón por la cual se creó ARPANET fue la de facilitar la comunicación entre los distintos grupos universitarios de informática financiados

¹ ARPANET quiere decir “Advanced Research Projects Agency Network”

por el Departamento de Defensa. Este nuevo instrumento se volvió para sus inventores en un medio para realizar investigaciones por medio de la red.

Por lo tanto, el internet, es una tecnología diseñada por académicos que buscaban construir una red informática abierta de libre uso, con protocolos comunicables y con una estructura que permitiera añadir nodos sin cambiar la configuración básica del sistema. Internet, es una red global que tiene un poder de procesamiento de información y comunicación multidonal.

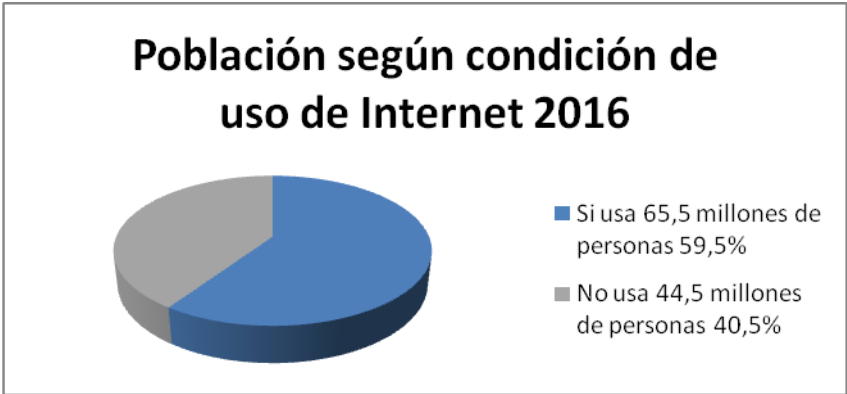
Para internet no existen las fronteras, por lo tanto establece una comunicación irrestricta entre todos sus nodos. Si existiera alguna censura en internet sería solamente la de no estar en la red. “Técnicamente, internet es una arquitectura de libertad” (Castells, 2002:5), aunque los usuarios pueden ser reprimidos y vigilados a partir de este medio, se dice que hay un control en la red global pero como no existe una legislación, este control de la red se desvanece.

María Elena Meneses (2010), explica que Internet es un conjunto de redes que se encuentran interconectadas donde actualmente existe el mayor volumen de información en la historia de la humanidad, la cual proviene de una gran diversidad de fuentes y su uso, además de reflejar una imperante desigualdad entre naciones y dentro de éstas, se ha convertido en una fuente fundamental tanto de productividad como de competitividad (Meneses, 2010).

Por otro lado, Raúl Tejo Delarbre (2009), dice, que sin haber alcanzado la propagación que tiene la televisión y la radio entre la mayoría de las sociedades y sin tener posiblemente todavía la influencia que conserva la prensa en el intercambio y ocasionalmente en la deliberación de y delante de las élites, a Internet se le puede reconocer como un medio de comunicación con rasgos específicos (Tejo, 2009).

Según, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en su análisis general sobre el acceso a Internet en los hogares y su uso por los individuos que realiza anualmente se menciona que en el año 2016 del mes de mayo, se registraron 65.5 millones de personas de seis años o más en el país usuarias de los servicios que ofrece Internet, estas cifras representan el 59.5 por ciento% de esta población, en este mismo sentido se muestra una tasa anual de crecimiento del 2.1 con respecto a 2015.

Gráfica 1



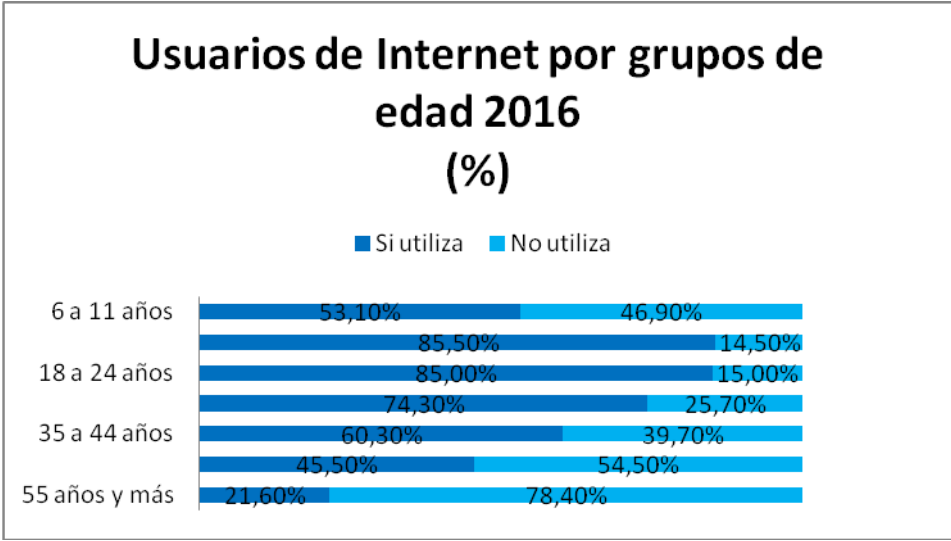
Fuente: INEGI, ENDUTIH 2016

Con relación al acceso a las tecnologías se mostró que es predominante entre los jóvenes del país, poco más de la mitad de la población de seis años o más se declaró usuaria de Internet, entre los individuos de 12 a los 24 años, las proporciones son superiores al 80 por ciento, es decir que entre los jóvenes es habitual el uso de Internet.

El acceso que tenían los niños de 6 a 11 años también era significativo revelando un 53.1 por ciento. En el análisis se señala que la cifra seguiría aumentando. Quienes entraban en el grupo de edad de 12 a 17 años la proporción alcanzaba el 85.5 por ciento, proporción semejante a la observada para individuos de entre 18 y 24 años (85.0 por ciento). Mientras que el grupo de los adultos jóvenes de 25 a 34 años tres de cada cuatro individuos declararon utilizar Internet (74.3 por ciento).

La gráfica 2 se señala que conforme aumenta la edad, decae el uso de Internet; para el grupo de 35 a 44 años, poco más de la mitad (60.3 por ciento) realiza alguna actividad en la red y la proporción disminuye al 45.5 por ciento entre los individuos de 45 a 54 años; solo el 21.6 por ciento de los adultos mayores de 54 años conoce y utiliza este recurso.

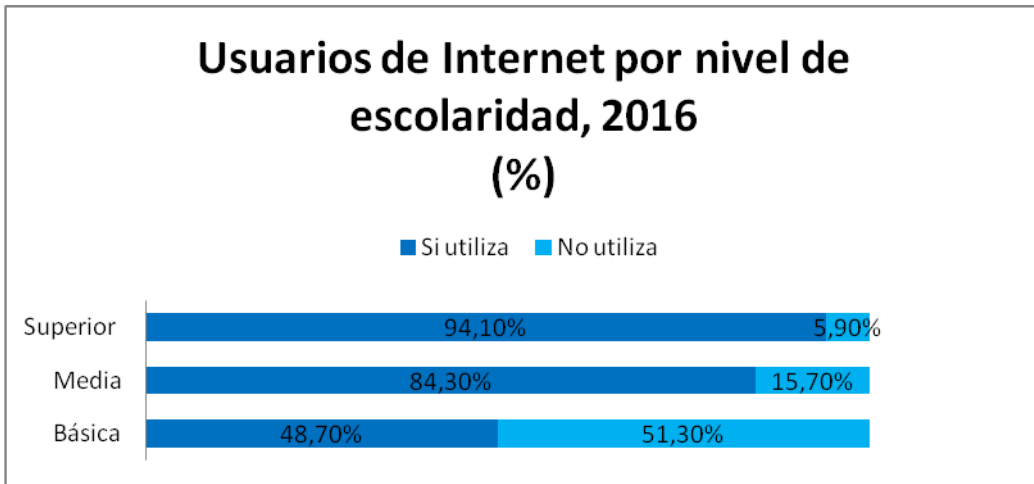
Gráfica 2



Fuente: INEGI, ENDUTIH 2016

En este mismo sentido el INEGI (2016) dice, que el acceso a Internet se encuentra asociado de manera importante con el nivel de estudios. De la población que cuenta con estudios de nivel superior como licenciatura y posgrado, nueve de cada diez ha incorporado el uso de Internet a sus actividades habituales; cuatro de cada cinco de los que cuentan con estudios de nivel superior ya sea prepa o un equivalente también lo hacían y con nivel básico (primaria o secundaria) resulta poco menos de la mitad (48.7 por ciento).

Gráfica 3



Nota: Excluye a la población sin escolaridad o que omitió indicar su nivel de escolaridad

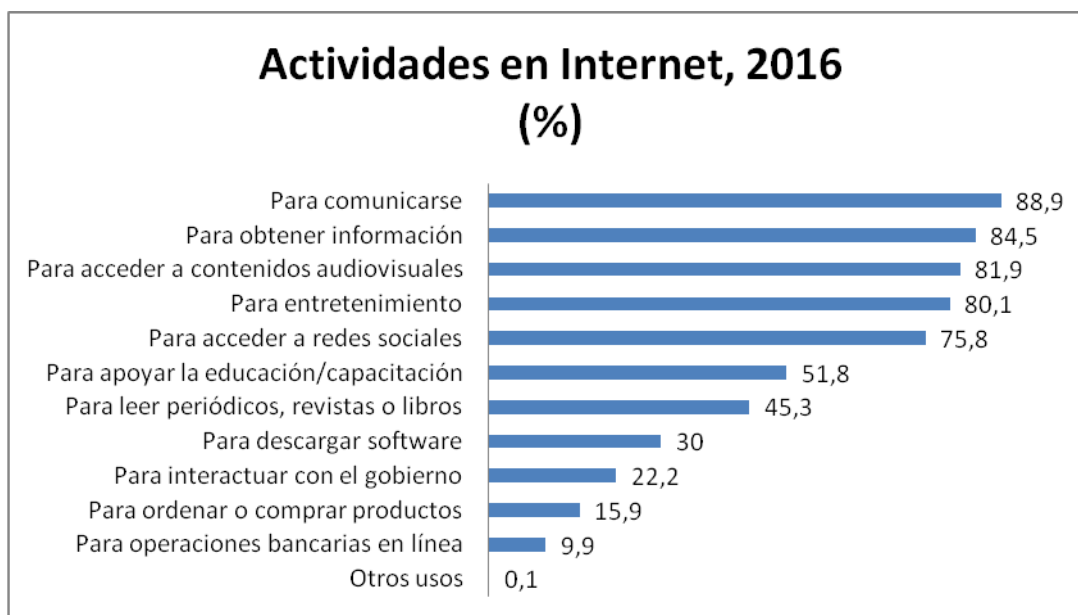
Fuente: INEGI, ENDUTIH 2016

De las principales actividades que se realizaron en Internet en el 2016, entre las tres más recurrentes se encuentra el uso como medio de comunicación (88.9 por ciento), buscar información (84.5 por ciento), seguida del consumo de contenidos audiovisuales (81.9 por ciento).

Para actividades de apoyo a la educación el porcentaje alcanza poco más de la mitad (51.8 por ciento), aunque se tiene en cuenta que una proporción importante de la población objeto de estudio ya no se encuentra en situación de asistencia a la escuela (71.1 por ciento).

También se destaca que la interacción con el gobierno (para realizar trámites, para consultar información, entre otras) es cada vez más recurrente y fue mencionada por el 22.2 por ciento de los internautas.

Gráfica 4



Fuente: INEGI, ENDUTIH 2016

Nota: Las categorías no son excluyentes, por lo que la suma de las proporciones no es el 100 por ciento.

En una época en la cual los sistemas de comunicación, veloces y cada vez más accesibles han producido una renovación constante en todos los órdenes de la vida, ya con el surgimiento del Internet y su progresiva difusión, el mundo entra a una nueva forma de interacción e información. “Internet se configura como un nuevo medio de comunicación, una herramienta de desarrollo económico y un espacio nuevo para la creatividad, la producción de conocimientos y la experimentación artística” (Fernández, 2008:86).

Internet, desafía las nociones establecidas de tiempo y espacio. Internet crea su propio espacio: el ciberespacio, un ámbito nuevo y virtual. En los últimos años se han experimentado y presentado profundas modificaciones en las formas de producir información y comunicarse. Estos cambios, han propiciado transformaciones en distintos niveles de la estructura y la organización social. En la última década del siglo XX se experimentó, gracias a la digitalización, un desarrollo interrumpido de plataformas y aplicaciones socio-técnicas destinadas a satisfacer nuevas demandas comunicacionales, asociadas al desarrollo de las

redes técnicas y web. Estas aplicaciones nacieron con el objetivo de cubrir necesidades de comunicación, entretenimiento, educación y trabajo en el marco de nuevas formas de organización sociocultural. Con la existencia de las plataformas se puede observar cómo se han transformado las maneras de comunicar, producir y relacionarse en la sociedad (Castro, 2013). Estas plataformas crecieron hasta convertirse en los espacios más grandes que existen en la sociedad actual. No hay otro espacio que articule simultáneamente a millones de personas (Trejo2015). “Las redes se convirtieron en uno de los espacios más importantes para sus usuarios que vieron cómo esas herramientas – que parecían tan inocentes, únicamente nacidas para la diversión- se iban convirtiendo en otras cosas. Por ejemplo, en grandes plataformas para hacerse escuchar” (Trejo, 2015:13). En ese sentido, las redes sociales dejaron de ser un mero espacio público de entretenimiento personal para convertirse en definidoras de la conversación y espacios valiosos de articulación para personas con afinidades.

Estos avances, evoluciones y desarrollos en el uso de internet, han presentado nuevas formas de comunicación. En las plataformas digitales se ha utilizado el texto como vínculo de expresión a partir de las salas de chat, los mensajes textos SMS de los celulares y las plataformas sincrónicas de las redes socio-técnicas como Hi5, Facebook, Twitter y Youtube (Castro, 2013).

2.4 REDES SOCIALES

Desde que el ser humano apareció las redes sociales existen ya que los humanos se han relacionado desde siempre formando grupos en los cuales la unión familiar, sentimental o laboral los une. “Existen todo tipo de vínculos sociales y por tanto, todo tipo de redes sociales” (Nicholas, 2010: 30). En una red social los individuos están interconectados y por lo mismo, tienen más de un tipo de relación. Las relaciones se pueden denominar como el conjunto de afinidades (los grafos sociales) donde los nodos (los actores/participantes) interactúan en torno a

un interés común.

Las redes sociales son creativas y lo que crean no pertenece a ningún individuo y lo comparten todos sus miembros. Una red social es como un bosque comunal: todos nos beneficiamos de él, pero todos hemos de asegurarnos de que siga estando sano y sea productivo. Esto significa que las redes sociales requieren cuidados: por parte de los individuos, de los grupos y de las instituciones (Nicholas, 2010: 44).

El que un grupo se reúna por un interés común hace que se forme una comunidad. Este tipo de relación se da de manera presente, donde los individuos tienen una interacción cara a cara, por mucho tiempo éste fue el medio por el cual los individuos se relacionaban. Pero por otro lado, no hace mucho tiempo que aparecieron las redes sociales en internet las cuales son aplicaciones web que favorecen el contacto de los individuos virtualmente. Es decir, que cuando uno habla de redes sociales en internet se habla de la relaciones entre sujetos que interactúan de forma virtual.

Las redes sociales se han convertido en espacios que se encuentran a la vanguardia de la sociedad, son capaces de aglutinar un gran número de usuarios. Las redes sociales son sitios o lugares en Internet que permiten a los usuarios conectarse con amigos o con otros usuarios de la red. El encuentro que se da en estos espacios es meramente virtual, dedicado a compartir contenidos e interactuar entre ellos creando, al mismo tiempo, comunidades virtuales que circulan en la red (Bonaño, 2015). Al hablar sobre cuál es el origen de las redes sociales afirma Bonaño que aún se encuentran lagunas informativas ya que al día de hoy, su origen es todavía un poco incierto. “Algunos analistas y autores defienden la idea de que éstas se originaron junto con el estallido de Internet en el año 2000 y otros por el contrario opinan que se originaron allá por el año 1995, cuando Randy Conrads creó el sitio web classmates.com” (Bonaño, 2015: 20).

La acelerada expansión de las redes sociales ha propiciado que cada vez estos espacios tengan más presencia en la vida diaria de los usuarios y que, al mismo tiempo, tengan más importancia para las personas como medio de expresión colectivo o individual. La tecnología que le ha dado vida a las redes sociales son espacios web que permiten a los individuos construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema limitado, articular una lista con otros usuarios con lo que se quiere compartir una conexión y atravesar su lista de contactos.

El primer sitio en cumplir con esas características fue *Sixdegrees.com*. Este sitio apareció en 1997, y permitía a los internautas crear perfiles elaborar listas de amigos para 1998 también ya se podía navegar a través de las mismas. La gran expansión de estos sitios empezó con la aparición de Friendster o Myspace en el año 2003. Actualmente existen demasiadas redes sociales en internet, algunas han superado los 50 millones de usuarios. El éxito de estos espacios virtuales hizo que muchas empresas crearan sus propias redes (Abuín, Vinader, 2011),

La variedad de redes sociales que existen es diversa a continuación se presentan aquellas consideradas como las más importantes del mundo.

Myspace: esta red fue fundada en 2003 por Tom Anderson, Chris DeWolfe un grupo de programadores. En julio del 2005 fue adquirida por la News Corporation de Rupert Murdoch por 580 millones de dólares, un precio que superaba en un 12 por ciento al de sus acciones en bolsa. Durante los primeros años de funcionamiento era la red social más utilizada por los internautas y una de las páginas más visitadas. En 2008 era el séptimo sitio de la red con mayor número de visitas en todo el mundo, en 2011 estaba situada en el puesto cuarenta del ranking (Abuín, Vinader, 2011).

LinkedIn: es un sitio web orientado a negocios. Fue fundado en diciembre de 2002 y lanzado en mayo de 2003. En 2008, tenía más de 25 millones de usuarios registrados. En 2010, LinkedIn ocupaba el puesto del ranking de las páginas más visitadas en el mundo (Bonaño, 2015).

Tagged: Esta red fue creada en 2004 por Greg Tseng y Johann Schleier-Smith. La cual permite a sus usuarios jugar, compartir información y sugerir amigos a sus contactos, era considerada como una de las páginas más vistas (Abuín, Vinader, 2011).

Ning: nació en 2005 de la mano de Marc Andreessen (fundador de Netscape y Opsware) y Gina Bianchini permitía a los usuarios crear sus propias redes y podían unirse y participar en otras (Abuín, Vinader, 2011)

Tuenti: fue creada en 2006 por Zaryn Dentzel, un estudiante estadounidense para target de jóvenes de entre 15 y 25 años de edad. Tuenti es un operador de telefonía móvil global y herramienta de comunicación de carácter social, fue la red social más popular en España entre los años 2009-2012. Esta red permite al usuario crear su propio perfil, añadir a otros usuarios como amigos e intercambiar mensajes, fotos, vídeos. Hasta el 14 de noviembre de 2011, la plataforma era privada y solo podía accederse por invitación, y desde 2009 tiene un requisito de edad mínima de 14 años (Bonaño, 2015).

Twitter: Esta plataforma fue fundada en 2006 por Jack Dorsey, Biz Stone y Evan Williams. Se trata de un espacio social basado en la filosofía del microblogging, su sede se encuentra en San Francisco, California. La red permite enviar mensajes de texto, pequeños fragmentos de información (tweets) que no pueden superar los 140 caracteres. Estos tweets se muestran en la página

principal del usuario. Los usuarios pueden, así mismo, suscribirse a los tuits de otros usuarios, “seguir”, y los usuarios abonados se les llama “seguidores” o “followers” (Bonaño, 2015).

YouTube: es un sitio web dónde los usuarios pueden subir y compartir videos. Fue creado por ex trabajadores de la empresa Paypal y desde 2006 pertenece a Google Inc. Es la web más utilizada en todo el mundo para todos los contenidos relacionados con el video, ya que, permite al usuario subir videos personales muy fácilmente y sus alcances pueden ser enlazados a otra web y a otro blog (Bonaño, 2015).

Google Plus/ Google+: es un servicio de red social operado por Google Inc. Este servicio fue puesto en funcionamiento el 28 de junio de 2011, está basado en HTML5. Los usuarios tienen que ser mayores de 13 años de edad, para crear sus propias cuentas (Bonaño, 2015).

Las redes se están consolidando como un ambiente notable de socialización, han convertido la web en un espacio más atractivo y participativo. Las redes sociales nos muestran que el mundo, ha empequeñecido en el sentido en que podemos recibir mensajes en cuestión de minutos. Si hay algo que caracteriza a las redes es su continua evolución y cambio. Actualmente Facebook es considerada la red líder en México y es una de las redes más populares en el mundo.

2.5 FACEBOOK

Esta red social surge en febrero del 2004, en la Universidad de Harvard, en Estados Unidos. Fue creada por Mark Zuckeberg y sus colaboradores Eduardo

Saverin asesor de negocios y Chris Hughes ejecutivo, que en ese tiempo eran estudiantes de la Universidad de Harvard. El nombre que se le dio a esta red social “Facebook” proviene de una antigua costumbre de la universidad, donde se publicaba cada año un libro en el cual aparecían todos los alumnos que pertenecían a la institución con el objetivo de que los estudiantes se conocieran mejor (Xantomila, 2011).

El creador de la red dice, que la idea de crear un espacio con las características de Facebook surgió a partir de pláticas con sus amigos en las que discutían que cada vez más la información estaba al alcance de las personas y que no tardaría mucho tiempo para que se diera un intercambio de información mayor y para que existiera un control en la información personal.

Aunque, se reconoce a Mark Zuckerberg como el creador de Facebook, se han generado muchas dudas respecto a que la idea de construir una red de este estilo fuera de él, ya que fue acusado por tres estudiantes miembros de la Universidad de Harvard de haberse robado su proyecto, puesto que ellos le habían pedido crear un sitio llamado Harvard Connections.com teniendo en cuenta que Marck era reconocido en la universidad por sus trabajos (Xantomila, 2011).

Facebook al principio fue diseñado sólo para estudiantes de la Universidad de Harvard para que se mantuviera una comunicación entre cada uno de los estudiantes, esta red comenzó con 6 mil estudiantes de esa universidad, pero después se fue diversificando ya que Marck Zuckerberg se dio cuenta de que Facebook era una aplicación que todos los jóvenes querían ocupar por lo cual permitió y amplió el acceso a otros usuarios con el requisito de que pertenecieran a alguna universidad de Estados Unidos (Xantomila, 2011).

Para el año 2004 la empresa Facebook se instaló en Palo Alto, California, en el primer año alcanzó el millón de usuarios, sin embargo fue hasta el año 2006 que la red social se abrió para estudiantes de distintas universidades,

profesionales y cualquier persona que tuviera una cuenta de correo electrónico registrada. Facebook finalmente después de empezar siendo una red virtual local y para estudiantes se volvió en un servicio global para cualquier cibernauta (Xantomila, 2011).

Actualmente la red social tiene registrados a millones de usuarios en todo el mundo. En el ranking de países por cantidad de usuarios en Facebook se encuentra en primer lugar Estados Unidos con 199 millones de usuarios de los cuales 54.27 por ciento son mujeres y 45.73 por ciento son hombres; en segundo lugar, está la India con 154 millones de usuarios de los cuales 24.03 por ciento son mujeres y 75.32 por ciento son hombres; en tercer lugar está Brasil con 111 millones de usuarios de los cuales 54.05 por ciento son mujeres y 45.95 por ciento son hombres, en cuarto lugar está Indonesia con 89 millones de usuarios de los cuales 41.57 por ciento son mujeres y 58.43 por ciento son hombres. México se encuentra en el quinto lugar con un registro de 69 millones de usuarios de los cuales el 49.28 por ciento son mujeres y el 49.28 por ciento son hombres. El rango promedio del usuario mexicano en Facebook es de 18- 29 años, equivalente de la cantidad total.

Es por lo anterior que el surgimiento de la red social Facebook es un punto importante de análisis, ya que se ha implementado como una herramienta básica en la vida de las personas. Así, Facebook es considerado como medio de comunicación en el cual la información que se presenta es inmediata y es una línea muy confusa al intentar clasificarla como pública o privada.

En la actualidad Facebook tiene un papel fundamental en el desarrollo de la sociedad y en las representaciones sociales que se dan en la misma porque se utiliza como un medio por el cual se da una comunicación inmediata entre individuos y a partir de lo que se comparte se formulan comentarios. Se considera como un medio de comunicación inmediato y eficaz, que por lo tanto ayuda a que exista una relación simultánea entre distintos individuos o grupos sociales. Como

bien dice en la página de inicio de Facebook “te ayuda a comunicarte y compartir con las personas que forman parte de tu vida.

Según, la Asociación Mexicana de Internet (AMPICI, 2016), en México en el 2016 acceder a redes sociales era considerada como una actividad importante ya que el 83 por ciento de los internautas se conectaban desde un dispositivo móvil.

Facebook se mantiene como la principal red social en México aunque ha habido un gran crecimiento en el uso de las redes sociales algunas de las cinco más usadas Facebook, WhatsApp, YouTube, Twitter e Instagram.

Gráfica 5



Fuente: Asociación Mexicana de Internet (AMPICI).

En este mismo sentido la AMPICI en su análisis del 2016 presenta, que el acceso a redes sociales sigue siendo la principal actividad online, por encima de enviar o recibir mails mostrando una penetración del 79 por ciento. La red de referencia en México sigue siendo Facebook con un 92 por ciento, seguida de Whats App que es usada por 8 de cada 10 internautas. You Tube, Twitter y Google+ son tres redes con un nivel de penetración parecido (igual que en 2015) pero con menos seguidores que la red líder. En promedio los internautas están inscritos por lo menos a 5 Redes Sociales.

Gráfica 6

Redes sociales utilizadas



Fuente: Asociación Mexicana de Internet (AMPICI), 2016.

2.5.1 FACEBOOK Y PRIVACIDAD

La privacidad es un tema que en los últimos años ha sido de gran interés debido a la preocupación de los usuarios de las redes sociales por conocer qué ocurre con sus datos personales que proporcionan para pertenecer a estas redes. En ese sentido se revisó la evolución de la privacidad que se ha dado con el paso de los años, a partir de las políticas de Facebook y las leyes por las que se rige, conociendo los posibles riesgos que se producen en las redes sociales.

La gran evolución que ha tenido Facebook durante estos años ha hecho que esta red cuente con millones de usuarios y que las cifras aumenten velozmente. Facebook desde sus inicios ha tenido problemas con relación a los candados de privacidad, estos en parte han sido por los cambios que se han ido presentando por la participación de distintas aplicaciones (Fernández, 2011).

Se dice que los usuarios que conforman esta red siempre han tenido dudas acerca del verdadero interés que tiene Facebook en relación con el tratamiento de los datos de carácter personal. Desde el primer día en que se decide formar parte de

la red social se están compartiendo datos personales valiosos. La privacidad en las redes sociales es un tema que no se ha tratado a fondo en varias partes del mundo principalmente porque se trata de un fenómeno relativamente nuevo.

- **Principios de Facebook**

Carlos Fernández (2011) menciona que esta red social se basa sobre una serie de principios que definen los valores por los que fue creada y puntualiza que Facebook promueve la sinceridad y la transparencia ofreciendo a los usuarios un medio para comunicarse y compartir. Señala también que los diez pilares sobre los cuales se asienta Facebook deben adaptarse a las distintas leyes de los países donde se encuentre.

1. **Libertad para compartir y conectarse:** este es el principio básico por el que se creó Facebook. Conseguir que cualquier persona se comunicara con amigos compartiendo toda la información deseada.
2. **Propiedad y control de la información:** según establece Facebook las personas deben ser propietarios de su información, compartirla y retirarla de Facebook. Las personas deben tener libertad para decidir con quién compartir su información y para establecer los controles de privacidad que protejan sus decisiones.
3. **Flujo libre de la información:** en teoría toda persona puede tener total libertad para acceder a la información que los otros usuarios pongan a su disposición, siempre que no se haya configurado de otra forma.
4. **Igualdad fundamental:** todas las personas que están registradas en Facebook serán consideradas por igual independientemente de si se trate de un individuo, anunciante u otra entidad.
5. **Valor social:** cada persona creará su propia identidad con una absoluta libertad.
6. **Plataformas y estándares abiertos:** todos los usuarios deben estar provistos de herramientas que les permitan el acceso a la información que Facebook pone a su disposición.

7. **Servicio fundamental:** el servicio que presta Facebook es gratuito con el fin de que cualquier persona puede registrarse, conectarse con otros usuarios y compartir información.
8. **Bienestar común:** Facebook recoge que los derechos y responsabilidades de Facebook y de las personas que lo utilizan deben describirse en una declaración de derechos y responsabilidades, que tienen que ser coherentes con estos principios.
9. **Proceso transparente:** con el deber de ser un medio transparente, Facebook hará público cuáles son sus propósitos, planes y políticas de operación.
10. **Un mundo:** Facebook se ha creado con el objetivo de que todas las personas puedan estar comunicadas entre sí. Por ello, Facebook pretende romper las barreras nacionales y geográficas y estar a disposición de todo el mundo (Fernández, 2011).

Por lo tanto, lo que se destaca de estos pilares principales de Facebook es que a la hora en que se ponen en práctica, algunos de ellos o no se cumplen o se cumplen a medias, un ejemplo sería decir que un usuario no tiene total libertad en el manejo de su información, ya que cuando desea quitar contenido de su perfil, aunque desaparezca de la vista pública, las copias de seguridad que Facebook realiza siempre mantendrán esa información que aparentemente ha sido eliminada. También se debe de recordar que no siempre se ha actuado de manera transparente por parte de la empresa puesto que ha ocurrido que en ocasiones Facebook ha hecho pruebas de diseño y desarrollo de nuevas aplicaciones de las cuales no ha informado a los usuarios previamente (Fernández, 2011).

- ***El derecho a la privacidad en Facebook***

Intimidad y privacidad

En algunas naciones se ha problematizado la noción de privacidad e intimidad en sus leyes. Por ejemplo, en el caso de España, el origen del término privacidad se

halla en la palabra anglosajona *privacy* y ha sido reconocido como derecho en el ordenamiento jurídico norteamericano.

Por otro lado, en los Estados Unidos de América el *right to privacy* o derecho a la privacidad fue desarrollado por primera vez en un conocido artículo jurídico de 1890 realizado por Warren Brandeis y considerado por el juez Cooley como el derecho a ser dejado solo, a ser dejado en paz, como “The right to be alone”. Debido al citado artículo se fue reconociendo el derecho en el sistema norteamericano, incorporando principios como la inviolabilidad del domicilio, la correspondencia o, más recientemente las telecomunicaciones (Fernández, 2011:49).

Si se realizara una traducción al castellano de la palabra *privacy* se dice que esta hace referencia al concepto intimidad, pero que su significado de esta palabra se refiere a algo distinto a intimidad, pues el derecho a la intimidad es entendido inicialmente por doctrina y jurisprudencia como un bien ordenado a la protección de lo más interno y reservado de las personas.

La regulación española de estos temas se inicia con la constitución de 1978. El artículo 18 de la Constitución Española se ordena a la protección de distintos bienes de la personalidad siendo su objeto garantizar una esfera de libertad individual que protege por un lado la vida privada de las personas y les otorga, de otras facultades que permiten ejercer un control material sobre el tratamiento de su información personal. Las tecnologías de la información no solo se proyectan sobre el último derecho citado, si no que afecta también a la conformación constitucional de las categorías.

La **intimidad** es, de estos dos conceptos, el que tiene un alcance menor. Es decir, el derecho a la intimidad protege la parte más íntima de una persona, esto es, esa esfera personal que define qué es y qué no es privado. Dicho de otra forma, hablar de intimidad es hablar de sentimientos, de creencias (políticas, religiosas), pensamientos o de una información –como la clínica o la relativa a la vida sexual- cuya difusión puede producir ciertas

reservas al individuo. Se trata en definitiva de aquellos datos que bajo ninguna circunstancia proporcionarían un individuo de manera libre y consciente. Partiendo de este punto, nacen derechos como la inviolabilidad de las comunicaciones o el derecho a la propia imagen; ambos muy relacionados con la parte más privada de la psicología del individuo (Fernández, :51).

La **privacidad**, sin embargo, es un término más amplio: se refiere a aquella parte del individuo que va más allá de lo íntimo, esto es, información que tomada por sí misma puede no ser considerada como relevante, pero que si es analizada en un momento o contexto específico pueden llevar a la construcción de un perfil muy fiable del individuo. Es decir, por sí solos algunos datos no tienen excesivo valor pero tomados en un conjunto, en un ambiente determinado, pueden referirnos a los gustos de un individuo, de sus preocupaciones o necesidades. En cualquier caso, sin llegar a esa zona reservada que define la intimidad (Fernández, 2011).

“Los asuntos íntimos son privados, pero no todos los asuntos privados son íntimos. Hecha esta distinción, es el momento en el que entra en juego el derecho a la protección de datos de carácter personal” (Fernández, :51).

- **Las opciones para configurar la privacidad en Facebook**

Fernández (2011) dice que habitualmente las plataformas de redes sociales se configuran en tres niveles de privacidad: amigos, que sería el primer grado de relación; amigos de amigos, el segundo grado de relación y toda la red, es decir, interactúan con todos los miembros de la red, independientemente de la relación que exista. Facebook siempre ha expuesto que tiene una política de privacidad bastante rigurosa. Lo que la mayor parte de sus usuarios no conocen, es que si no configuran correctamente la privacidad, ésta queda predeterminada en el nivel más bajo, o lo que es lo mismo, que cualquier usuario pueda ver perfectamente todos los datos que se comparten.

La privacidad en Facebook desde el inicio ha sido un tema de continuo debate. De hecho, desde que la red apareció han sido varias las veces que se ha cambiado los candados con el objetivo de que los usuarios puedan configurar a su gusto quién puede acceder a sus datos personales y quién no.

- **Los riesgos y peligros de la privacidad en Facebook**

Desde el momento en que una persona se registra en una red social se encuentra con la posibilidad de sufrir una serie de riesgos que pueden surgir en distintos periodos uno sería mientras se hace el registro y otro cuando se da de baja de la red. El autor Carlos Fernández (2011) menciona que se recomienda que los usuarios valoren siempre qué tipo de datos proporcionan a la plataforma y publican en su perfil, ya que los datos no tienen la misma trascendencia por parte de la plataforma por ejemplo los de carácter personal (nombre, dirección, teléfono, etcétera), que otras informaciones de contenido más sensibles (nivel de renta, solvencia, recibos, afiliación sindical o política, salud, vida sexual, etcétera), donde el nivel de protección y concienciación por parte del usuario deberá ser mucho mayor, dado que se trata de derechos pertenecientes a la esfera más íntima de su vida (Fernández,2011).

En este sentido entonces el registrarse en la red social es el primer momento en el que se corre un riesgo con la protección de los datos, es decir, es en la fase inicial de registro debido a que en ese momento debes añadir toda la información personal necesaria para poder operar la red social.

Es decir, en ese momento, los datos se pueden ver sometidos a varios riesgos como los siguientes:

- Que los datos que te pidan para ingresar a la red sean excesivos.
- Que el grado de publicidad del perfil de usuario sea demasiado elevado: para mantener los datos a salvo. Por lo tanto, se debe realizar una adecuada configuración de la privacidad.
- Que la información sea relativa a la política de privacidad.

- Ausencia de mecanismos para controlar la edad mínima para registrarse: en Facebook la edad mínima para poder registrarse es de 13 años, aunque en España la edad es de 14 años, aunque no hay una manera clara de controlar el acceso, debido a que cuando una persona añade sus datos puede mentir sin que Facebook se dé cuenta (Fernández, 2011).

Con respecto al desarrollo de la actividad del usuario en la red y los aspectos que pueden poner en riesgo la seguridad y protección de datos personales de los usuarios son los siguientes:

- La publicación excesiva de información personal (propia o de terceros) y la falta de control que hay sobre lo que se publica.
- El uso de cookies sin permiso del usuario: a menudo utilizan este tipo de ficheros que tienen la posibilidad de almacenar determinada información sobre el usuario y su tipo de navegación a través de un sitio web.
- Perfil indizado de manera automática por los buscadores de internet: algunas redes sociales permiten por defecto que los perfiles de los usuarios sean indexados por los motores de búsqueda de forma pública en la Red (Fernández, 2011).

También una de las etapas críticas para la protección de datos personales se sitúa en la fase en que el usuario pretende darse de baja del servicio, aquí se señala que se deberían considerar los siguientes problemas:

- La imposibilidad de realizar la baja efectiva del servicio: darse de baja en una red es una tarea difícil.
- La conversación de datos y el cumplimiento de calidad de los datos: las redes mantienen los datos generados por los usuarios con vistas publicitarias, ya que les sirven como herramienta a través de las cuales ofrecer un servicio más personal ya que conocen las preferencias y perfiles de los usuarios (Fernández, 2011).

Finalmente como conclusión se debe señalar que sobre la importancia de la información privada existe un problema derivado de la falta de toma de conciencia real por parte de los usuarios debido a que sus datos pueden ser accesibles por cualquier persona. Siempre se debe estar consciente de que la información que se publica en los medios sociales puede ser difundida o accedida por otros, por lo que se recomienda hacer uso de las distintas configuraciones existentes que manejan las redes sociales y delimitar a qué se puede tener acceso y por parte de quiénes. Al final, depende de cada persona el cuidado que le dé a la información que publica.

2.5.2 INFORMACIÓN PÚBLICA Y PRIVADA EN MÉXICO

Alejandra Lagunes Soto (2015) dice que actualmente, la mayoría de los países reconocen que los sistemas democráticos se deben basar en leyes e instituciones ya que esos marcos legales sientan las bases para la convivencia pacífica y ordenada en sociedad. En materia de información pública y privada, en México el artículo 6° Constitucional señala que:

La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna adquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley. El derecho a la información será garantizado por el Estado.

Se indica que para el ejercicio del derecho de acceso a la información, la Federación, los Estados y el Distrito Federal, en el ámbito de sus respectivas competencias, se rigen por distintos principios y bases los que se anuncian en seguida son los que tienen relación con esta investigación:

- I. Toda la información en posesión de cualquier autoridad, entidad, órgano y organismo federal, estatal y municipal, es pública y sólo podrá ser reservada temporalmente por razones de interés público en los términos

que fijen las leyes. En la interpretación de este derecho deberá prevalecer el principio de máxima publicidad.

II. La información que se refiere a la vida privada y los datos personales será protegida en los términos y con las excepciones que fijen las leyes.

III. Toda persona, sin necesidad de acreditar interés alguno o justificar su utilización, tendrá acceso gratuito a la información pública, a sus datos personales o a la rectificación de éstos.

En este mismo sentido, en el artículo 7° se reconoce que es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores o impresores, no coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. En ningún caso podrá secuestrarse la imprenta como instrumento del delito.

Las leyes orgánicas dictarán cuantas disposiciones sean necesarias para evitar que so pretexto de las denuncias por delitos de prensa, sean encarcelados los expendedores, “papeleros”, operarios y demás empleados del establecimiento de donde haya salido el escrito denunciado, a menos que se demuestre previamente la responsabilidad de aquellos.

En el artículo 16, se menciona que nadie puede ser molestado en su persona, familia, domicilio, papeles o posesiones, sino en virtud de mandamiento escrito de la autoridad competente, que funde y motive la causa legal del procedimiento.

Toda persona tiene derecho a la protección de sus datos personales, al acceso, rectificación y cancelación de los mismos, así como a manifestar su oposición, en los términos que fije la ley, la cual establecerá los supuestos de

excepción a los principios que rijan el tratamiento de datos, por razones de seguridad nacional, disposiciones de orden público, seguridad y salud pública o para proteger los derechos de terceros.

También se revisó que se menciona sobre la información pública y privada en la página del *Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI)* y se plantea que cuando se habla de datos personales se refieren a toda aquella información relativa a una persona que la identifica o la hace identificable. Es decir, que le dan identidad, la describen, precisan su origen, edad, lugar de residencia, trayectoria académica, laboral, o profesional. Pero también, describen aspectos más sensibles o delicados, como su forma de pensar, estado de salud, sus características físicas, ideología o vida sexual, entre otros aspectos.

Respecto a los datos personales, se dice que son necesarios para que una persona pueda interactuar con otras o con una o más organizaciones sin que sea confundida con el resto de la colectividad y para que pueda cumplir con lo que disponen las leyes. Asimismo, hacen posible la generación de flujos de información que redundan en crecimiento económico y el mejoramiento de bienes y servicios.

Sobre las nuevas tecnologías se menciona que el uso extensivo de las tecnologías de la información y las telecomunicaciones ha permitido que en muchas ocasiones, los datos personales sean tratados para fines distintos para los que originalmente fueron recabados, así como transmitidos sin el conocimiento del titular, rebasando la esfera de privacidad de las personas y lesionando en ocasiones, otros derechos y libertades.

Se menciona que en México, el reconocimiento al derecho de protección de datos personales tuvo un proceso paulatino ya que desde el año 2000 se promovieron diversos proyectos legislativos sin que ninguno fructificara. En 2007,

el Congreso de la Unión aprueba una reforma al artículo 6º constitucional en el que establece la protección a los datos personales y la información relativa a la vida privada, así como el derecho de acceder y corregir sus datos que obren en archivos públicos (INAI, 2016).

Pero es hasta el año siguiente, con la aprobación de las reformas a los artículos 16 y 73 que se introduce al más alto nivel de nuestra Constitución, el derecho de toda persona a la protección de su información. Lo anterior reviste gran relevancia en virtud de que los datos personales se encuentran en manos tanto de gobiernos como de particulares (empresas, organizaciones y profesionistas) (INAI, 2016).

2.5.3 LA PROTECCIÓN JURÍDICA EN MÉXICO DE LA INFORMACIÓN PERSONAL

Según Navarro, los datos personales forman parte de la propia personalidad que caracteriza a todo individuo. El nombre el apellido, la edad, el domicilio, el estado civil, la religión, las propiedades, es parte de la imagen como personas. Señala que estos datos tienen tal importancia que en ocasiones las personas los necesitan para adaptarse a un grupo social (Navarro, S/N).

Sin embargo, no es un secreto que en México actualmente tales datos personales se encuentran capturados en innumerables registros informatizados; algunos ejemplos son: las tiendas de pizzas, los centros comerciales, los hospitales, los bancos y las tarjetas de crédito, el registro federal, el registro público de la propiedad, el registro federal de contribuyentes y el registro nacional de población (Navarro, S/N).

Navarro dice que en el país existen disposiciones dispersas que podrían ser utilizadas para proteger la información personal que va desde los mismos códigos

civiles y penales, pasando por normas de carácter administrativo, y que hay quién haciendo interpretaciones extensivas afirman que la Constitución Federal contiene normas que protegen la información personal considerándola parte de las garantías individuales (Navarro, S/N).

Sin embargo, señala que lo cierto es que en México la ley que protege la información personal contenida en los archivos públicos informatizados que poseen las dependencias, organismos públicos autónomos y poderes del estado, es la llamada Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental publicada en el año 2000 (Navarro, S/N:16).

Navarro dice que las entidades federativas siguiendo esta tendencia, han promulgado leyes sobre el particular que protege los datos personales que poseen las instituciones citadas en el ámbito local, menciona que sólo 21 entidades federativas han aprobado leyes sobre el particular, siendo estas: Aguascalientes, Coahuila, Colima, Distrito Federal, Durango, Estado de México, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nuevo León, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Veracruz, Yucatán, Nayarit y zacatecas (Navarro, S/N:16).

Sin embargo, puntualiza que ni la ley federal, ni las leyes locales brindan protección a los datos personales contenidos en archivos informatizados de tipo privado, salvo el caso de Colima que cuenta con una ley de protección de datos personales.

La iniciativa de la Ley Federal de Protección de los datos Personales, la cual fue abordada por el Senado y se encuentra en análisis por parte de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión.

Esta Ley establece como sus objetivos: proteger los derechos a la dignidad, el honor y la intimidad de las personas mediante la regulación del tratamiento automatizado de los datos personales, ya la regulación del derecho de acceso a la información que corresponde a todo interesado, salvo en los casos de interés público (Navarro, S/N: 17).

El autor Navarro en sus conclusiones dice que:

En México la protección a la información personal no ha sido brindada convenientemente, si bien diversas leyes como los códigos civiles o penales y disposiciones administrativas dan alguna protección, no es sino hasta a la aparición de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental y las correspondientes en los estados de la República, que se regula de manera más conveniente este fenómeno. Sin embargo, esta protección no ha sido suficiente, en virtud de que no se protegen los datos que obran en archivos o ficheros informatizados de tipo privado, los cuales ya proliferan en el país y que en muchas ocasiones contienen información de la llamada sensible que puede afectar la honra, honor, intimidad o causar graves perjuicios en el desarrollo de las actividades cotidianas de los individuos (Navarro, S/N: 20).

2.5.4 DERECHO A LA PRIVACIDAD EN LAS REDES SOCIALES

Los medios sociales han tenido un impacto importante en la esfera de los derechos humanos. Se han convertido en instrumentos poderosos para ejercer la libertad de expresión e incluso plataformas para promover el activismo en determinados temas de justicia social. Sin embargo, a través de las redes sociales en línea se han generado invasiones importantes al derecho a la privacidad, que han sido capaces de lesionar la dignidad de los individuos (García, S/A: 2).

Cada vez son más los individuos que eligen las redes sociales en línea como un medio efectivo para comunicarse con la sociedad, pues de los 65 millones de usuarios activos de internet, se estima que el 64.1 % dedicada un

tiempo determinado a organizar su página personal, mientras que el 71 % ha visitado por lo menos una vez el perfil de un amigo. En México, alrededor de 3.1 millones de cibernautas manejan una página personal dentro de una de las tantas redes sociales en línea con presencia en el territorio mexicano. Esta cifra resulta demasiado baja si se compara con los millones de usuarios que existen en otros países: Estados Unidos de América, 57.8m; China, 111.8m; Japón, 10.2m, Brasil, 15.6m; Corea del Sur, 11.9m; Malasia, 8.4m; y Perú, 5.3m, por tan sólo mencionar algunos (García, S/A: 5).

El derecho a la privacidad es el derecho que todo individuo tiene a separar aspectos de su vida privada del escrutinio público. Si bien este derecho no fue reconocido como tal por la constitución de 1917, el artículo 16 constitucional prescribe ciertas protecciones aisladas sobre aspectos relacionados con la privacidad, como lo es el hecho de que nadie puede ser molestado en su persona, familia, domicilio, papeles o posesiones sino en virtud de una orden escrita firmada por autoridad competente. Ni la jurisprudencia, ni la doctrina mexicana han acuñado algún concepto relacionado con este derecho en el sentido antes expuesto; a lo sumo, sólo han recogido los avances alcanzados en otras jurisdicciones (García, S/A: 7-8).

El derecho a la privacidad tiene dos componentes: El primero es el derecho a aislarte: de amigos, familia, vecinos, comunidad y gobierno. El segundo es el derecho a controlar la información de ti mismo, incluso después de haberla divulgado. Esto quiere decir que una persona elige cuándo, cómo, y hasta qué grado comparte su información personal (García, S/A: 10).

La jurisprudencia de otros países como la de Estados Unidos de América o Canadá ha desarrollado importantes estándares derivados del derecho a la privacidad, como lo es la *razonable expectativa de privacidad*: todo individuo tiene una expectativa de privacidad que la sociedad reconoce como razonable. De esta forma, un individuo puede preservar como “privados” diversos aspectos de su vida, aún cuando se encuentre en lugares públicos, como podrían ser las cabinas de teléfono, vestidores y sanitarios. Hace falta desarrollar en el derecho mexicano

estándares objetivos como la *razonable expectativa de privacidad*, a fin de dotar de contenido sustantivo a un derecho que, por su propia naturaleza, será siempre controvertido (García, S/A: 10).

2.6 SITUACIÓN ACTUAL DEL PERIODISMO MEXICANO

Para hablar sobre la situación actual del periodismo mexicano, afirma María Elena Meneses (2011), se debe partir del reconocimiento que en el siglo XXI esta actividad profesional, que en una manera particular es intérprete de la realidad y articuladora de la opinión de los ciudadanos, se encuentra atrapada en un escenario de creciente incertidumbre, marcado por la violencia desatada en contra de sus profesionales, así lo evidencian las cifras oficiales retomadas por el periodista Manu Ureste (2017) de la Fiscalía para la Atención de Delitos cometidos contra la Libertad de Expresión (FEADLE), “en algo más de seis años –de julio de 2010 al 31 de diciembre del 2016- se registraron 798 denuncias por agresiones contra periodistas”. Por lo tanto, algunas organizaciones internacionales de periodistas han considerado que México es el segundo país más peligroso para el ejercicio periodístico después de Irak. Se puntualiza que ante preocupante contexto por las implicaciones en los derechos de libertad de expresión y de información respectivamente, se añade la ola de cambios económicos, tecnológicos y culturales, que de alguna manera han afectado a sectores productivos y de los cuales, el periodismo no está exento.

En este mismo sentido, las nuevas prácticas e infinitas opciones de los lectores para informarse, han obligado a los periódicos mexicanos a rearticular las redacciones para producir una versión digital, con la finalidad de adecuarse a los nuevos tiempos, a la digitalización se le suma la convergencia de plataformas. De acuerdo con este panorama de medios en México, se dice que se observa a distintos medios transformar el ejercicio periodístico y de alguna manera sacrificando el rigor informativo por la inmediatez.

Los reporteros, que antes se dedicaban a escribir para los diarios impresos, ahora tienen que hacerlo al mismo tiempo para otros medios como la radio, la televisión, las páginas de Internet y para las novedosas plataformas como lo son las redes sociales. “Sin lograr deshacerse de añejas prácticas, el periodismo mexicano en esta segunda década del siglo, se encuentra atrapado entre la violencia, los desafíos que le impone la digitalización y un escenario de medios globales y convergentes, que le representan competencia y la deslealtad de sus ya de por sí escasos lectores” (Meneses, 2011:2). En este contexto de cambios y panorama desalentador en el que se desarrolla el ejercicio periodístico en México, aparece el Internet cuando todavía no se acaba de transitar una prensa de viejas prácticas a una renovada y autónoma, tal como la requiere una sociedad democrática.

“El periodismo en todo el mundo, enfrenta una reconfiguración inédita a causa de la digitalización que modifica las formas de producir, publicar, distribuir y consumir información. Para los periodistas, los cambios han implicado la transformación de sus prácticas profesionales” (Meneses, 2011:6).

Las redes sociales han dejado de ser un fenómeno social para convertirse en una herramienta de comunicación importante en la vida cotidiana de los usuarios, y de los periodistas, pues las redes sociales no solo cumplen con el objetivo de conectar y acercar a los usuarios, sino que también están siendo utilizadas por periodistas como fuentes de información.

En el siglo XXI el periodismo en México se halla en una franca independencia y desarrollo ya que se puede expresar con mayor libertad que en el pasado, esto en buena medida es gracias como se ha mencionado al surgimiento de las avanzadas y sofisticadas herramientas tecnológicas, que hacen del quehacer periodístico una labor relativamente fácil para ser transmitida y llegar a un mayor número de personas en cuestión de segundos (Ortega, 2011).

CAPÍTULO III

BASES PARA LA DISTINCIÓN ENTRE LO PÚBLICO Y LO PRIVADO

3.1 LO PÚBLICO Y LO PRIVADO

En este apartado se desarrolla el marco teórico que organiza esta investigación, el cual está estructurado a partir de dar a conocer el proceso que se ha llevado a cabo entre la distinción de los conceptos público y privado en la sociedad.

Para referir al contexto actual resulta necesario estudiar las interpretaciones que con el paso del tiempo han desarrollado algunos teóricos sobre la esfera pública y privada, como la filósofa Hannah Arendt y Jürgen Habermas, que permiten entender los mecanismos históricos-políticos de la esfera pública y privada; asimismo también se retomó a John Thompson que estudia estos conceptos, enfocados en los medios de comunicación tradicionales y las nuevas tecnologías. Con ello, se pretende aportar nuevas ideas que están relacionadas con la esfera pública y privada y redes sociales, principalmente Facebook.

3.1.1 LA ESFERA PÚBLICA Y PRIVADA

Para entender la esfera pública y la privada, se recurre primeramente a la filósofa Hannah Arendt, pues bien, es ella quien se interesa primero por estudiar los conceptos. La filósofa remite a reflexionar que todas las actividades humanas están condicionadas por el hecho de que los hombres viven juntos y que debido a eso ninguna clase de vida humana puede ser posible sin un mundo que directa o indirectamente legitime la presencia de otros seres humanos.

La transformación de las relaciones entre la vida pública y privada acompañó y dio forma al desarrollo de las ciudades modernas. Para Arendt, la distinción entre lo público y lo privado es a partir del pensamiento griego antiguo, “la capacidad del hombre para la organización política no es sólo diferente, sino que se halla en directa oposición a la asociación natural cuyo centro es el hogar (*oikia*) y la familia” (Arendt, 2005:52).

Dicho de otra manera, la inteligencia humana de organización política era distinta y opuesta al tipo de agrupación natural que se centraba en el hogar y la familia. Con el nacimiento de la ciudad-Estado se le permitió a los individuos a tener dos vidas, su vida privada y otra que estaba separada de la vida del hogar, su *bios politikos*, su vida política (Thompson, 2011). Los ciudadanos tienen dos formas de existir en la sociedad, la vida propia y la vida de lo común. “Ahora todo ciudadano pertenece a dos órdenes de existencia, hay una tajante distinción entre lo que es suyo (*idion*) y lo que es comunal (*Koinon*)” (Arendt, 2005:52).

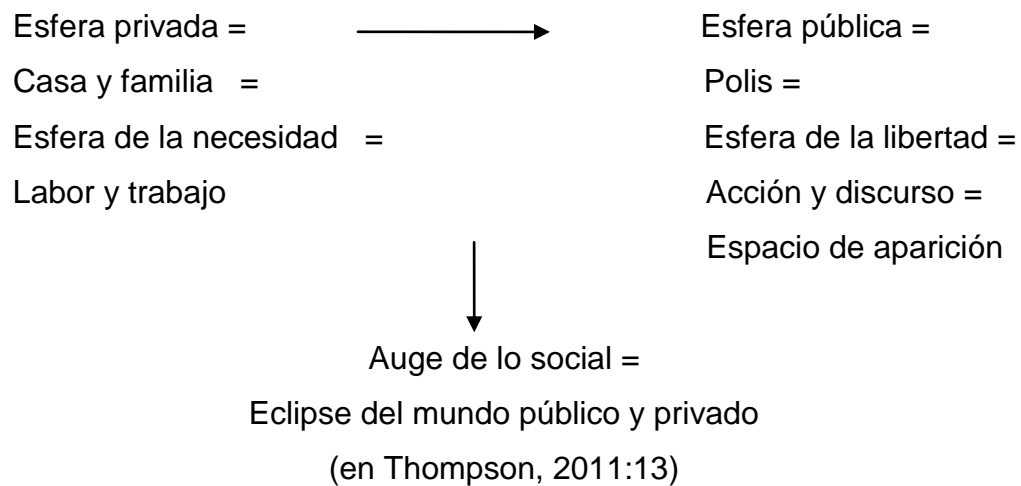
Arendt habla de una esfera privada, la esfera de la casa y la familia donde los individuos vivían juntos llevados por sus deseos y necesidades, una esfera donde se vivía la vida misma, había que proveer alimento, dar a luz, producir y reproducir la vida humana. La casa o la comunidad natural de la familia, nació de la necesidad. Es decir, a partir de realizar dos actividades labor y trabajo se producían los bienes que aseguraban la supervivencia (Thompson, 2011).

En su visión, la esfera pública era diferente. La esfera de la polis era la esfera de la libertad. “La libertad se localiza exclusivamente en la esfera política, que la necesidad es de manera fundamental un fenómeno prepolítico, característico de la organización doméstica privada, y que la fuerza y la violencia se justifica en esta esfera porque son los únicos medios para dominar la necesidad” (Arendt, 2005:57). La esfera privada se caracterizaba por la labor y trabajo, la pública se caracterizaba por la acción y el discurso. “Ser político, vivir en la polis, significaba que todo se decidía a través de las palabras y la

persuasión, no mediante la fuerza y la violencia. El mundo público era un espacio de aparición en el cual las cosas dichas y hechas podían ser vistas y oídas por los demás” (Thompson, 2011: 14). El hacer público daba un grado de realidad a los hechos.

Hannah Arendt habla sobre “el auge de lo social” que surgió con el desarrollo histórico, con las emergencias de las sociedades modernas desde el siglo XVII y XVIII, esto tiene que ver con que “muchas de las actividades que alguna vez se realizaron en los confines de la casa y la familia, son hechas fuera de la casa cada vez más por grupos y clases sociales” (Thompson, 2011: 15).

Lo público y lo privado en el pensamiento griego según Hannah Arendt



Ahora retomo al filósofo Jürgen Habermas para conocer la explicación que realiza sobre la distinción entre lo público y lo privado a comienzos de la modernidad Europea. Es importante conocer cómo este autor concebía los términos debido a que a partir de su estudio se puede realizar una interpretación actual y más precisa.

Según Habermas, “en la medida en que Estado y sociedad se interpenetran, se desprende la institución de la familia nuclear de su conexión con los procesos de la reproducción social: la esfera íntima, o era el centro de la esfera privada, retrocede, por así decirlo, a su periferia en la medida en que comienza a desprivatizarse”(Habermas,1981:181), es decir, que con el surgimiento del capitalismo, las actividades de producción y reproducción se desprenden de las actividades tradicionales de la casa y la familia (Thompson, 2011). La esfera privada se expandió y transformó gracias al ascenso de la economía comercial, o sociedad civil.

Con el surgimiento del Estado moderno se da un sentido distinto a lo público, hoy se conoce como “la esfera de la autoridad pública”. La esfera de lo privado tiene una relación con la familia, pero cuando surge el capitalismo las actividades de producción y reproducción se desprenden de la idea tradicional de la casa y familia. Las actividades que se realizaban comúnmente dentro de la casa se empiezan a realizar fuera de ella, aparecen otras esferas como la del trabajo, a lo que Arendt llamaba “el auge de lo social es que muchas de las actividades que alguna vez se realizaron en los confines de la casa y la familia, son hechas fuera de la casa cada vez más por grupos y clases sociales” (Thompson, 2011:15).

Para Thompson, Habermas hace un singular e innovador razonamiento, pues se fijó en un gran cambio de la época moderna, mientras la economía capitalista emergente involucraba el crecimiento del comercio de bienes, también se abrió un creciente comercio de información generado por la aparición de los diarios y la prensa periódica. Esto Habermas lo describe como “la esfera pública

emergente de la sociedad civil, o la esfera pública burguesa” (Thompson, 2011:17).

Según la visión de Habermas, la esfera pública burguesa empezó a existir debido a los nuevos órganos de información, ya que no formaban parte del Estado y estaban estructuralmente separados de él.

Este nuevo tipo de esfera pública era, en un sentido, un espacio medio; es decir, ubicado entre el Estado, por una parte, y la esfera privada de la casa y la familia, por la otra. Ésta se encontraba constituida por individuos privados que se reunían para debatir entre ellos y con las autoridades del Estado respecto de los temas claves del día. Era la esfera del lenguaje y el discurso, de la argumentación y la confrontación, una esfera en la cual los individuos podían expresar sus puntos de vista, desafiar los de los demás e impugnar el ejercicio del Estado (Thompson, 2011: 17).

Se trataba según Habermas del uso del público de la razón por parte de individuos interesados en abrir el debate y la discusión.

La esfera pública burguesa se desarrolló en el mundo de la literatura y se fue transformando en una esfera pública que se interesaba por los temas políticos. A finales de los siglos XVII y comienzos del XVIII, los salones y cafés de París y Londres se volvieron puntos de reunión para debatir desde el principio literario a lo que llamaban “la esfera pública de las letras” y después se concentraron en temas más generales, “la esfera pública en el espacio político”.

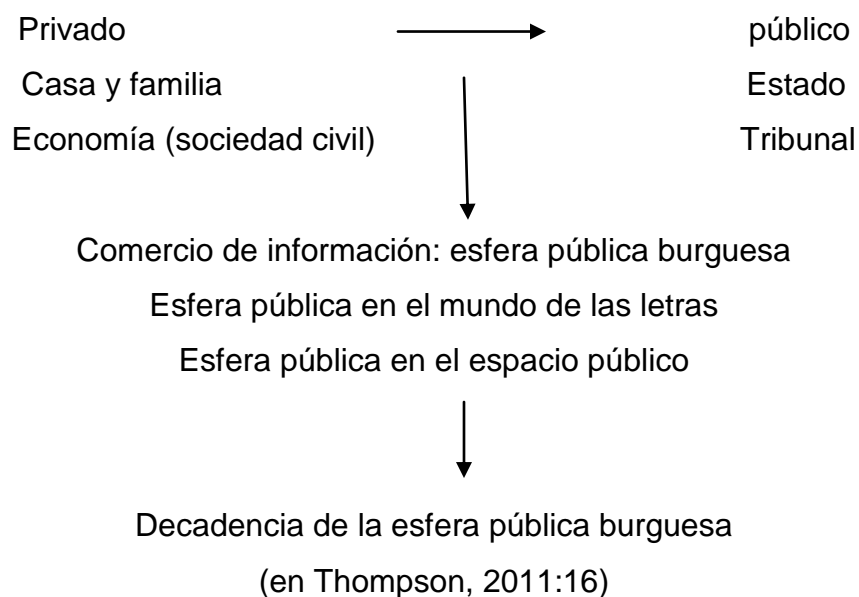
La esfera pública burguesa estaba abierta a todos los individuos privados, en la práctica se restringía a un grupo limitado de la población. El criterio efectivo de admisión era la propiedad y la educación [...] Encarnaba la idea de una comunidad de ciudadanos,

todos juntos iguales, podían formar una opinión pública a través de discusiones y debates argumentados (Thompson, 2011:18).

El principio de la esfera pública radica en que las opiniones personales de los individuos privados podían convertirse en una opinión pública a través del debate racional y crítico de un público de ciudadanos.

La esfera pública burguesa tuvo un rol importante al comienzo de la modernidad Europea pero después esto cambió pues fue perdiendo importancia el reunirse y debatir los temas. Los diarios y la prensa periódica también cambiaron se volvieron parte de las grandes empresas. “El contenido de los diarios se despolitizó, se volvió sensacionalista y personalista en su afán de aumentar las ganancias. Más aún, se desarrollaron nuevas técnicas de “manejo de opinión”, que se usaron para intentar controlar y dirigir la opinión pública” (Thompson, 2011:19). El auge del comercio de información como los diarios y la prensa, crearon un nuevo tipo de esfera pública a los inicios de la edad moderna.

Lo público y lo privado en los comienzos de la modernidad europea según Habermas



3.1.2 RECONSTRUCCIÓN DE LA ESFERA PÚBLICA

Según el punto de vista del sociólogo John Thompson, se debe dejar de lado el modelo clásico de la esfera pública, tomarlo en cuenta pero sin dejar de enfocarse en otros medios que la han transformado y reconstruido.

Sobre la esfera pública, Arendt hizo la observación de que era un espacio de aparición en el cual lo que se decía o hacía, podía ser visto por los demás. Para Thompson, lo visible es lo que se puede ver, lo que es perceptible por el sentido de la vista; y por el contrario, lo invisible se toma como lo que no puede ser visto, lo que no es perceptible (Thompson, 2011). “Lo que vemos es lo que está dentro de nuestro campo visual, y los límites de este campo están conformados por las propiedades espaciales y temporales del aquí y el ahora” (Thompson, 2011:22).

Con el desarrollo de los medios de comunicación que comenzó con la imprenta a principios de la modernidad europea y continuó con los medios electrónicos en los siglos XIX, XX, XXI, la visibilidad se libera de la idea del aquí y del ahora, “la visibilidad de los individuos, actos y eventos, es separada del escenario común compartido: es lo que llamo visibilidad mediática” (Thompson, 2011:23), ya no es necesario estar presente hablando (espacio-temporal) con otra persona, para poder verlo. El campo visual se extiende en el espacio y en el tiempo.

Para el autor, los medios de comunicación dieron lugar a una nueva o nuevas formas de visibilidad. Lo que hoy se considera como esfera pública está constituida por estas nuevas formas de visibilidad mediáticas, en otras palabras, el entorno público mediático, aunque este no es el único. Antes de que se desarrollara la imprenta y otros medios de comunicación, la visibilidad de los gobernantes dependía de su aparición física (Thompson, 2011). “La visibilidad

requería de la co-presencia, y los gobernantes generalmente eran visibles sólo para aquellos con quienes interactuaban rutinariamente cara a cara en los escenarios de la vida diaria” (Thompson, 2011:24).

Los individuos de las sociedades antiguas o medievales casi nunca veían a los gobernantes, pero con los nuevos medios tuvieron otro tipo de visibilidad que iba más allá de la física. Los gobernantes utilizaron los nuevos medios para fabricar su imagen y para promulgar decretos oficiales (Thompson, 2011). El desarrollo de los medios electrónicos, radio, televisión y los asociados al internet significaron un nuevo comienzo. “Los medios electrónicos permitieron que la información y el contenido simbólico se transmitieran a larga distancia con poco o ningún retraso” (Thompson, 2011:25). Se produjo un nuevo tipo de visibilidad desespacializada que permitió una forma íntima de auto-presentación y así como se dieron nuevas oportunidades de presentación para los líderes políticos también se crearon nuevos riesgos (Thompson, 2011).

3.1.3 PRIVACIDAD

Thompson, centró la atención en las maneras en las que el territorio de lo público se ha ido transformando con el desarrollo de las sociedades modernas, pero para él, también es importante saber qué pasa con la esfera privada, y cómo la afectan los cambios institucionales que definieron el desarrollo de las sociedades modernas. Retomando la idea de Arendt, para los griegos, el espacio privado era el territorio de la casa y la familia. “La esfera privada era entendida en el sentido originar “privación”, de “estar privado”: estar privado de las cosas que constituyen una verdadera vida humana, estar privado de la realidad que se obtiene de el ser visto y oídos por otros, estar privado de las relaciones de la posibilidad de lograr algo más perdurable de la vida misma” (Thompson, 2011:26).

El espacio privado da a los individuos un lugar donde pueden ocultarse del escrutinio de la vida pública y de ser vistos y oídos por los demás. Según Hannah

Arendt, “Una vida que transcurre enteramente en lo público, ante la presencia de otros, se vuelve por así decirlo, superficial” (en Thompson, 2011:27).

Desde la perspectiva de Thompson, cuando se piensa la privacidad en la actualidad, no se hace de manera fundamental, en los términos del pensamiento griego antiguo, más bien se piensa en un contexto que ha sido moldeado por la tradición de la teoría política liberal democrática, y que tiene que ver, con definir los límites del poder estatal (Thompson, 2011).

Según Thompson, la manera de conceptualizar la privacidad es en términos de control. En su sentido más básico, la privacidad tiene que ver con la capacidad de los individuos de tener control sobre algo. Normalmente este “algo” se entiende como información, es decir, la privacidad es la capacidad de controlar las revelaciones sobre uno mismo, y controlar cómo y hasta qué punto éstas pueden comunicarse con los demás. Esto no debe ser entendido sólo en términos de información. (Thompson, 2011:24).

Thompson, construye el concepto de privacidad como control, recurriendo a la noción de “territorios del yo” de Goffman. Los territorios constituyen un escenario que el individuo por lo general considera como propio, y si alguien más invade ese territorio lo cree como una transgresión o violencia (Thompson, 2011). “Lo privado consiste en aquellos territorios del yo-que incluyen el entorno del yo y la información sobre el yo- sobre los cuales el individuo busca mantener el control y restringir el acceso a los demás” (Thompson, 2011:30). Los derechos a la privacidad consisten en los derechos que tiene un individuo a ejercer el control y restringir el acceso a los demás. Pero estos derechos no se deben considerar como únicos debido a que la ley solo reconoce algunos.

El autor, desarrolló una propuesta señalando tres puntos:

1. Lo que se considera como “privado”, y lo que se considera como una invasión o violación de la privacidad, variará en diferentes contextos; en otras palabras, lo privado es altamente contextual. Es decir, la privacidad debe de ser analizada en relación con las diferentes esferas o contextos que rodean la vida de los individuos.

2. El rol de las tecnologías de la información y las comunicaciones. No se puede pensar en lo privado exclusiva o básicamente en términos de espacio físico. Lo privado hoy está constituido por un territorio desespacializado de información y contenido simbólico sobre el cual cada individuo piensa que puede ejercer control, sin que sea relevante dónde este individuo o esta información se sitúen físicamente.

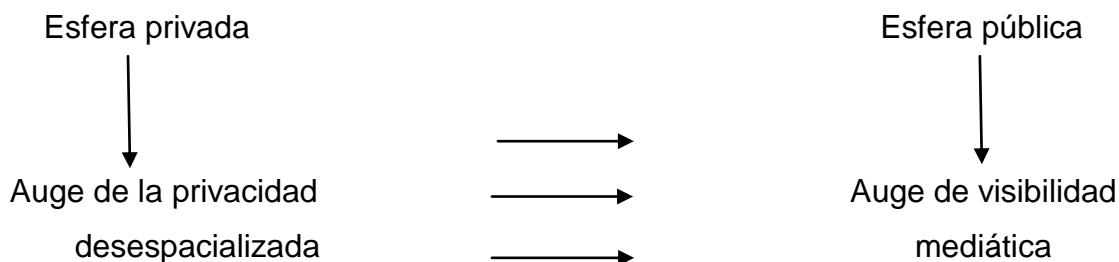
3. Que los individuos creen que son y deben ser capaces de ejercer control sobre la información de sí mismos no significa necesariamente que tengan siempre el derecho a hacerlo, o que cualquier derecho a la privacidad que tengan siempre estará por sobre otras consideraciones. Por el contrario, el derecho a la privacidad no es más que un derecho, en algunos casos puede ser perfectamente invalidado por otros factores que aporten más peso en una deliberación normativa sobre los méritos relativos de derechos y demandas en conflicto.

A partir del análisis que desarrolló el autor, ““la esfera pública” se ha transformado en un espacio complejo de fluidos de información donde “ser público” significa “ser visible” en este espacio, ser capaz de ser visto y oídos por otros” (Thompson, 2011:33). Este es un entorno en gran parte incontrolable, en el sentido en que una vez que las palabras y los actos aparecen en él es muy difícil controlar lo que ocurre. Es decir, una vez que se han vuelto públicos en este espacio son públicos para siempre. La esfera privada consiste en territorios del yo sobre los cuales el individuo busca ejercer control y restringir el acceso a los demás.

Tal como la esfera pública se ha vuelto un espacio no espacial, la esfera privada se ha convertido progresivamente en un entorno no- espacial de información y contenido simbólico sobre la cual el individuo quiere ejercer control.

La reconstitución de lo público y lo privado como esferas de información y contenido simbólico cada vez más separadas de los escenarios físicos y más entramadas con las tecnologías de comunicación en desarrollo y los flujos de información, han creado una situación muy fluida en la cual los límites entre lo público y lo privado se desdibujan y cambian constantemente, y en la cual los límites que existen en cualquier momento se vuelven porosos, discutibles y sujetos a negociación y resistencia.

Límites cambiantes entre la vida pública y la privada



Límites cambiantes entre la vida pública y la privada

(en Thompson, 2011:34)

3.1.4 LA APERTURA DE LA RED EN EL ESPACIO PÚBLICO

En la cultura tecnológica contemporánea los procesos de comunicación digital, que se realizan mediante dispositivos electrónicos, internet, computadoras se presentan como el principal imperativo de esta época (Winocur, Sánchez, 2015).

Sobre Internet habla el sociólogo Raúl Trejo Delarbre y dice que la Red ha transformado los parámetros espaciales, los horizontes personales, la concepción del entorno y del mundo, así como las capacidades de socializar de centenas de millones de usuarios. Menciona que para muchos de estos internautas la Red es parte de sus experiencias cotidianas y por lo tanto disponen de nuevas opciones para entablar, expandir y/o versificar sus vínculos sociales (Trejo, 2009).

El sociólogo dice que se reconocen dos ámbitos en la capacidad comunicacional y/o informacional de Internet. Por una parte, la Red tiene presencia en la socialización de mensaje de la más diversa índole: noticias y conocimientos y, también simplezas y trivialidades. Por otro lado, Internet propala y almacena los contenidos difundidos por otros medios: la prensa escrita, la radio y la televisión utilizan la Red en busca de nuevos espacios para los materiales que además difunden de manera convencional (Trejo, 2009).

En internet tienen más peso los contenidos y sitios de las corporaciones comunicacionales o de las instituciones con más recursos de diseño y divulgación que los contenidos que son colocados por ciudadanos sin respaldo institucional. Pero resulta cada vez más frecuente que se “destaquen textos, argumentos, imágenes o escenas difundidas por grupos pequeños, o por individuos que de otra manera habrían permanecido aislados e, incluso en silencio” (Trejo, 2009:4). Con lo anterior se entiende que esta posibilidad confirma la apertura de Internet, a la que tienen acceso para difundir contenidos no solamente expertos con conocimientos o una opinión especializada sino cualquier usuario de la Red.

Los usuarios de Internet navegan, divagan, encuentran y a veces departen, comparten y socializan con tanta asiduidad, y de manera tan notoria, que el de las redes informáticas es reconocido como parte del espacio público contemporáneo [...] El papel de Internet como espacio público para cada ciudadano (en contra de un espacio solamente para profesionales, por ejemplo) está siendo moldeado por dos características aparentemente contradictorias: Internet es, al mismo tiempo, ubicua y personal (Trejo, 2009:4).

El ciberespacio, a diferencia de los medios de comunicación tradiciones (radio, televisión, telefonía, etc.) y los tradicionales espacios públicos en el mundo físico (bibliotecas, aeropuertos y estación de ferrocarriles), permiten a la ciudadanía encontrar nuevas formas para interactuar económica, política y socialmente (Trejo, 2009).

El autor retoma a la investigadora Zizi Papacharis de la Universidad Temple en Philadelphia porque ella dice que “debería quedar claro que un nuevo espacio público no es sinónimo de una nueva esfera pública. Como espacio público, Internet proporciona otro foro para la reflexión política. Como esfera pública, Internet podría facilitar la discusión que promueva un intercambio democrático de ideas y opiniones. Un espacio virtual incrementa la discusión; una esfera virtual incrementa la democracia” (Trejo, 2009:5).

El autor hace un tipo de reflexión y dice que la Red es de quien la aprovecha y se ha utilizado de maneras muy imaginativas, pero no necesariamente para intensificar el intercambio racional que sería capaz de ensanchar y solidificar la esfera pública. Sino que en todo caso el entusiasmo de los usuarios más creativos, la gana y la oportunidad que tienen para expresarse, el foro accesible y libre que significa para la expresión de preocupaciones de la más variada naturaleza, permiten reconocer a Internet como componente esencial del espacio público (Trejo, 2009).

El sociólogo también menciona, que “las redes sociodigitales son parte de un ecosistema de informaciones que lleva mensajes de la sociedad a ellas, de allí a los medios de comunicación de masas, entonces de regreso a espacios de encuentro e intercambio en la sociedad y de allí otra vez a Facebook o Twitter, entre otras redes” (Trejo, 20015:19). La constante circulación de contenidos e ideas con frecuencia van de las redes digitales hacia espacios fuera de línea como los medios de comunicación, esto permite reconocer que existe una ampliación y la diversificación del espacio público.

3.1.5 UNA VISIÓN GLOBAL

Por su parte la autora Ingrid Volkmer (2014) en su libro: *THE GLOBAL PUBLIC SPHERE, Public Communication in the Age of Reflective Interdependence*, dice que las redes subjetivas ya no son simplemente sociales, que sirven para conectar principalmente comunidades de amigos, sino que se han convertido en plataformas, para de una manera subjetiva vivir en un espacio público. Ella dice, que la nueva esfera comunicativa ya no es principalmente digital sino que ahora se usa un término que puede sonar anticuado (esfera de la comunicación cibernética), esta existe como una esfera distinta de los medios de comunicación. El usuario, el público se ha convertido en un actor comunicativo; es decir, reproduce, entrega y acelera y amplía el contenido dentro de las lógicas deseadas para las redes subjetivas a través de un ámbito globalizado.

Volkmer menciona que la esfera comunicativa dentro de un ámbito globalizado ya no es una extensión, pero se encuentra interrelacionada subjetivamente a micro-redes. En otras palabras, lo global, lo nacional y lo local ya no son esferas distintas, sin embargo se funden particularmente en contextos de esferas comunicativas a través de diversos sitios de las micro-redes subjetivas. Se menciona que algunas regiones se están convirtiendo en visibles gracias a la conectividad. En los últimos años intersecciones entre la interdependencia en red y la territorialidad se han vuelto más clara.

La autora retoma a Nancy Fraser porque entiende el discurso como una esfera de publicidad donde los actores en el modelo de Habermas adquieren un público. Sin embargo, centra su atención en que Habermas también utiliza el término público que significa la esfera de ser público y no tanto en hacer público (publicidad) que es una diferente forma de comunicación. Parece que lo público o ser público no sólo se refiere a la idea Kantiana de razón pública, pero permite identificar la deliberación normalista.

Volkmer, dice que en los procesos de globalización avanzada la espacialidad comunicativa se extiende no sólo en una esfera horizontal de la comunicación de flujos, que es decir, que se extiende en espacialidades transnacionales, sino además de forma vertical (conectando). Esfera que intensifica la comunicación pública no sólo dentro de la red macro estructural, sino subjetiva micro-estructural.

La esfera pública ya no es un territorio nacional espacio dentro de los conceptos de la soberanía (nacional), sino más bien es debido a las complejas estratificaciones en red una comunicativa resonancia que se extiende a través de varios territorios del discurso.

3.2 PERIODISMO EN LOS TIEMPOS DE REDES SOCIALES

3.2.1 PERIODISMO, NOTICIA Y NOTICIABILIDAD

En este apartado se retomó a la autora Stella Martini para conocer la explicación que realiza sobre la definición de noticia. Es decir, a qué sucesos que son desarrollados en la vida cotidiana se les considera como un acontecimiento noticioso y a partir de qué criterios se evalúan.

3.2. 2 La noticia es el suceso

Stella Martini (2000) dice que el poder de los medios de comunicación impulsa a los individuos y a las instituciones a buscar a la prensa cuando consideran que lo que tienen que decir o lo que les pasa constituye un suceso, lo que significa que tiene la calidad de noticia. A partir de lo anterior se cuestiona ¿por qué algo que pasa es identificado como un suceso público?, y ¿por qué lo que pasa es lo que sucede (o sucedió) y es noticia? (Martini, 2000).

3.2.3 Naturaleza del acontecimiento

Desde la perspectiva de la autora:

El acontecimiento significa una ruptura en cualquier ámbito, privado o público, que se destaca sobre un fondo uniforme y constituye una diferencia, y se define por los efectos del tiempo y en el espacio en los que ocurre. Sólo cobra sentido en una serie, y en relación con los sujetos sociales, por ello su reconocimiento es una operación situada y dinámica. En el periodismo, el acontecimiento forma parte de una triangulación que incluye al público y a las fuentes (que producen y/o permiten el acceso al acontecimiento (Martini, 2000:1).

En este mismo sentido Martini (2000) señala, que hay diversas clases de acontecimientos, y noticias, aunque los procesos de globalización de las economías y de mundialización de las culturas afectan a las clasificaciones y jerarquizaciones, de manera que también las agendas públicas se han reformulado en términos de región o globo pero en términos de segmentos de interés y necesidades menores pero igualmente significativos. Por lo que decir si un acontecimiento pertenece a algún ámbito no es un tema menor (Martini, 2000).

Con respecto a “la selección y clasificación de los acontecimientos que serán noticia se apoya en los ejes información-sociedad, en términos de necesidades y expectativas, y de reconocimiento-realidad, en términos de verosímiles que constituyen la realidad cotidiana, y tienen que ver con los valores de noticiabilidad

de los que se carga en cada situación y en cada medio en particular (Martini, 2000:2).

3.2.4 Qué es una noticia

La autora habla de la noticia y dice que es la divulgación de un suceso (definición que abarca todo tipo de noticias), y que en muchos manuales sobre teoría de periodismo aparece como la construcción de lo que sucedió y que está asociada a la noticia de veinticuatro horas que es propio de la prensa gráfica.

Menciona que se puede definir la noticia como:

La particular construcción del discurso de la información que narra eventos factuales generalmente públicos. Como imagen del presente social, es el relato de un suceso que implica o afecta a individuos de la sociedad. Si se toman en cuenta los valores que rigen la noticiabilidad, la noticia puede ser definida como la construcción periodística de un acontecimiento cuya novedad, imprevisibilidad y efectos futuros sobre la sociedad lo ubican públicamente para su reconocimiento (Martini, 2000:2).

Se dice que la noticia que se maneja en los diarios responde a la definición tradicional, que nació con las primeras formas de la prensa periódica: la frecuencia diaria hace a la noticia, la construcción redactada de hechos que han sucedido en las últimas veinticuatro horas (Martini, 2000).

3.2.5 Los sistemas de clasificación

Las clasificaciones de las noticias se hacen según los ámbitos de ocurrencia de los acontecimientos y algunas veces responden a un interés común, como política nacional o información sobre la sociedad, otras que tienen que ver con un interés sectorial, como la economía cuyo discurso y lenguajes más especializados se dirige a un público con una competencia y un interés puntuales en ese ámbito. Hay ciertos temas que como se señaló antes ya constituyen agendas públicas y buscan un lugar en la organización que los medios hacen en la realidad (Martini, 2000).

3.2.6 Los supuestos de la noticia

Usualmente las noticias que se consideran de mayor circulación constituyen series que son retomadas cuando se producen nuevos hechos o se incluyen en agendas ya reconocidas, esto favorece la clasificación rápida de un nuevo acontecimiento y facilita la presentación al público ya que se supone que es conocido por el público (Martini, 2000).

3.2.7 El estudio de la noticiabilidad

Según la autora, los estudios sobre la construcción de la noticia señalan el paso de las teorías centradas en el mensaje periodístico y en sus efectos sobre los públicos, al de las investigaciones que colocan como objeto el proceso de producción y la labor de los emisores.

El estudio de los procesos productivos que hacen al pasaje del acontecimiento a la noticia influye dos etapas, cronológicamente diferenciadas en las investigaciones: la primera centrada exclusivamente en la selección de la información, proceso que se denomina *gatekeeping* (cuidado del acceso), y la actual, que abarca el proceso productivo completo, identificada como *newsmaking* (construcción de la noticia) (Martini, 2000:7).

3.2.8 Los primeros estudios basados en el gatekeeping

Para entender el *gatekeeping* la autora dice que en 1950 David White aplica al estudio de la práctica productiva periodística este concepto, el cual fue acuñado por Kurt Lewin en 1947 en el campo de la psicología. El concepto de *gatekeeping* (cuidado con la puerta o del acceso)

Investiga la manera irregular en que las informaciones circulan y se encuentran sometidas a instancias que las demoran o “traban” en algún punto de la cadena comunicacional, y la fluidez con que circulan luego aquellas que consiguen pasar la barrera. Estos lugares de demora o nudos que actúan como barrera y filtro en la

circulación de la información serían los gatekeepers o porteros (Martini, 2000:7).

La aurora dice que en el campo del periodismo, White utilizó el concepto para estudiar el desarrollo de la afluencia de noticias a los canales organizativos de los aparatos de información pero sobre todo para determinar los puntos que funcionan como “porterías”, que determinan si la información pasa o es descartada.

En síntesis, la tarea del gatekeeper, es evitar que se filtre información indeseada (por alguna institución o el poder), ha sido considerada una actividad que manipula y recorta la libertad de información.

La tarea del gatekeeping resulta incompleto y teóricamente esquemático (su localización en las funciones), con todo, es necesario reconocer que aportó una perspectiva de análisis hasta el momento relegada, la de los productores, e instaló el concepto de selección, axial para determinar el sentido de los procesos productivos de la noticia” (Martini, 2000:7).

3.2.9 La construcción de la noticia o newsmaking

El newsmaking o construcción de la noticia, permitió avanzar en el estudio de las formas de producción de la noticia, ya que suprime la simplificación de las explicaciones de una tarea compleja, y permite utilizar herramientas para analizar la relación entre la imagen de la realidad social que construyen los medios, la organización y producción rutinaria de los aparatos periodísticos y los sentidos sociales (Martini, 2000). “El trabajo periodístico se desarrolla en tiempo real. Su objeto, la construcción de la información de interés público, responde idealmente a la agenda de veinticuatro horas, que se relaciona con la agenda diaria de las actividades de la sociedad y permite la definición de la noticia como relato de lo que sucedió” (Martini, 2000).

3.2.10 Incidencia del gatekeeping en la construcción de la noticia

Desde la perspectiva de Martini, ante la enorme cantidad de acontecimientos que aparecen día a día, los medios tienen que poder trabajar de manera eficaz para

así lograr que las noticias que se construyen sean reconocidas como tales, es decir, reciban un tratamiento formal común a todas, y respondan a una planificación adecuada del trabajo (Martini, 2000).

Se considera que el newsmaking exige y articula dos instancias, la selección de información, a través del reconocimiento de los valores que hacen noticiable a un acontecimiento, y su conexión con las fuentes, y la verificación, ampliación, contextualización e interpretación de esa información, es decir la forma en que esos valores que marcan el hecho elegido son procesados en la noticia. Se trata de instancias interconectadas: la clasificación y jerarquización que se hace del material publicable (o emitible) y las modalidades de la enunciación que organizan la noticia como discurso están en directa relación con los criterios de noticiabilidad (Martini, 2000).

Dicho de otra manera, se trata de distinguir en el conjunto de la tarea productiva los valores que hacen noticiable un acontecimiento y el significado que tales valores adquieren en la salas de redacción, teniendo una relación con las expectativas y las series interpretativas de la sociedad y los estados de opinión pública (Martini, 2000).

3.2.11 Los criterios de noticiabilidad

En el periodismo los criterios de noticiabilidad permiten identificar la densidad significativa de los acontecimientos. Lo que da el pase de la categoría acontecimiento a la categoría noticia es como se mencionó anteriormente es el resultado de un trabajo en producción que toma como primer paso en la aplicación discrecional de los criterios de noticiabilidad establecidos por el medio. Tales criterios tienen su anclaje en la cultura de la sociedad y tienen relación con los sistemas específicos de clasificación y agendas temáticas que tienen establecidos los medio (Martini, 2000).

Para la elaboración de los criterios, los medios evalúan el valor que tiene la noticia como información práctica, como impacto emocional y como formadora de la opinión pública. La autora menciona que estos rasgos se dirigen a comprender la noticia como un servicio público, que construye los datos que necesita la sociedad en su vida cotidiana; a la conmoción y también a la empatía entre la construcción periodística y el público, que hace a la noticia más cercana y creíble y muestra el papel jerarquizador de los medios en relación con los asuntos públicos.

Un hecho se vuelve noticia por el efecto y su función social, entendido por efecto las huellas que dejan las noticias, en comentarios, conversaciones y debate y en la producción de otros hechos, como función social, por el valor de la información sobre la vida de los individuos. Por eso, el hecho que repercute más es más noticia, lo mismo que el hecho que repercute en más hechos también lo es (Martini, 2000:12).

La autora menciona un señalamiento que hace el autor Mauro Wolf en su libro: *La investigación de la comunicación de masas*, “los valores –noticia actúan difusamente, hasta transformarse en criterios de relevancia aplicados implícitamente por los mismos lectores” ” (Martini, 2000).

3.2.12 Identificación de los criterios habituales de noticiabilidad

Para reconocer los criterios comunes en una noticia Martini (2000) dice que los valores-noticia, “componentes de la noticiabilidad” de un acontecimiento, son las cualidades significativas que construyen la relevancia. Las noticias carecen de valor si no se ocupan de los temas significativos de la actualidad y de lo que realmente sucede, por lo tanto, dice que la relevancia es un término clave para evaluar la calidad de la selección de noticias.

Un acontecimiento es noticia por su valor informativo, que incluye importancia y gravedad de lo que se informa, y si concierne a una parte notable de la población en un margen de tiempo corto o largo, pero de modo profundo, ya que la noticia establece un lazo con un sector amplio de la población que se siente implicado o

afectado, identificado o interesado. En este sentido la noticia puede referirse tanto a grandes colectivos sociales (nación, conjunto de naciones, regiones”, como a personajes representativos o jerarquizados por diversas razones, o individuos comunes (Martini, 2000:13).

Según Martini (2000), los efectos que un acontecimiento puede tener sobre la sociedad, los valores- noticia más importantes son los siguientes:

- 4 **novedad:** es la marca que define a la noticia porque es índice de la variación en el sistema, que implica la existencia del hecho como ruptura.
- 5 **originalidad, imprevisibilidad e ineditismo:** refuerzan la marca de novedad de un hecho, permiten su énfasis, apelan a la curiosidad que puedan despertar, y a la inquietud que provoca. Un hecho original es más noticia porque es novedad.
- 6 **evolución futura de los acontecimientos:** marca la significatividad que el acontecimiento adquiere respecto de las expectativas en la sociedad, ya sea que se trate de un hecho que debe resolverse, o que tenga un desarrollo secuencial.
- 7 **importancia y gravedad de un acontecimiento:** se mide en varios niveles, y el central es la incidencia sobre la vida de la sociedad, en términos presentes o futuros, y en términos relativos de conmoción.
- 8 **proximidad geográfica del hecho a la sociedad:** se conecta con los centros de interés público. Cuanto más cerca del público ocurre el hecho, más noticiable resulta: la cercanía instala lo siniestro.
- 9 **magnitud por la cantidad de personas o lugares implicados:** se conecta con la potencial implicación del público al que la noticia va dirigida, e implica su gravedad (en términos cualitativos propios del hecho y en términos de los efectos sobre la sociedad, la nación etc.). Un hecho es más noticia si afecta a muchas personas o ámbitos geográficos.

- 10 **jerarquía de los personajes implicados:** en un acontecimiento apela a las apariciones o la presencia pública de personajes conocidos que son siempre noticia.
- 11 **inclusión de desplazamientos:** Se trata de movimientos o agrupaciones significativas, cambios de lugar o de posición, y trayectoria que permiten efectos diversos sobre la sociedad (Martini, 2000:13).

También según las cualidades que los acontecimientos presentan en relación con los procesos productivos, los criterios más importantes son:

La **comprensión e inteligibilidad** de un acontecimiento impiden la confusión. Cuando un hecho no es comprensible, el periodismo suele descartarlo o esperar a la obtención de mayor información a través de fuentes alternativas.

La **credibilidad** construye un dato confiable, mientras que un hecho de escasa credibilidad enfrenta al periodismo a la posibilidad de violar sus normas tácticas de concisión y brevedad, ya que lo obliga a realizar complejas operaciones de explicación y legitimación.

La **brevedad** se relaciona con las cualidades anotadas antes, y consiste en la posibilidad de construir una noticia en pocas líneas o al menos de manera directa.

La **periodicidad** facilitar la labor periodística.

La **exclusividad** o la **primicia** es uno de los grandes desafíos del periodismo, no sólo permite el éxito que significa la captura de la novedad antes de que otros lo hagan, sino que implica la capacidad para contactar fuentes legítimas y privilegiadas y para leer de manera productiva los hechos en la realidad.

La noticia como resultado de una ideología de la información refiere, según Wolf, a una concepción de la información entendida como lo más novedoso, pero también lo más conmocionante y terrible. El criterio implica que para un medio “son noticiables en primer lugar los acontecimientos que constituyen y representan una infracción, una desviación, una ruptura del habitual curso de

las cosas” y que hace que lo más negativo sea más noticia (bad news is good news), porque permiten la construcción en términos de color o de sensacionalismo (Martini, 2000:17).

Resumiendo, es importante recordar que estos valores suelen funcionar en conjunto, y que no todos ellos son imprescindibles para que un acontecimiento se transforme en noticia. La autora considera que una noticia que aparece en más medios es más noticia que la que aparece sólo en uno, con excepción en el caso de que se trate de una exclusiva. Y cuanto más coincidan los medios en la selección de la misma información, mayor será su efecto sobre la opinión pública (Martini, 2000:17).

3.2.13 La noticia, construcción de la realidad

La autora menciona que la noticia periodística es una construcción de la realidad que existe a partir o en función de que la comunicación permite disponer de un mecanismo de relación (de interacción) entre los individuos. “La definición de la noticia como construcción de la realidad social implica que la comunicación no es un proceso lineal, y que incluye de modo necesario la labor de los públicos en su interacción con los mensajes de los medios. Este proceso de “producción, circulación y reconocimiento” implica también el consenso que la sociedad otorga a los medios como soporte comunicacional que construye y difunde sentido sobre el mundo.

3.3 PERIODISMO ANTES DE LAS REDES SOCIALES

En este apartado el objetivo es dar a conocer cómo se hacía periodismo antes de las redes sociales. Para entender este punto primeramente se retomó al autor Carlos Marín, ya que éste explica qué es el periodismo y cómo se conforma este ejercicio. Aunque no se profundizará en este punto la idea es que quede claro qué se entiende por periodismo en esta investigación.

Según el autor Carlos Marín (2012), el periodismo funge como una forma de expresión social; sin ella la información solamente se podría dar a conocer a partir de conversaciones, resúmenes y relatos históricos. El autor, precisa que el ejercicio periodístico sirve para satisfacer la necesidad humana de saber qué pasa, es decir, de dar a conocer acontecimientos que se desarrollan en la vida cotidiana y que al mismo tiempo son de interés público (Marín, 2012).

Desde la perspectiva de Marín, en el periodismo cualquier material es considerado como información, pero no por eso quiere decir que toda la información sea periodística. Dicho de otra manera, “el periodismo transmite datos de un hecho actual, desconocido, inédito, de interés general y con determinado valor ideológico y político” (Marín, 2010:12).

En el periodismo la materia prima es la noticia, ésta a su vez es la difusión pública de un acontecimiento de interés social, es la propagación de un hecho que anteriormente era desconocido para los individuos. La noticia se entiende como un escrito veraz, oportuno y objetivo. Según el autor, la noticia es el hecho y la nota informativa es la forma en la que el periodista lo traduce y le da forma para que sea difundido. Es decir, que a partir del estudio del autor, a la noticia se le concibe como el medio por el cual un individuo traduce y le da forma a los acontecimientos para que sean difundidos y después consultados por los lectores (Marín, 2012).

También se retomó a Teun A. Van Dijk, porque sobre el significado de la noticia él dice que se trata de una nueva información tal como la proporcionan los medios de comunicación y tal como la expresan los informantes periodísticos, es decir, que en este sentido la información que se obtiene y se presenta a la sociedad es un información meramente construida a partir de los juicios de los medios, son ellos quienes construyen la información y por lo tanto, ellos mismos dan a conocer qué información es considerada de interés público (Van Dijk, 1990).

Es importante hablar sobre qué se entiende por noticia ya que a partir de esa distinción se mostrará más adelante cómo se ha ido transformando la forma de hacer periodismo a partir de los avances tecnológicos y en concreto del uso de las redes sociales que llegan para cambiar la mecánica de la selección de la información hecha noticia.

3.4 TRANSICIÓN TECNOLÓGICA

Sobre el avance tecnológico que se ha desarrollado con el paso de los años la autora Concha Edo, menciona, que en este momento resulta complicado explicar lo que es la noticia debido a que se han modificado conceptos y conocimientos que se estaban utilizando durante décadas en la realización del periodismo. La autora dice que, “en medio de las transformaciones, en los años previos al 2000 la información seguía apoyándose en tres pilares fundamentales constituidos por el acontecimiento, la actualidad, y el período, en el que se encuentra la clave, la raíz y la terminología del periodismo, y que es, precisamente, la unidad de fragmentación de la realidad” (Edo:2009,77).

En su visión, la generalización del uso de Internet en diferentes países del mundo ha llevado a que se altere el concepto tradicional de periodicidad y que poco a poco se dé la instantaneidad “una de las características de la noticia en la sociedad cibernética que se va implantando: tener acceso a los hechos cuando están ocurriendo o acaban de suceder” (Edo: 2009,77).

El Internet ha generado cambios en el mundo virtual pues ha permitido tener un acceso a la información de una manera más inmediata y sencilla pero que a su vez dan pie a una reconfiguración en el periodismo, es decir, el periodismo, está teniendo un nuevo papel como ente que evoluciona y se adapta al desarrollo tecnológico y a la nueva sociedad receptora del discurso mediático (Boñano, 2015).

Para entender las transformaciones que ha sufrido el periodismo retomo a la Doctora María Elena Meneses (2010) ya que habla de los medios de comunicación. Sobre Internet específicamente, dice, que su arquitectura permite que se dé una fusión de las especificidades de todos los medios que le precedieron históricamente.

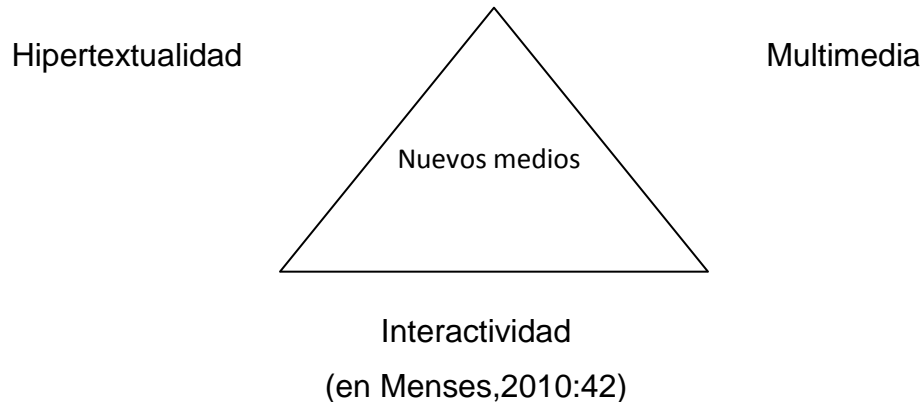
Reconoce que, la digitalización tiene efectos duales y contradictorios en la industria del periodismo, ya que en las nuevas redacciones digitales o convergentes se requieren nuevos perfiles profesionales para la era del internet, antes escribían para una versión impresa, ahora también tiene que hacerlo para la versión convergente. Es decir, el periodismo dio un salto del papel a la digitalización de la información pero no sólo eso sino que a partir de ese cambio se genera lo que interesa a esta investigación: el uso de las redes sociales como vía para compartir información desde la reconfiguración del quehacer periodístico.

Meneses (2010) señala sobre los periódicos convergentes que éstos tienen contenidos realizados a partir de los nuevos formatos que se desarrollan en la red y que exigen a la industria del periodismo forzar los procesos productivos y seducir a la audiencia a partir de diferentes lenguajes que son propios de los nuevos medios de comunicación como el audiovisual, el escrito y el hipertextual.

Sobre estos nuevos medios la autora presenta una tríada que los caracteriza:

- Hipertextualidad, forma inédita de presentación de los contenidos informativos.
- Interactividad, posibilidad del usuario de participar, modificar e interrumpir el contenido mediático.
- Multimedia, producción de contenidos para diversos formatos mediáticos, diversos lenguajes ya sean audiovisuales o textuales.

Característica de los nuevos medios

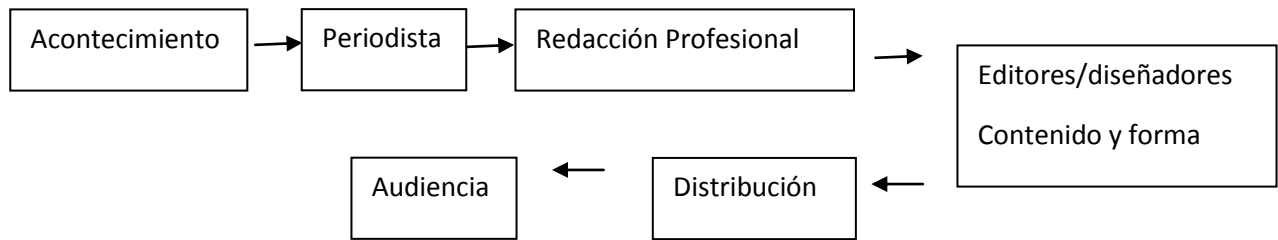


Un punto importante que plantea Meneses, es que:

En la sociedad de la información, los grandes medios de comunicación y los periodistas, no son los únicos emisores de mensajes, los emisores convergentes, tienen la posibilidad de recoger, editar e informar a partir de los Nuevos medios, que más que como soportes tecnológicos, los observo desde las implicaciones que conllevan en las prácticas culturales y en las posibilidades que representan tanto para transformar la verticalidad de la industria (Meneses, 2010:58).

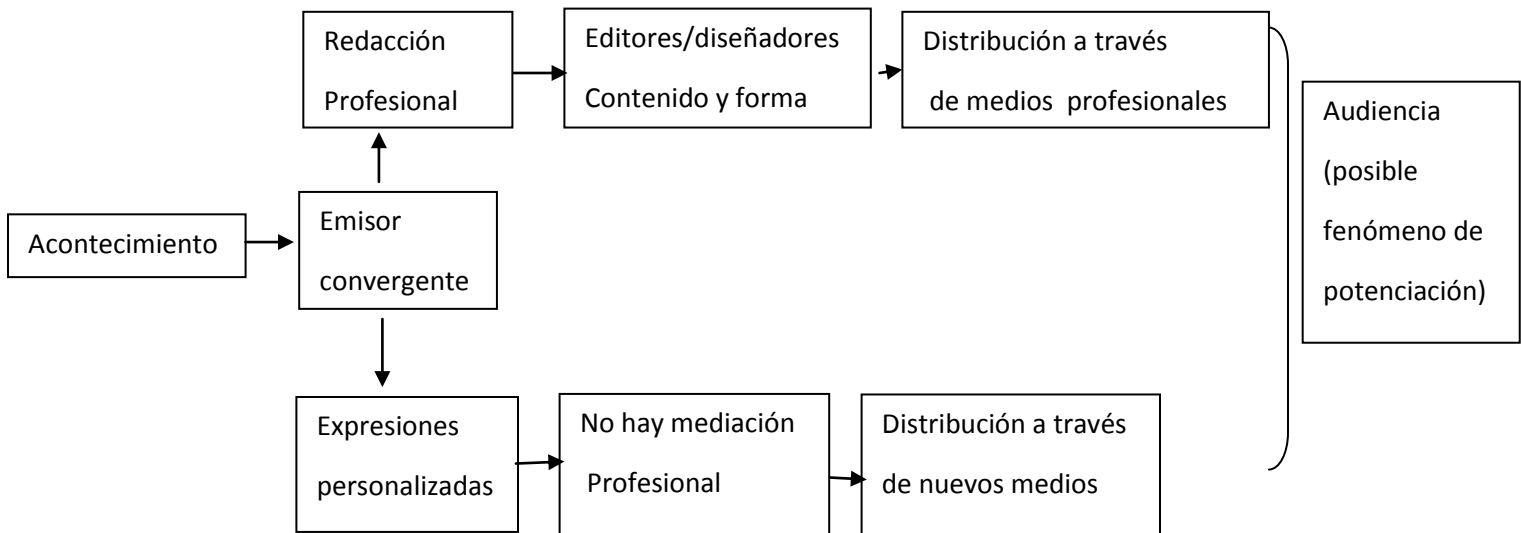
La autora menciona que en la actualidad, la tecnología que antes solo estaba al alcance de los grandes medios y periodistas, ahora permite que las audiencias formen parte de los procesos de recolección de acontecimientos y en su difusión, ella lo ejemplifica con dos esquemas en los cuales el primero muestra el proceso que seguía la recolección de la información antes de de los nuevos medios y el segundo esquema ejemplifica el proceso que se lleva a cabo en la era de los nuevos medios, esto es de interés para este trabajo ya que es importante ver como se ha modificado el tratamiento de la información y como es que el proceso de recolección y difusión ha cambiado.

Flujo de la noticia antes de los nuevos medios



“El flujo de la noticia en la era pre Internet seguía un proceso lineal que comenzaba con la recolección de información, continuaba con la edición en las redacciones, núcleo de la mediación profesional entre el periodista y la audiencia” (Meneses, 2010:66).

Flujo de las noticias en la era de los nuevos medios



“En la era Internet, la mediación profesional se erosiona, una vez que las audiencias entran directamente con éstas a través de novedosas plataformas como You tube o bien blogs, por citar algunos ejemplos” (Meneses, 2010:66).

En este sentido se plantea que el uso de los nuevos medios realiza una emisión específica, con la celeridad que la difusión de las redes facilita sin seguir la línea predeterminada de los medios tradicionales, es decir, se muestra un cambio en cuanto a la rapidez u oportunidad, que vislumbra que nada podrá competir con los nuevos medios. Sobre los usuarios o emisores convergentes como los nombra Meneses señala que tienen la posibilidad de hacer suyo los nuevos medios y de esta manera publicar su intimidad sin importar la información, aunque cuestiona si los datos que se comparten son noticia, como una primera respuesta dice que no lo son, pero que pueden ser noticiables y compartidos a través de distintas redes sociales como Facebook.

Señala que no todo lo que abunda en la red cobra relevancia noticiosa aunque esto no interfiere con que cualquier hecho, al ser tratado por profesionales, puede adquirir la categoría de noticia, aún cuando esta no afecte a algunas personas, ni que sea trascendental, estremecedor o improbable.

3.5 LAS REDES SOCIALES UNA HERRAMIENTA DEL PERIODISMO

En este apartado se pretende mostrar que las redes sociales se están utilizando de diversas maneras, una de ellas como herramienta del periodismo. Los medios de comunicación actualmente utilizan las redes sociales lo que induce a que la gente se informe y opine acerca de lo que pasa cotidianamente a partir de las mismas, abriendo canales para que la profesión del periodismo extienda su labor en la propagación de la información.

A la pregunta generada por el autor Yulvitz Quiroz, (2014) ¿Cuál es la aplicación que se da a las redes sociales y de qué manera contribuyen al tratamiento del contenido de la información periodística actual del periodismo digital? Menciona que entre las diversas respuestas están los periodistas de viejo cuño, que sostienen que el ejercicio ético y correcto de la profesión periodística no

permite que se modifiquen las premisas ni la estructura del contenido informativo establecidas desde el origen del periodismo tradicional.

Los periodistas denominados nativos digitales sostienen que deben mantenerse los valores y las premisas tradicionales, sin embargo, la estructura del contenido informativo, que es transmitida a partir de las redes sociales sí debe modificarse debido a los nuevos instrumentos, como el hipertexto, pues favorece en la capacidad de entendimiento de las noticias por parte de los ciudadanos.

El autor menciona que las redes sociales se caracterizan por su inmediatez e interactividad, ya que son plataformas de comunicación que constituyen una vía rápida para la transmisión de información, se tiene mayor acceso a la información de forma instantánea.

Por otro lado Quiroz retoma diez principios básicos del periodismo digital, señalados por el director Guardian Media and News, Alan Rusbridger que permiten marcar la convergencia entre las redes sociales y el ciberperiodismo:

- Fomentar la participación y la retroalimentación.
- El medio no es para el grupo de periodistas que lo hace, si no para ellos, los lectores.
- Animar a otros a iniciar un debate, publicar materia o hacer sugerencias.
- Ayudar a crear comunidades en torno de intereses comunes y temas de importancia.
- Ser abierto y formar parte de la Web: no tenerle miedo a las herramientas en red.
- Reunir y supervisar el trabajo de otros.
- Aceptar que los periodistas no son los únicos autorizados y expertos. Hay otras voces interesantes.
- Disfrutar, expresar y reflejar la diversidad y promover los valores compartidos.

- Aceptar que la publicación puede ser el comienzo del proceso periodístico y no el final.
- Ser franco y abierto a los desafíos y mejoras, incluyendo las correcciones, aclaraciones y debate.

La relación entre el periodismo y redes sociales es de mutuo enriquecimiento. Las redes sociales se nutren en gran medida de la información elaborada por los medios de comunicación: buena parte de los contenidos que se comparten y comentan tienen su origen en los medios. En el otro extremo, el periodismo también se beneficia del contacto más directo con la gente que proporcionan las redes sociales. Las redes sociales no sustituyen a los medios: los complementan (Quiroz, 2014:292). Es decir, las redes sociales están teniendo un papel importante en la labor periodística ya que funcionan como herramientas para la construcción de una información y para la recuperación de información que genere algún tipo de interés social.

CAPÍTULO IV

APARTADO METODOLÓGICO

4.1 METODOLOGÍA

Un estudio sobre la información que publican los usuarios mexicanos y su tratamiento periodístico es una investigación que no reemplaza a la investigación cuantitativa ni a la cualitativa, sino más bien busca utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas.

Roberto Hernández Sampieri (2010), dice que a lo largo de la historia de la ciencia han surgido diversas corrientes de pensamiento, como el empirismo, el materialismo dialéctico, el positivismo, la fenomenología, el estructuralismo y diversos marcos interpretativos, como la etnografía y el constructivismo, que han originado distintas rutas en la búsqueda del conocimiento. Sin embargo, y debido a las diferentes premisas que las sustentan, desde el siglo pasado tales corrientes se han “polarizado” en dos aproximaciones principales para indagar: el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo de la investigación.

Menciona que ambos enfoques emplean procesos cuidadosos, metódicos y empíricos en su esfuerzo para generar conocimiento, por lo que la definición previa de investigación se aplica a los dos por igual, y utilizan, en términos generales, cinco fases similares y relacionadas entre sí:

1. Llevan a cabo la observación y evaluación de fenómenos.
2. Establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizadas.
3. Demuestra el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento.

4. Revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o del análisis.
5. Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar y fundamentar las suposiciones e ideas; o incluso para generar otras.

Sin embargo, aunque las aproximaciones cuantitativa y cualitativa comparten esas estrategias generales, cada una tiene sus propias características.

Por lo tanto, con lo que respecta a la metodología cuantitativa, como se ha mencionado presenta un conjunto de procesos tanto secuencial y probatorio. Cada etapa precede de la siguiente y no se puede “brincar o eludir” pasos, el orden es riguroso, aunque, desde luego, se pueden redefinir algunas fases. La metodología cuantitativa, parte de una idea, que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se desarrolla un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas (con frecuencia utilizando métodos estadísticos), y se establece una serie de conclusiones respecto de las hipótesis.

En cambio, la metodología cualitativa consiste en comprender un fenómeno social, político y cultural, o algún hecho que esté relacionado con la vida cotidiana de los individuos, el énfasis de este enfoque no está en medir las variables que se encuentran involucradas si no en entenderlo, mediante la recolección de datos sin ninguna mediación numérica para probar o no las hipótesis supuestas en el procesos de interpretación (Hernández 20103).

Gregorio Rodríguez Gómez (1996) dice que la metodología cualitativa, se enfoca en el estudio de la realidad en su contexto natural, tal y como sucede, intentando sacar sentido de, o interpretar los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas. La investigación cualitativa implica la utilización y la recolección de una gran variedad de materiales como son

la entrevista, experiencia personal, historias de vida, observaciones, textos históricos, imágenes, sonidos, que describen la rutina y las situaciones problemáticas y los significados en la vida de las personas.

La investigación cualitativa permite que los investigadores se aproximen a un sujeto real, que está presente en el mundo y que puede ofrecer información sobre sus propias experiencias, opiniones, valores, etc.

Ahora bien, teniendo en cuenta la definición de ambas metodologías la cuantitativa y la cualitativa, se retoman las definiciones presentadas por Roberto Hernández Sampieri como las más significativas del enfoque mixto o los métodos mixtos:

1. Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno.
2. Los métodos de investigación mixta son la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno. Éstos pueden ser conjuntados de tal manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales (forma pura de los métodos mixtos). Alternativamente, estos métodos pueden ser adaptados, alterados o sistematizados para efectuar la investigación y lidiar con los costos del estudio (forma modificada de los métodos mixtos).

Con respecto a estas definiciones, queda claro que la intención de los métodos mixtos es combinar al menos un componente cuantitativo y uno cualitativo en un mismo estudio o proyecto de investigación. En un sentido amplio

se visualiza a este tipo de investigación como un continuo en donde se mezclan los enfoques cuantitativo y cualitativo, centrándose más en uno de estos o dándoles el mismo peso, donde cabe señalar que cuando se habla del método cuantitativo este se abrevia como CUAN y cuando se trate del método cualitativo como CUAL.

El beneficio de utilizar este método es porque las relaciones interpersonales, la depresión, las organizaciones, la religiosidad, las enfermedades, los valores, la pobreza y en general, todos los fenómenos y problemas que enfrentan actualmente las ciencias son tan complejos y diversos que el uso de un enfoque único, tanto cuantitativo como cualitativo, es insuficiente para lidiar con esa complejidad. Por ello se requiere de los métodos mixtos. Aparte de que filosófica y metodológicamente hablando, los métodos mixtos se fundamentan en el pragmatismo, en el cual pueden tener cabida casi todos los estudios e investigadores cuantitativos y cualitativos. Por lo tanto, nos permite también investigar de una manera más particular los fenómenos sociales de forma subjetiva y cuantificable en la cual existen métodos y estrategias que son utilizadas para conocer y analizar la información que se plantea en el objeto de estudio.

4.2 ESTRATEGIA

Cierta información que los usuarios presentan en algunas ocasiones cobra relevancia periodística debido al contenido de dicha información. Por lo tanto, para conocer cómo es convertida la información de usuarios mexicanos de Facebook en interés público, se llevó a cabo una revisión de notas periodísticas.

Se realizó una guía de análisis conformada por diez categorías para que resultara más fácil la identificación de los elementos y el tipo de información que conjuntamente construyen las notas periodísticas.

Categorías:

1. Orden formal/ Estructural de la nota

Esta categoría se conforma de cinco indicadores que tiene como objetivo registrar: a) número de la nota, b) título, c) autor, d) fecha y e) lugar

2. Nuevas formas de producción periodísticas

Esta categoría se conforma de seis indicadores que tienen como propósito identificar si dentro de la información de la nota se encuentran: a) videos, b) fotos, c) links d) hashtags, e) texto y f) comentarios

3. Información privada

De esta categoría se desprende una subcategoría (datos personales) que se conforma de cinco indicadores a) nombre del aludido, b) edad, c) ocupación, d) dirección y e) contacto. El fin es identificarlos dentro del contenido de las notas.

4. Temáticas interés público

De esta categoría se desprenden cinco subcategorías a) educación, b) violencia, c) economía, d) política y e) salud. La intención consiste en registrar oraciones donde se aborden estas distintas temáticas.

5. Información que los medios consideran de interés público

De esta categoría se desprenden cinco subcategorías a) denuncias, b) polémica e indignación, c) exhibición, d) burla y e) crítica. El objetivo, registrar oraciones donde se aborden las distintas temáticas.

6. Contenidos de las notas

De esta categoría se desprenden dos subcategorías:

a) emociones/sentimientos. El objetivo registrar el tipo de emociones y sentimientos que se nombran a través de sustantivos, adjetivos y adverbios.

b) cotidianidad. El propósito registrar una actividad dentro de las notas para mostrar si los acontecimientos se desarrollan a partir de actividades cotidianas.

7. Formas en que es presentada la información periodística

De esta categoría se desprenden tres subcategorías:

a) fuentes, registrar el tipo de fuentes que utiliza el medio para sustentar la información.

b) juicios o valores, Identificar los juicios o valores emitidos sobre el acontecimiento presentado.

c) replica del aludido, registrar una oración donde se enuncie la réplica.

8. Formas de visibilidad de las notas

De esta categoría se desprenden tres subcategorías:

a) comentarios, identificar si se generan más de diez comentarios.

b) hashtags, registrar los que son utilizados en las redes sociales y aparece en las notas.

c) redes sociales, registrar el total de redes donde se puede compartir la nota.

9. Formas de interacción que tiene la nota

De esta categoría se desprenden tres subcategorías.

a) comentarios, registrar el total de comentarios en la nota.

b) compartir, identificar el total de veces que se compartió la nota.

c) me gusta, rastrear el total de “me gusta” que se recibió la nota.

10. Circulación de la información

El objetivo de esta categoría es identificar si la nota se compartió más de dos veces.

4.3 UNIDAD DE ANÁLISIS

1. Se buscaron notas periodísticas cuya fuente de información fuera Facebook y se hablara de usuarios mexicanos, en periódicos como El Universal, El Excélsior, La Jornada, El Grafico, El Periódico Nacional, El Diario de México, El Informador, Puebla On Line, Sin embargo, Sdpnoticias, Hoy Estado de México y Formato Siete, ya que dichos periódicos se encuentran en línea. Las notas se localizaron en un periodo de tiempo que va de agosto del 2015 a diciembre del 2016.

2. Se eligieron aquellas notas que cumplieran con las siguientes características:

A) Que se trataran de usuarios mexicanos

- B) Que no fueran figuras públicas (gente del espectáculo, políticos o familiares de ellos), sino personas anónimas (previo a la publicación de su nota en el periódico). Sólo en el caso de una nota se hace la excepción ya que se habla de una periodista y el acontecimiento es de interés para la investigación.
- C) Que fueran notas que se compartieran en la plataforma de Facebook independientemente de la red social donde se colocara por primera vez la información.
- D) Que la información que se retomara en las notas fuera publicadas por los usuarios involucrados o por terceros.

4.4 CORPUS

Para llevar a cabo el objetivo de esta investigación se rastrearon primero 10 notas de sucesos virales de Facebook con la intención de que posteriormente se rastrearan otras dos notas por cada suceso. De esta manera, se analizaron un total de 30 notas periodísticas. En total se abordan 10 temáticas que se anuncian a continuación, con el fin de que en el análisis resulte más fácil identificar de qué suceso se habla, ya que se tendrán tres notas por suceso y será repetitivo el mencionar de qué nota se menciona específicamente.

Tabla 1. Temáticas

#	Notas	Temáticas
1	Estudiante se toma selfie con mujer en agonía	Selfie con moribunda
2	Mujer publica dibujo de su camioneta robada	Dibujo de camioneta robada
3	Periodista denuncia agresión sexual en la condesa	#FelizDíadelMujer
4	Joven ebria choca autos e intenta sobornar a policías	#Lady100pesos
5	Niño con autismo en concierto de coldplay conmueve en redes sociales	Niño autista
6	Joven publica fotografía de taxi con colchón amarrado en el techo	Polémico colchón azul
7	Mujer pide a doctora que sea madrina de su parto	#LadyCesárea
8	Mujer exhibe a la amante de su esposo	#LadyOxxo
9	Mujer finge estar en coma para no pagar deuda	#LadyComa
10	Invitación a los XV años de Rubí	XV de Rubí

Tabla 2. Total de notas

#	Periódico en Línea	Título de la nota	Fecha en que se publico la nota	Fecha del acontecimiento
1	Excélsior	Estudiante de medicina explica "selfie" con mujer en agonía	8-08-2015	08-08-2015
2	La Jornada	Estudiante se toma selfie con moribunda	9-09-2015	
3	El Universal	Polémica por selfie de estudiante universitaria con anciana hospitalizada	10-09-2015	
4	Excélsior	Publica dibujo de su camioneta robada y estallan los memes	09-12-2015	08-12-2015
5	El Universal	Estrenará camioneta tras dibujar la que le robaron	14-12-2015	
6	Periódico El Nacional	Publica dibujo de su camioneta robada y se vuelve viral	10-12-2015	
7	El Universal	Periodista denuncia agresión en la Condesa	09-03-2016	08-03-2016
8	Proceso	Periodista denuncia agresión sexual en la Condesa; le bajan la ropa interior	09-03-2016	
9	Sin Embargo	Periodista de Vince denuncia agresión sexual en calles de la Condesa	09-03-2016	
10	El Universal	Joven ebria choca autos; la llaman #Lady100pesos	22-04-2016	21-04-2016
11	Excélsior	VIDEO: #Lady100pesos ofrece dinero a policías después de chocar ebria	22-04-2016	
12	Sdnpnoticias	Intenta sobornar a policías con 100 pesos; viajaba en estado de ebriedad (VIDEO)	22-04-2016	
13	El Informador	Niño con autismo en concierto de Coldplay conmueve en redes	22-04-2016	16-04-2016
14	El Universal	Coldplay responde a niño que lloró en su concierto	26-04-2016	
15	Diario de México	Coldplay responde a niño autista que asistió a su concierto	27-04-2016	
16	Hoy Estado de México	Taxista le roba colchón recién lavado	29-05-2016	27-05-2016
17	Excélsior	El día que Xalapa enloqueció por un colchón azul	31-05-2016	
18	Puebla On Line	El polémico colchón azul que se hizo famoso en Xalapa	31-05-2016	
19	Puebla On Line	Aparece #LadyCesarea, quería a doctora como madrina para no pagar parto	31-05-2016	31-05-2016
20	Chilango	Quería parto barato y se convierte en #LadyCesárea	31-05-2016	
21	El Universal	#LadyCesárea pide a médico "apadrinarle" operación	01-06- 2016	
22	Excélsior	Exhibe a la amante y la viralizan como una #lady más en redes	17-07-2016	

23	El Diario de Chihuahua	Exhibe a la amante y la viralizan como una #lady más en redes	17-07-2016	17-07-2016
24	Formato Siete	Exhibe a la amante y la convierte en #LadyOxxo	17-07-2016	
25	Excélsior	#Ladycoma: Pide dinero y finge estar en coma para no pagar	03-08-2016	27-07-2016
26	El Gráfico	#LadyComa finge estar en coma para no pagar tanda	03-08-2016	
27	El Mañana Nacional	"Matan" a Lady Coma en redes sociales	10-08-2016	
28	Excélsior	Video: Invitación a los XV años de Rubí se hace viral en redes	2-12-2016	29-11-2016
29	El Universal	Invitación a los XV años de Rubí se vuelve viral y miles confirman su asistencia	7-12-2016	
30	Sdpmoticias.com	Los XV de Rubí son noticia Internacional	9-12-2016	

4.5 TÉCNICA

ANÁLISIS DE CONTENIDO

De acuerdo con "Las técnicas de Análisis de Contenido: una revisión actualizada" de Jaime Aréu Abela (2000), se dice, que el análisis de contenido es en un sentido amplio, una técnica de interpretación de textos, donde puede existir todo tipo de registros de datos en su capacidad de albergar un contenido leído e interpretado adecuadamente ya que abre las puertas a conocimientos de diversos aspectos y fenómenos de la vida social. Así es como lo vamos a entender en esta investigación.

Andréu, habla de que el análisis de contenido, se basa en una lectura (textual o visual) como instrumento de recolección de información, una lectura que a diferencia de la lectura común debe realizarse siguiendo el método científico, es decir, debe ser, sistemática, objetiva, replicable, y válida.

En ese sentido es semejante su problemática y metodología, salvo algunas características específicas, a la de cualquier técnica de recolección de

datos de investigación social, observación, experimento, encuestas, entrevistas, etc. No obstante, lo característico del análisis de contenido y que distingue de otras técnicas de investigación sociológica, es que se trata de una técnica que combina intrínsecamente, por lo tanto su complejidad, la observación, producción de datos y la interpretación de datos (Andréu, 2000).

Se dice que todo contenido de un texto o una imagen pueden ser interpretados de una forma directa y manifiesta o de una forma sorteada de su sentido latente. Por tanto, se puede percibir de un texto o una imagen el contenido, obvio, directo que es representación y expresión del sentido que el autor pretende comunicar. Asimismo, también se puede percibir un texto, latente oculto, indirecto que sirve del texto de manifiesto como de un instrumento, para expresar el sentido oculto que el autor pretende transmitir.

“Tanto los datos expresados (lo que el autor dice) como los latentes (lo que sin pretenderlo) cobran sentido y pueden ser captados dentro de un contexto. El contexto es un marco de referencias que contiene toda aquella información que el lector puede conocer de antemano o inferir a partir del texto mismo para captar el contenido y el significado de todo lo que se dice en el texto. Texto y contexto son dos aspectos fundamentales en el análisis de contenido” (Andréu, 2000:2).

Raúl Martín (S/N) dice que se ha presentado un nuevo enfoque de investigación, que es empleado con frecuencia en todas las áreas relacionada con los medios: el análisis de contenido. Se dice que la popularidad de este método se basa en su eficacia para analizar los contenidos mediáticos, con aplicaciones tan concretas como cuantificar el número y tipo de anuncios publicitarios emitidos en un medio audiovisual o publicado en un periódico.

Menciona que “el investigador necesita saber analizar el material simbólico o “cualitativo”. Gran parte de la investigación moderna se realiza mediante tareas de clasificar, ordenar, cuantificar, e interpretar los productos evidentes de la conducta de los individuos o grupos. El análisis es la actividad es la actividad de

convertir los “fenómenos simbólicos” registrados en “datos científicos”. Es tarea del análisis cualitativo el poder describir los elementos de ciertas conductas, registrarlos de forma ordenada, clasificarlos o categorizarlos, determinar su frecuencia cuantitativa e interrelacionarlos” (Martín, S/N: 1).

Por lo tanto, con la definición de lo que se refiere el análisis de contenido se va a utilizar esta técnica de análisis con la información presentada en las notas periodísticas seleccionadas desde dos niveles tanto la información que se presenta en Facebook o redes sociales como el texto que se es construido por la prensa. Sin embargo, para esta investigación, solo se analiza la construcción y conjunción de elementos que agrupa la nota a partir de la información recabada de las redes sociales.

4.6 INSTRUMENTO DISEÑO DE ESTRATEGIA METODOLÓGICA

Categorías	Subcategorías	Índices / Indicadores	Formato De Registro	Columna
1.- Orden Formal / Estructura de la nota		Número De Nota	Número designado a la nota	A
		Título	Identificar si la nota cuenta con título	B
		Autor	Identificar si la nota tiene firma	C
		Fecha	Identificar si la nota cuenta con la fecha de publicación	D
		Lugar	Identificar si aparece el lugar donde se realizó el acontecimiento	E
2.-Nuevas formas de producción periodística		Video	Identificar si aparece video sobre el acontecimiento	F
		Fotos	Identificar si aparecen fotos sobre el hecho noticioso	G
		Links	Identificar si se presentan ligas donde se pueda revisar más información sobre el acontecimiento	H
		Hashtag	Identificar si se hace uso del hashtag en el texto de la nota	I
		Texto	Identificar si la extensión de la información pasa de más de cinco líneas	J
		Comentarios	Identificar si se realizan comentarios acerca de la información de la nota	K
3.-Información privada	Datos Personales	Nombre	Identificar si aparece el nombre de quien se habla en la nota	L
		Edad	Identificar si aparece la edad de quien se habla en la nota	M
		Ocupación	Identificar si se dice a que se dedica de quien se habla en la nota	N
		Dirección	Identificar si aparece alguna dirección de quien se habla en la nota	O
		Contacto	Identificar si en la nota aparece una cuenta de internet de quien se habla en la nota	P
4.-Temáticas de interés público	Educación		Identificar si hay notas donde se hable sobre educación	Q
	Violencia		Identificar si hay notas donde se hable sobre violencia	R
	Economía		Identificar si hay notas donde se hable sobre economía	S

	Política		Identificar si hay notas donde se hable sobre política	T
	Salud		Identificar si hay notas donde se hable sobre salud	U
5.-Información que los medios consideran de interés público	Denuncias		Identificar si hay notas donde se hable sobre denuncias	V
	Polémica E Indignación		Identificar si a partir de la información dentro de la nota se habla sobre alguno de estos dos	W
	Exhibición		Identificar si la información tiene relación con exhibir de quien se hace referencia en la nota	X
	Burla		Identificar si la información tiene relación con burlas generadas de quien se habla en la nota	Y
	Crítica		Identificar si de quien se habla en la nota la información tiene relación con críticas de su persona	Z
6.-Contenido de las notas	Emociones/ Sentimientos		Identificar si en el texto de la nota se encuentran	AA
	Cotidianidad		Identificar si en el texto de la nota se habla de acontecimientos relacionados con la cotidianidad	AB
7.-Forma en que es presentada la información periodística	Fuentes	Testimonios, Entrevistas, Fotografías, Videos, Conversaciones y Publicaciones (Redes Sociales)	Identificar las fuentes a partir de las cuales el medio sustenta la información	AC
	Juicios De Valor	Opiniones y Comentarios	Identificar si en el texto de la nota se encuentran juicios de valor	AD
	Replica Del Aludido	Testimonios, Fuentes Y Entrevistas	Identificar si en el texto de la nota se encuentra alguna oración de la réplica del aludido	AE
8.-Formas de visibilidad que tuvo la nota	Comentarios		Identificar si se generan más de diez comentarios a partir de la información de la nota	AF
	Hashtag		Identificar los hashtags que parecen en la nota	AG
	Redes Sociales		Identificar el número de redes en las que se comparte la nota	AH
9.-Formas de interacción que genera la nota	Comentarios		Identificar total de comentarios	AI
	Compartir		Identificar el total de veces que se compartió la nota	AJ
	Me Gusta		Identificar el número de “me gusta” que le dieron a la nota	AK
10.-Circulación de la información			Identificar si la noticia se publico más de dos veces por otro medio	AL

CAPÍTULO V

MAGNIFICACIÓN MEDIÁTICA DE CONTENIDOS

Este apartado está encaminado a realizar un análisis de la información que es publicada por los usuarios mexicanos de redes sociales, específicamente en Facebook, y que después es convertida en interés público a través de un tratamiento periodístico. Las notas seleccionadas y utilizadas para este análisis están relacionadas con usuarios que manejan las redes sociales y que, por algún motivo, -una publicación, una fotografía, un video o un comentario de los que son autores o en los que se encuentran involucrados- se vuelven virales brincando de una red a otra, hasta llegar a los medios de comunicación, como a periódicos tanto impresos como en línea.

En este sentido, es preciso tomarse un momento para reflexionar la cita de Ricardo Bucio Mújica: “la frontera que divide el mundo virtual del mundo real es más intangible y desdibujada. Las fortalezas o defectos de las personas en ambos espacios no son diferentes, pero internet se convierte en un poderoso megáfono que amplifica de estereotipos y prejuicios, ocasionando marcas imborrables” (Bucio, 2015:7). La importancia de esta cita para empezar con el análisis es para dimensionar el objeto de estudio que se plantea en la investigación y es que Internet, y las redes sociales en los últimos años se han convertido en animosos potenciadores y reproductores de información. La tarea multiplicadora en la que, con poca o nula reflexión, se retuitean o repostean, fotografías, comentarios y videos, tienen consecuencias profundas en la vida de las personas (Bucio, 2015).

Cuando se hablaba de las redes sociales hace algunos años no había un cálculo del alcance e impacto que tendrían en el mundo. Actualmente, se habla de Facebook y se dice que funge como un medio de comunicación al facilitar una interacción inmediata con otros usuarios. Por ello, se ha mencionado con insistencia en capítulos anteriores que, aunque la corporación de Mark Zuckerberg

es la base del caso que aquí se presenta, no significa que sea el único canal de difusión de la información.

Normalmente la utilización que los usuarios le dan a Facebook tiene que ver con platicar, compartir fotografías, noticias personales, subir videos, jugar, planear reuniones familiares o de amigos, hasta para enviar felicitaciones de cumpleaños, conocer recomendaciones sobre lugares turísticos, restaurantes, hoteles, museos, etcétera, se hace uso de la opción crear un grupo para compartir información de interés común y también se unen a páginas con la intención de apoyar causas sociales. Como se ve con Facebook es poco lo que un usuario no podría hacer, ya que puede ser utilizada 24 horas al día, siete días a la semana. La cantidad de actividad en Facebook es casi inconcebible pues los usuarios colocan millones de datos.

Por lo tanto, resulta importante resaltar por qué para medios de comunicación como la prensa es trascendente la información que publican los usuarios mexicanos, para responder a ello, en los siguientes apartados nos apoyaremos en las categorías planteadas en el apartado teórico y en los cuadros realizados donde se sistematizó la información del análisis de las notas.

- ***Selección de las notas***

La investigación se centró en presentar contenidos en línea que se propagan de una red a otra según el interés de los usuarios para compartirlos, como es el caso de las siguientes notas periodísticas que lograron generar curiosidad, teniendo así como resultado de la viralidad la publicación en un periódico.

El objetivo inicial para la selección de las notas era que la información de éstas se desarrollará en Facebook, que una publicación cualquiera que fuera comentario, foto o video se publicara por una persona y la reacción que generará dicha publicación estuviera relacionada con ella directamente. Pero al hacer la

búsqueda en esta red se observó que en algunos casos un acontecimiento que se generaba en la vía pública, o en otras redes como WhatsApp, Twitter, YouTube, etcétera, duraban algunas horas circulando en las redes hasta volverse viral, es decir, no se podían sólo tomar acontecimientos que se desarrollaran únicamente en Facebook, ya que estos se hacen públicos por cualquier vía que esté al alcance de los usuarios de Internet es decir, se comparten por distintas redes sociales sin que el individuo involucrado en el acontecimiento sea quien realice la publicación de la información.

Una vez, que se resolvió que la información se buscaría en Facebook pero que no precisamente tenían que generarse ahí, la atención se centró en buscar acontecimientos que tuvieran un alcance fuera de las redes, es decir, que a partir de esa información se generará una nota en la página de un periódico en línea. “Cuando algo se comparte miles de veces y logra colarse en el ciclo informativo se crea una burbuja que impide ver informaciones con una orientación distinta a la que circula de manera prioritaria (Benassini, 2017:51).

En la selección de las primeras diez notas se buscó que estuvieran publicadas por algunos de los principales periódicos impresos en México que también tienen un alcance virtual como El Universal, El Excélsior y La Jornada. Posteriormente se puso como objetivo que las notas además fueran publicadas por lo menos otras dos veces por otros periódicos en línea, esto para conocer si existe una circulación diversa de la información.

De modo que el proceso de selección de una nota consistió en monitorear, la información que con mayor frecuencia compartían usuarios de Facebook, así al tener ubicado un suceso se revisaban las páginas de los principales periódicos en línea con la finalidad de verificar que se había retomado la información generando una nota, se consideró que esta fuera compartida en Facebook por los usuarios, es decir, en algunas ocasiones, los contenidos que han sido exhibidos en los

medios son devueltos a la red y abren una venta para la difusión de dicha información (Trejo, 2015).

En este sentido, las primeras notas que se identificaron sirvieron para ubicar palabras claves del acontecimiento y realizar una segunda búsqueda en otros periódicos en línea que hubieran trabajado la información. Así pues, la selección de noticias se dividió en dos partes, la primera, consistió en identificar diez sucesos virales de Facebook que tuvieran relevancia periodista. La segunda buscar que por lo menos otros dos periódicos en línea también retomaran el acontecimiento para así tener un total de tres notas de un mismo acontecimiento pero publicada por tres distintos periódicos en línea. El periodo de búsqueda de las notas fue de agosto del 2015 a diciembre del 2016, es importante señalar que durante este tiempo no fueron las únicas notas que se encontraron pero sí las que se apegaban a esta investigación. Finalmente se obtuvo un total de 30 notas periodísticas.

5.1 ORDEN FORMAL Y ESTRUCTURAL DE LA NOTA

El propósito de esta categoría consiste en destacar la estructura de estas notas periodísticas con información recolectada en los pasillos del mundo virtual, a partir de elementos como lo son, **1. Título, 2. Autor, 3. Fecha 4. Lugar**, es decir, qué aspectos hacen de una nota común y al mismo tiempo diferente al resto., en esta doble acepción analizar una estructura colectiva.

1. Título

Durante la selección no se planeó buscar notas que tuvieran relación con algún tema en concreto solo que fueran acontecimientos virales y tuvieran un título que las identificara, teniendo en cuenta que las cabezas o titulares “son “el grito”, la llamada de atención con que los medios periodísticos anuncian sus mensajes” (Marín, 2012:90). De igual modo, se retomó la idea de Van Dijk (1990), pues

señala que el titular precede al encabezado y juntos preceden al resto de ítem informativo, lo que significa, que su función es clara juntos expresan los principales temas del hecho, es decir, funcionan como un resumen inicial de la información del texto, de ahí que solo nos interesará que se ubicará un título pues es un elemento fundamental en la estructura de una nota y aparte el lector debe inferir los temas, es decir, la información más importante se presenta primero. En este sentido, otra importancia de que la nota presentara un título fue porque se considera que los titulares que se construyen a partir de datos que provienen de las redes sociales suelen ser más simples, divertidos y hasta en algunos casos son casi una competencia de ingenio. En este caso del total de 30 notas se tiene que las mismas 30 cuentan con un título específico. Estos pueden consultarse en la *tabla 2* que se encuentra en el capítulo metodológico. Aquí sólo se enlistan algunos ejemplos que nos muestran la manera en que son nombradas las notas.

2. Autor

Después, de ubicar el título, se buscó identificar dentro de la nota al autor de la información. En un primer momento no nos detuvimos en verificar si se encontraba firmada por un periodista o por la redacción, ya que solo se buscaba mostrar que la información se hallaba respaldada, sin embargo, una vez que se empezó con el análisis se observó que de las 30 notas solo tres contaban con la firma de un periodista y las otras 27 notas estaban firmadas por la redacción.

Este hallazgo resultó importante debido que llevó a generar un cuestionamiento, ¿será que no presentar el nombre del autor de la nota se relaciona con la veracidad y el trato que se da a la información de los usuarios de las redes sociales que es convertida en interés público por parte de la prensa? Dicho de otro modo, ¿será que la información que se presenta no se trabaja lo suficiente y, por lo tanto se muestra sólo como una información instantánea en el sentido de que es considerada no relevante para hacer una investigación a fondo de los acontecimientos, pero que sí busca visibilizar hechos que generan revuelo

en los muros de Facebook y Twitter, sin premeditar lo que puede ocasionar el presentar dichos sucesos? Tal como afirma el sociólogo Raúl Trejo (2015), las redes sociales como Facebook y Twitter, en donde los individuos se dirigen a un universo de dimensiones la mayoría de las veces inciertas, resulta difícil exigir moderación y prudencia, pero en el caso de los medios de comunicación éstos están sujetos a disposiciones legales y parámetros de conducta, explícitos o implícitos, que no suelen tomar en cuenta cuando, sin contexto alguno, reproducen contenidos de las redes digitales y es que vale decir que en esos “espacios convergentes expresiones propias de la vida privada llevadas a un ámbito semi-público, y en ocasiones del todo público”(Trejo,2015:46), puede afectar la reputación e intereses de los usuarios. Así pues, si alguna persona o el mismo aludido quisieran proporcionar un comentario o desmentir la información no existe un canal abierto para la comunicación pues de antemano se desconoce quién está presentando dichos datos.

3. Fecha

Después, de ubicar tanto el título como el autor otra exigencia importante de la estructura de la nota es que contara con una fecha para generar un registro del día en que se presentó el acontecimiento en las redes sociales y la fecha del día en que posteriormente apareció la nota publicada en la red por parte de un periódico. Del total de las 30 notas se tiene que en todas se encuentran las dos fechas. Durante el análisis, se presentó un dato que no se tenía considerado, “la temporalidad” que se le da a la información después de ser publicada la nota. Es decir, con frecuencia se postean muchas notas, pero no se sabe si existe un tiempo para dejar de darle difusión. Lo que se observó con el registro de las fechas fue que la mayoría de los acontecimientos duran más o menos “dando de qué hablar un mes”, aunque simultáneamente aparecen otras informaciones que también tienen un alcance viral.

4. Lugar

Los lugares donde se originaron los acontecimientos de las notas fue en distintos estados del país, como Tamaulipas, Sonora, Guanajuato, Veracruz, Coahuila, San Luis Potosí y la Ciudad de México. Respecto a este dato la intención solamente se centró en mostrar si los acontecimientos se generaban en distintos puntos del país.

Respecto a los elementos que aquí se tomaron en cuenta de la estructura de las notas, fue para tener un parámetro de los datos que se consideran importantes en su elaboración y también, porque se cree que son elementos esenciales que suman para que una información se considere como confiable, son elementos que ayudan a mostrar de dónde viene la información, cuándo surgió y quién la trató y con qué objetivo. Con respecto al orden formal de la nota se pretendió ubicar si había algún elemento que fuera puntual al decir que la información se desarrolló en las redes sociales pero no se encontró ninguno en el sentido de decir claramente de dónde sale por primera vez la información.

Poniendo atención en la perspectiva que plantea Marín (2012) sobre que cualquier material es considerado como información, pero que no por ello quiere decir que toda la información sea periodística, nos sugiere un reflexión sobre el tipo de información que se está convirtiendo en noticia, pues la noticia es entendida como datos de un hecho que es actual, inédito y de interés general.

5.2 NUEVAS FORMAS DE PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA

En esta categoría se buscó identificar dentro del contenido de las notas ciertos indicadores como **videos, fotografías, links, hashtahs, texto y comentarios** para mostrar los elementos y formas que ayudan a la nueva producción periodística, pues los medios de comunicación han incorporado

distintas herramientas y aplicaciones que les permiten tener mayor visibilidad en la red y en aquellas plataformas que les ofrecen viralidad.

Actualmente, se tienen distintos dispositivos por los cuales se puede estar en contacto, a través de las computadoras, el teléfono móvil, el reproductor de música, entre muchos otros. Las audiencias como bien dice María Elena Meneses (2010), tienen imágenes, gráficos sonidos, formas y posibilidades infinitas de comunicación que se convierten en expansión de la información, se destaca “la posibilidad de personalizar los contenidos dejando atrás la programación vertical de la radio o la televisión. De esta forma, asistimos a un fenómeno dual en el que los individuos reciben información diversa y abundante a través de diversos canales que al mismo tiempo, personaliza al mismo” (Meneses, 2010: 40).

Como se ha mencionado, el Internet se ha encargado de ser un ente multiplicador y generalizador de diversos cambios en el mundo virtual como el tener un acceso a la información de manera inmediata y sencilla. Por su parte, en el periodismo se ha generado una adaptación al desarrollo tecnológico y a la nueva sociedad receptora, se han creado nuevos perfiles para llevar a cabo el ejercicio periodístico como por ejemplo familiarizarse con nuevos formatos que se desarrollan en la red, replantear los procesos productivos para seducir a las audiencias por medio diferentes lenguajes que son propios de los nuevos medios de comunicación como el audiovisual, el escrito y el hipertextual.

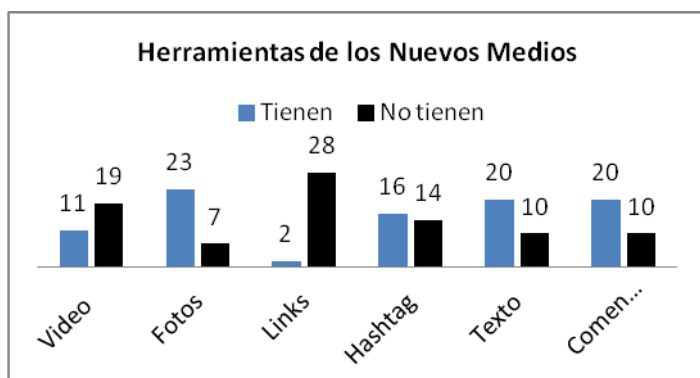
Los periódicos impresos suelen tener una información plana y con las nuevas plataformas y herramientas la información “aparece como capas de cebolla: en una primera capa, un breve; una segunda un resumen: en una tercera, la información completa; una cuarta, con consultas en diversos formatos mediáticos y así sucesivamente” (Meneses, 2010:43).

De acuerdo con lo que plantean Meneses (2010) y Quiroz (2014), la estructura del contenido informativo que es transmitido a partir de las redes sociales debe modificarse con los nuevos instrumentos como el hipertexto forma inédita de

presentar la información. En este sentido, una de las intenciones planteadas fue conocer si las notas estaban acompañadas de ciertos elementos y formas de la nueva producción periodística y se observó que en efecto en las notas sí se presentan estos nuevos formatos o herramientas como videos, fotografías, links, hashtags, textos y comentarios que enriquecieran la información y que facilitaran la interacción de los contenidos, buscando visualizar mejor la información.

La siguiente tabla muestra que del total de 30 notas 11 presentan videos, 23 fotografías, 2 presentan un link que enlaza a la nota con otra información que tiene relación o complementa la misma, 16 tienen un hashtag, 20 se conforman por lo menos de cinco párrafos y 20 cuentan con comentarios realizados por usuarios a partir de la información presentada en la nota.

Grafica 7.



El análisis muestra que las notas contienen al menos una **fotografía** o un **video** que acompaña al texto, aunque cabe resaltar que solamente dos veces se presentan otras páginas o **links** para complementarla. En cuanto al uso de los **hashtags**, se presenta por lo menos uno en la mitad de las notas seleccionadas en esta investigación. Los hashtags son una función de Twitter, etiquetas que se reconocen porque palabras claves anteceden el símbolo #. (#Lady100pesos). En español, los hashtags tienen una forma específica de presentarse una de ellas es que pueden ser tildados, por ejemplo, #LadyCesarea y #LadyCesárea, son dos maneras igualmente válidas y se visualiza el mismo flujo de información de

ambos. Así mismo, también es importante mencionar que los hashtags son una sola palabra, (#LadyOxxo). Es decir, los hashtags son una nueva clasificación de contenidos, etiquetas que permiten acceder a información y temas de interés entre usuarios identificados y con afinidades, la frecuencia con la que se utiliza un hashtag depende de la viralidad del acontecimiento en las redes. Según De Dios (2015), vivimos una nueva realidad donde bastan menos de 140 caracteres para diferenciar y excluir. En este sentido se retoma una pregunta que resulta interesante de Mario Campos (2015), ¿quién construye los hashtags o etiquetas abiertamente discriminatorios?, una primera respuesta supone que son un producto espontáneo, efecto de alguna persona con odio dispuesta a difundir sus mensaje. Pero por otro lado, dice “expertos en el manejo de redes advierten acerca de las estrategias de distracción. A veces la aparición de temas escandalosos no busca tanto atraer la atención como distraerla. Se trata de acciones deliberadas para controlar la agenda. Para decidir de qué se habla y de qué se deja de hablar” (Campos, 2015:18). Esto significa que los usuarios que simpatizan con el lenguaje de los hashtags harán eco. Por lo tanto, no se puede dejar de lado que la difusión de estos mensajes también tiene que ver con las miles de personas que pueden sentirse ofendidas y que reaccionaran al tema, paradójicamente, multiplicando su difusión al referirse al mismo. Se considera que es importante poner atención en los mensajes que se están transmitiendo a partir de estas etiquetas ya que mientras más se critican, más visible se hacen, más polémica despierta, más comentarios recibe y así se genera un ciclo que sirve a personajes anónimos. Estas etiquetas pueden ser una realidad o leyenda urbana, lo cierto es que como se ve con las notas revisadas cada determinado tiempo se generan oleadas de controversia en torno a temas que sorprenden a la sociedad (Campos, 2015).

Por otro lado, respecto al **contenido** y cantidad de párrafos de la información que conforman una nota, se observó que es muy escueta, no se hace una investigación a fondo del suceso, sólo se expone, en la mayoría de los casos, la información tal cual como aparece en las redes. La duplicación de la

información entre nota y nota es notoria, no se presentan datos distintos, no hay una investigación que vaya más allá de las publicaciones, fotografías, conversaciones que enriquezcan el texto. Se muestra una falta de fuentes para sustentar la información, lo que da pie algunas veces a la difusión de noticias falsas. Claudia Benassini en su texto *De la cámara de eco a la posverdad: reflexiones sobre la falsedad de la información en Facebook* retoma lo que dice Emily Bell “los usuarios de los medios de comunicación tradicionales pertenecen ahora a Facebook, porque la mayor parte de la información que consumen viene de esta red social [...] el 15 por ciento de la información que se puede encontrar en Facebook puede ser falsa: la gente no tiene tiempo de analizar, la comparte y punto. En el mundo viral hay mentiras que se extienden mucho más rápido que la verdad” (Benassini, 2017:50-51). En este sentido, resultó importante mostrar la extensión mínima de la construcción de las notas y la falta de herramientas para que la información sea considerada como confiable, ya que se evidencia un desinterés o despreocupación por parte de la prensa al presentar información de esta calidad y ponerla al alcance de sus lectores.

Ahora bien, teniendo en cuenta que la construcción de las notas carece de fuentes que sustenten la mínima información recuperada de los usuarios de Facebook, se muestra que no es un impedimento ya que abre un canal para la comunicación con los lectores a través de sus **comentarios** ya que la mayoría de las notas tiene al menos uno. “Esto no quiere decir que el individuo vaya a recibir una respuesta directa del *mass media* sino, más bien, con base en la información propalada por éste, el usuario puede interactuar con más miembros de la red interesados también en la misma noticia, promoviéndose así el intercambio de ideas” (Quiroz, 2014:291). Los comentarios realizados por los usuarios no tienen una restricción, son libres en todo sentido, puesto que no pasa de forma directa por los filtros de los redactores de prensa. La manera para que no se dé este tipo de comunicación sería eliminando los comentarios.

Finalmente, con el total de información concentrada en las notas se puede armar un rompecabezas informativo que expone que estos nuevos formatos y herramientas permiten y ayudan a que la información sea más atractiva para los usuarios e incluso se da una posibilidad al lector de participar, modificar e interrumpir el contenido mediático, es decir, se puede estar consumiendo información en un tiempo real, aunque se cuestiona si la información de las notas debe ser considerada como noticia de interés público.

5.3 INFORMACIÓN PRIVADA

En este apartado se destaca la transformación que se ha dado a los conceptos público y privado con el desarrollo de las sociedades modernas. Como se revisó en el marco teórico, Arendt (2005), decía que para los griegos el espacio privado se relacionaba con el territorio de la casa y la familia, es decir, se entendía que lo íntimo de los individuos estaba privado de ser visto y oído por los demás, el permanecer dentro de un espacio privado daba a los individuos un lugar donde podían permanecer ocultos del escrutinio de la vida pública.

Pero al replantear la privacidad en la actualidad, Thompson (2011) dice que ésta más bien tiene que ver con la capacidad de los individuos a tener el control sobre la información, pero en específico sobre el control de su información, controlar cómo y hasta qué punto se puede comunicar a los demás.

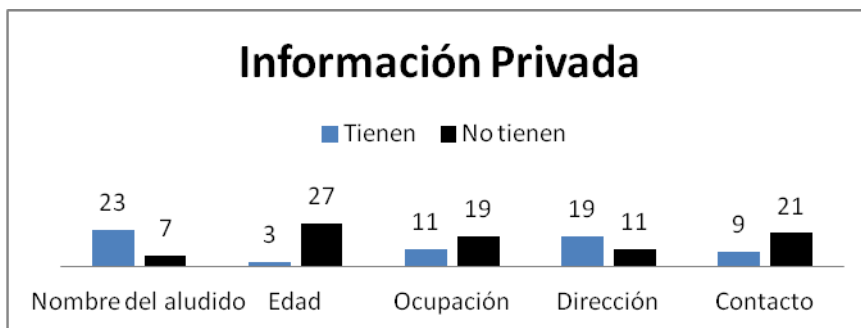
Por lo tanto, se generó un interés en saber si en los textos que conforman las notas con información de las redes se encuentran datos personales como: **el nombre del aludido, edad, ocupación, dirección o** una página de internet o un número telefónico que sirva como un medio de **contacto**, ya que como dice Trejo:

Los contenidos en línea se encuentran en formatos y ambientes digitales, diseñados para que se puedan copiar, reproducir y propagar fácilmente. Si después de haber colocado

una expresión impremeditada nos arrepentimos y queremos borrarla, podemos retirarla del espacio en donde la habíamos consignado (un muro de Facebook, una cuenta de YouTube, una entrada de Twitter), pero queda alojada en los servidores de ese sitio. Ese contenido, además lo pueden haber reproducido otros usuarios de la Red, de tal suerte que estará fuera de nuestro control (Trejo, 2015:40).

En la siguiente tabla se presenta que se encontró que de las 30 notas 23 presentan el nombre del aludido, 3 la edad, 11 la ocupación, 19 una dirección y 9 un contacto.

Grafica 8.



Respecto a estos datos obtenidos, se observó que sí se presentan datos personales, a lo que se podría decir que los individuos no tienen el control total de su información ya que los datos son expuestos. Recordando lo que dice Thompson (2011) de los derechos a la privacidad que tiene una persona a ejercer el control y restringir el acceso a los demás, se contraponen lo que el autor dice hasta cierto punto pues se expone la información y esto puede generar riesgos en la vida de un individuo. Aunque por otro lado, la privacidad y su control son analizados por los criterios que se plantean en la Ley mexicana.

Con respecto a la tecnología de la información no se puede seguir pensando en lo privado exclusivamente en términos de espacio físico, pues como

se ve, con el uso de las redes sociales y con los medios como los periódicos, lo privado se está construyendo a partir de un territorio desespacializado. Por otro lado, el hacer público o el ser público significa ser visible para los otros.

El mundo virtual se ha convertido en un espacio que es totalmente incontrolable, en el sentido en que una vez que las palabras y los actos aparecen es muy difícil controlar lo que ocurra con la información. Es decir, en este caso con los acontecimientos que se hacen públicos mediante las notas son y serán públicos para siempre. La mayoría de los usuarios que hacen uso de las redes sociales creen tener el control de su información porque son ellos quienes controlan quién puede ver o no su información, pero la verdad es que cualquier palabra, dato o comentario que se decida colgar en Internet ya no les pertenece. Los límites que existían entre lo público y lo privado se desvanecen y están en constante cambio.

5.4 TEMÁTICAS DE INTERÉS PÚBLICO

En esta categoría se buscó visibilizar el tipo de información que interesa a la gente o debería de interesarle. De acuerdo con lo que propone Marín (2010), es complicado definir el interés colectivo ya que la audiencia está conformada por diferentes usuarios con gustos e ideales distintos. Tomando en cuenta lo anterior el objetivo de la categoría es hacer visible el tipo de información abordada de las redes sociales que se encuentra dentro de las notas y se maneja como trascendente y de interés social, sin dejar de lado lo que dice Rodríguez Cano (2017)

Lejos quedó el escenario controlado por medios de comunicación profesionales, al grado de respirarse un ambiente de nostalgia por la pérdida de centralidad de los emisores. Ahora abunda la frivolidad, la desinformación, el morbo y la intolerancia que eran impensables en la generación de contenido [...] Esto no quiere decir que el rigor periodístico y las preocupaciones éticas

por la transmisión de información se perdieron o que dejaron de ser urgentes, todo lo contrario, sus coordenadas son cada vez más difíciles de encontrar en la maraña mediática hipermoderna tan dispuesta al desinterés, los rumores y las noticias falsas (Rodríguez, 2017:47).

En este sentido, a partir del registro de contenido en las distintas notas se buscó identificar oraciones donde se hablará de **educación, violencia, economía, política y salud**, ya que en esta investigación estos temas son considerados como información de interés público, pues como señala Van Dijk (1990), el estilo periodístico está controlado por los posibles temas del discurso informativo. Los temas pueden pertenecer a categorías principales como política nacional, política internacional, asuntos militares, vida social, violencia, desastres, deportes, arte, etcétera.

Por lo tanto, en la siguiente tabla se muestra que de todas las notas que se revisaron solo en tres de ellas se identificaron oraciones relacionadas con la temática #FelizDíadelamujer y que abordan el tema de violencia.

Grafica 9.



Oraciones registradas

1. Periodista denuncia **agresión** en la condesa
2. Periodista denuncia **agresión sexual** en la condesa; le bajan la ropa interior

3. *Andrea Noel, periodista de Vince, sufrió, una **agresión sexual** ayer martes mientras caminaba por la avenida México en la colonia hipódromo condesa, en la ciudad de México*

El acontecimiento que resulta de interés en estas notas se relaciona con una denuncia que hace la periodista Andrea Noel de Vice News, *“Me acaban de levantar el vestido y bajar los calzones en medio de #Condesa. Sexual assault is not a funny prank. It is an abusive violation”, “Otra vez, como pasa diario con mujeres en todo México, me acosaron en una calle linda y bien iluminada a plena luz del día. #FelizDíadelaMujer Si reconoces a este pendejete favor de identificarlo. #Condesa Because I should be able to choose when and whit whom my panties come off”.*

Respecto a los resultados que se obtuvieron se puede decir que la mayoría de las notas con información de la redes sociales que fueron seleccionadas y estructuradas por distintos periódicos no están enfocadas en presentar temas relacionados con los aquí mencionados anteriormente. “La relación verticalista de “yo te digo en qué temas debes poner atención y qué debes pensar de ellos”, quedó atrás. La llamada agenda setting hay que revisarla. Las empresas dedicadas a informar sobre asuntos que consideran de interés de la opinión pública han tenido que estirar sus oídos y aguzar sus ojos en las redes sociales. Y con ello aprender, no en el caso de todas, a hurgar entre mucha basura” (De Dios, 2015:68).

Haciendo una reflexión respecto a las oraciones identificadas se podría decir que tal vez se aborda el tema de violencia debido a que no es una persona anónima y es ella misma quien se encarga de hacer viral la agresión que sufrió, esto en el sentido de que en algunos casos quizá el destinatario del ataque cuenta con recursos para hacerles frente, o con personas que les digan qué y cómo debe responder o callar. “No obstante, con mucha frecuencia son personas aisladas las que reciben esas andadas” (Campos, 2015:17). Es interesante que se den estos resultados ya que conforme a lo que se ha dicho que se entiende como

información de interés, se observa que otros son los temas o acontecimientos que se están generando y compartiendo como información de interés para la sociedad.

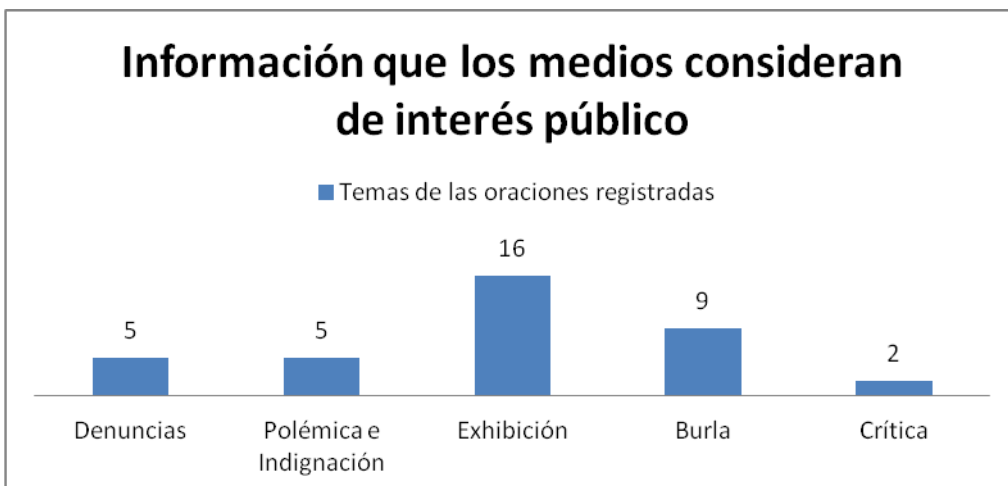
5.5 INFORMACIÓN QUE LOS MEDIOS CONSIDERAN DE INTERÉS PÚBLICO

En esta categoría se presenta la información de las redes sociales que ha tenido una relevancia pública a partir de su tratamiento periodístico. “Aunque no todos los contenidos en línea tienen el mismo éxito, constantemente sucede que videos estrafalarios, fotografías llamativas o divertidas o frases insolentes, recorren las redes” (Trejo, 2015:38), para después tener un alcance en los periódicos. Por lo tanto, el análisis se centró en identificar cuáles son los temas que abordan ese tipo de información y se observó que entre las notas seleccionadas los temas que sobresalen son los que habla de:

- 1. Denuncias**
- 2. Polémica e indignación**
- 3. Exhibición**
- 4. Burla**
- 5. Crítica**

En la tabla siguiente se identificó que de las 30 notas 5 hablan sobre denuncias, 5 sobre polémica e indignación, 16 sobre la exhibición, 9 sobre la burla y 2 son sobre críticas.

Grafica 10.



Hoy con frecuencia los medios de comunicación se nutren de contenidos y acontecimientos difundidos en las redes sociales para propagarlos y darles una visibilidad social que de otra manera no habrían alcanzado (Trejo, 2015), aunque algunas veces “las redes digitales muestran trazos aislados de personalidades cuya complejidad puede ser bosquejada en el conjunto de sus expresiones en línea” (Trejo, 2015:44). Es decir, si no se tienen un panorama completo de todos los elementos y sucesos que se desarrollan alrededor de un acontecimiento que es viralizado y hasta publicado en un periódico, facilita a los lectores tener una interpretación y una reacción de la noticia que puede estar basada con información poco trabajada. Las redes sociales se han convertido en las plazas públicas más grandes que existen en la sociedad actual, son espacios donde se reproducen y propagan expresiones de solidaridad y manifestaciones de crueldad.

El uso de las redes sociales como Facebook permite sin lugar a dudas reclamar, reportar y denunciar “a veces lo que mueve a los usuarios son las buenas conciencias. Hay múltiples casos de reacciones a hechos que por sí mismos resultan indignantes: violencia contra mujeres, niños, y niñas, animales o abusos de poder en cualquiera de sus formas. Las *ladies* y *getelmen* en sus diversas modalidades son un claro ejemplo” (Campos, 2015:17).

La información que se identificó y se relaciona con **denuncias** deja ver cuál es la utilización que los internautas mexicanos de las redes sociales hacen con estas herramientas, es decir, se muestra el uso que le dan las personas a Facebook como un medio de comunicación o difusión ya que es utilizado para informar sobre sucesos de su vida, algunos de los ejemplos que se encontraron en las distintas temáticas abordadas en las notas son los siguientes:

1. *Dibujo de camioneta robada:*

- *Zaira Salazar en su muro de Facebook **compartió el pasado 8 de diciembre el robo de su vehículo**, una pick up nissan 91 con número de placa vb52780 ubicada en Hermosillo, Sonora.*

2. *#FelizDíadelaMujer:*

- *Andrea Noel, reportera de Vice News, **denunció** que en el día internacional de la mujer, un sujeto le levantó el vestido en plena calle; el hecho fue captado en video*
- *En el mismo día internacional de la mujer, la periodista Andrea Noel, colaboradora del portal de noticias Vince, **denunció** que cuando caminaba por la calle en la colonia condesa, un hombre se le acercó, le levantó el vestido y le bajó su ropa interior*

3. *#LadyComa:*

- *Una mujer que pide dinero y después finge estar en coma para no pagar se volvió viral en las redes sociales, luego de que una "amiga" **la denunció** y detalló la peculiar forma en que opera*

Respecto a esta utilización se muestra que las redes sociales son una ventana para dar difusión a sucesos de la vida cotidiana como el robo de vehículos, la agresión sexual que viven y sufren las mujeres a diario, se abre una posibilidad de evidenciar y de ser escuchados a partir de la inmediatez y viralidad que ofrece este medio. Por otro lado, también la utilización está dirigida a

denunciar o reportar acontecimientos que en otros espacios quedarían anulados por ser contenidos llenos de trivialidades como en el caso de compartir que una persona por algún motivo personal no paga sus deudas. Esta oportunidad de comunicación ayuda a exhibir los problemas que existen en una sociedad pero también al no haber un candado para limitar lo que se puede compartir o no en estas redes se está presentando una información que es irrelevante para la agenda pública y en la cual se está poniendo demasiada atención.

En este mismo sentido, se encontraron también otras oraciones dentro del texto de las notas en las que se habla de que dicho contenido genera **indignación o polémica**, de modo que se refleja que algunos sucesos que son viralizados a partir del tratamiento periodístico se componen de sentimientos y emociones que permiten a los lectores desarrollar una opinión o comentario a través de los mismos, algunos de los ejemplos que se encontraron en el análisis de las notas son los relacionados a las temáticas siguientes:

1. *Selfie con moribunda*

- **Polémica** por selfie de estudiante universitaria con anciana hospitalizada

2. *#LadyComa*

- La conversación **indignó** a algunos usuarios de redes sociales quienes criticaron el actuar de la mujer, mientras que otros aprovecharon el momento para crear memes dirigidos a #ladycoma.

3. *#FelizDíadelaMujer*

- Después de su denuncia, la mujer recibió mensajes de todo tipo desde personas que se **solidarizaron** con ella, hasta otras personas que las responsabilizaron de la agresión por la ropa que llevaba puesta.

En cuanto a que la información es recolectada de redes sociales en todos los casos algunas de ellas tratan sobre sucesos que generan polémica e indignación en las redes como se muestra con las oraciones antes mencionadas y es que al ser tratados periodísticamente abren un canal a la comunidad virtual a interpretarla de manera positiva o negativa y así mismo también generar comentarios dependiendo de las afinidades que encuentre el lector en la redacción de la nota. Es decir, los sentimientos que pueden estar relacionados con esta temática de polémica e indignación posiblemente se consideran injustos, ofensivos o perjudiciales para la sociedad, por lo tanto, se debería tener cuidado a la hora de representar a un individuo, pues a partir de una interpretación se podría estar entendiendo lo contrario a lo que se quiere presentar como hecho noticioso.

Cristina Ávila (2015), en *“Internet: un campo de batalla virtual con consecuencias reales”*, dice, seamos sinceros: actualmente la rutina diaria de gran parte del planeta (a veces incluso antes del café o el té matutino) consiste en encender la computadora o, en su defecto, mirar el teléfono celular para “enterarnos de lo que sucede en el mundo” en el mundo cercano y en el lejano también, habrá quien se atreva a negarlo, aunque a decir verdad no creo que muchos lo hagan, ya que las redes dejaron pronto de ser un mero espacio de entretenimiento personal para convertirse en espacios de articulación para personas con afinidades (Campos, 2015).

En este entendido, entonces podemos ahora hablar de la relación que hay entre la sociedad, las redes sociales y los medios de comunicación, es decir, los medios magnifican muchos aspectos de la vida diaria, “intensificando la visibilidad de los individuos y sus acciones, los medios sociales no simplemente ponen los reflectores sobre un asunto problemático; le permiten a la gente identificar y acosar a otros de una manera muy pública (Trejo, 2015:48).

En este sentido, lo que se identificó es que la mayoría de las veces lo que se busca con este tipo de información es *exhibir* a las persona o a sus actos, sin

reflexionar lo que implica hacer pública una imagen o algunos datos de una persona como ya se ha mencionado anteriormente. “Los usuarios de las redes digitales hacen uso (aunque, sí, en ocasiones de formas desmañadas y abusivas) de su libertad de expresión. Pero lo que hacen y dicen en tales espacios puede afectar reputaciones e intereses de terceros” (Trejo, 2015:46), eso por un lado, pero si le sumamos que los medios de comunicación contribuyen de alguna manera a la difusión de estos acontecimientos se presenta un punto importante pues los medios facilitan la exhibición. Algunos de los ejemplos que se encontraron en las notas revisadas son los relacionados a temáticas como:

1. *#Lady100pesos*

- *Una joven alcanzó fama como la "lady 100 pesos" al ser **exhibida** en un video subido a las redes en el que se observa que intenta sobornar a un policía municipal con un billete de 100 pesos, después de participar en un choque y causar daños a tres vehículos*

2. *Niño autista*

- *Tras darse a **conocer** el video en el que un niño mexicano con autismo se muestra emocionado por uno de los conciertos que Coldplay ofreció en la ciudad de México, la agrupación británica respondió a través de Twitter*

3. *#LadyCesárea*

- *Desde hace algunas horas el hashtag #LadyCesarea es **trending topic** en Twitter y varios usuarios han compartido la historia de una mujer que pidió a una doctora realizarle una cesárea, pero como su "madrina" para que no le cobraran honorarios, a pesar de querer hacerlo en un hospital privado*
- *Fue la propia médico residente quien **publicó** las fotografías de la conversación en su cuenta de Twitter en donde protegió la identidad de la futura madre*

4. #LadyOxxo

- Una mujer de Sonora **exhibió** en redes sociales a la que aseguró ser la "amante" de su esposo, así fue como las imágenes de la causante del libertinaje de un sujeto pronto se multiplicaron por la compartición de los usuarios

5. #LadyComa

- Imágenes de una conversación que circula en las redes **exhibe** los pretextos que utiliza Paula Elizabeth Medrano Suárez, apodada #Ladycoma, para no pagar una deuda a una "amiga"
- Paula consideró que la publicación falsa se suma a la larga lista de ataques que ha sufrido desde que se **exhibió** una supuesta conversación de ella, por una supuesta acreedora quien le cobraba la tanda, en medio de una serie de insólitas excusas

6. XV de Rubí

- Una familia de San Luis Potosí saltó a la **fama**, luego de publicar un video en Facebook, donde se hace un invitación a una fiesta de XV años
- El video **repetido** docenas de veces en YouTube, y cada versión fue repetida miles de veces. Lo han visto millones de personas, ha provocado homenajes de estrellas musicales, ha sido objeto de chistes y ha obtenido ofertas de patrocinio de empresas
- El impacto por los XV años de Rubí ha **trascendido** las fronteras de nuestro país y ahora medios de todas partes del mundo quieren una "rebanada" de la acción de la nota más viral de finales del 2016

Respecto a los resultados que se obtuvieron, se observó que el objetivo principal de presentar este tipo de información recabada de las redes es la

exhibición de la imagen y acciones en este caso de mujeres que se encuentran dentro y fuera del terreno de internet, es decir, todos estos ejemplos muestran que no se trata de un caso aislado, ya que como se ve claramente con esta revisión que se hace con diferentes noticias de la prensa, se muestra que son muchas las personas que han visto alteradas sus vidas a partir de ataques o burlas en las redes sociales. El autor Mario Campos (2015) dice que es normal, pues actualmente las personas y en especial los jóvenes pasan buena parte de su tiempo en entornos digitales. La gente trabaja, se informa, y divierte a través de estas plataformas. Hoy estos espacios fungen como un terreno desde el que se define la fama pública de sus participantes. (Campos, 2015) Pero es importante considerar los riesgos que implican el exhibir cualquier tipo de información ya sea personal o de alguien más, este punto es trascendente pues se considera que se tiene que prender una alerta con respecto al impacto que tiene en la sociedad el producir este tipo de información ya que la mayoría de la gente considera que la información trabajada por parte de un periódico es verificada y que si ellos la comparten los demás también pueden hacerlo. La particularidad de estos casos es que sin la presencia de las redes sociales, estas historias no se pueden entender pues su origen es la difusión en redes sociales a partir de videos, fotografías, publicaciones y conversaciones.

Como se muestra, actualmente, en el caso de las redes sociales, los filtros en la información son casi nulos pues toda se comparte de un lado a otro sin reflexionar de quien se habla en la nota o qué alcance puede tener el retuitear o compartir con alguien más la información. En el universo virtual, como lo son las redes sociales y medios de comunicación, “hoy se encuentran plagados de **bromas** (casi siempre crueles), imágenes, “informaciones” y palabras que se expresan sobre personas calificadas como figuras públicas (artistas, políticos, deportistas, etc.) o bien sobre instituciones (locales, nacionales e internacionales) en donde las expresiones apuntan a la descalificación constante, rayando, no pocas veces, en la abierta denostación. Es el terreno público” (Ávila, 2015:84). Se presentan algunos ejemplos en las siguientes temáticas:

1. *Dibujo de camioneta robada*

- *La joven presento un dibujo hecho por ella, en lugar de una fotografía de su vehículo robado, por lo que **se ganó miles de burlas** y desde luego, los memes no se hicieron esperar*

2. *#Lady100pesos*

- *La chica **se ganó el mote de "lady tepetapa"** tras intentar sobornar de manera fallida a los agentes de tránsito que le marcaron el alto con ¡100 pesos!, luego de pretender darse a la fuga en dos ocasiones*

3. *Polémico colchón azul*

- *La reacción de los seguidores y usuarios fue rápida, **aprovecharon para burlarse** con fotomontajes del caso*

4. *#LadyCesárea*

- *El hashtag #LadyCesárea fue atribuido por los usuarios a las fotos difundidas sobre la conversación para **satirizar** la petición de la futura madre de recibir una cesárea y lipoescultura en el hospital ángeles sin que ella tuviera que pagar los gastos de las intervenciones médicas y hospitalización*

5. *#LadyComa*

- *Una ola de pretextos siguieron en el chat, que ya fue divulgado y **ha sido objeto de memes y burlas**, aquí los traemos*

6. *XV de Rubí*

- *El actor Gael García Bernal **filmó un video satírico** en el que un hombre con la barba crecida hace el papel de Rubí*

En este momento el uso de las tecnologías es una realidad y cotidianidad que resulta imposible suponer que lo que pasa en las redes se queda en las redes, el realizar bromas y chistes de odio llevan a formar turbas en contra de una persona, esta dinámica se acentúa debido a que estos mensajes son realizados a partir de gente que se encuentra en el anonimato y desde esa posición es más fácil decir lo que de frente y a nombre propio nunca se atreverían. El problema en formular mensajes de burla es claro, ya que para lo que algunos puede parecer fantástico para otros se puede convertir en una pesadilla (Campos, 2015).

En concreto se puede decir, que la exposición de este tipo de temáticas como las denuncias, sucesos polémicos e indignantes, el exhibir a una persona, **el criticar** burlarse y hacer “bromas, publicaciones y comentarios que se difunden en Twitter, Facebook y en otras redes sociales contribuyen en muchas ocasiones a perpetuar estereotipos y se convierten en discriminación efectiva, ejercida no por el gobierno, sino por los propios ciudadanos” (Soto, 2015:98).

1. *Selfie con moribunda*

- “El material compartido por la estudiante en redes sociales fue filtrado y **generó críticas en su contra**, donde le indican que es evidente que no ha tenido a un ser querido en agonía”

5.6 CONTENIDOS DE LAS NOTAS

5.6.1 Emociones y sentimientos

En esta categoría se buscó registrar el tipo de emociones y sentimientos que se nombran a través de sustantivos, adjetivos y adverbios dentro de la información de las notas periodísticas ya que se cree que estos tienen un impacto en la interpretación de los lectores. Pero hay que tener en cuenta primero que respecto a las publicaciones o notas que son compartidas en las redes sociales estas de antemano contienen una serie de emociones que tienen pocas oportunidades de ser procesadas de la manera más adecuada posible, ya que

muchas de las publicaciones que hay en las redes sociales orientan hacia el enojo o la frustración, pocas son las que dejan espacio para la solidaridad entre humanos, algunas tratan de enternecer con historias de animales abandonados y maltratados, mientras que el mundo ya no se conmueve ante casos como los de los migrantes centroamericanos asesinados (Cañas, 2016).

“Las redes sociales constantemente hacen que las emociones suban y bajen a velocidad vertiginosa, sin dar tiempo para procesarlas y asumirlas. De la ira y el enojo se puede pasar en cuestión de segundos a la felicidad, la ternura, o el encanto, como lo denotan los nuevos botones reductivistas de Facebook” (Cañas, 2016:1).

Las redes sociales no brindan una oportunidad de expresar sentimientos y emociones ante lo que provocan publicaciones fraudulentas o con un dudoso origen. En la actualidad se presentan demasiados fraudes y mentiras circulando en la red y se difunden gracias a la excesiva difusión de los memes, la sociedad ha caído en la memecracia, donde el poder de una información trivial puede tener consecuencias insospechadas (Cañas, 2016). En este sentido, con este tipo de información que está siendo viralizada y recuperada por la prensa se tendría que construir una noticia a partir de elementos verificables, ya que de lo contrario las interpretaciones a partir de la información tal cual de las redes pueden generar todo tipo de reacciones tanto negativas como positivas.

Algunos de los ejemplos se presentan en las siguientes temáticas:

1. *Selfie con moribunda*

- *Agonía, enfermita, confianza, sonriente, moribunda y anciana*

En este ejemplo se muestra que el utilizar esos adjetivos y sustantivos en la redacción de la nota facilitan al lector a interpretar de forma inmediata una idea con una orientación negativa, ya que se menciona que la estudiante se toma una selfie sonriendo con una anciana moribunda a pesar que en la información de esta

nota se lee que la joven por medio de un mensaje en su perfil de Facebook dice que ella no difundió la imagen sino que alguien más lo hizo.

2. #FelizDíadelaMujer

- *Agresión, acoso, sexual, violencia, amenaza, divertida y ataque*

Esta nota está orientada a una interpretación de indignación ya que después de que la periodista Andrea Noel hace una denuncia por medio de sus redes sociales sufre una agresión sexual por parte de un sujeto mientras caminaba por la calle.

3. #Lady100pesos

- *Ebria, fama, accidente y detenida*

Esta nota está orientada a una interpretación negativa ya que se exhibe la imagen de la joven aunque primeramente se dice que la joven es detenida después de chocar ebria y más adelante se dice que es detenida en *aparente* estado de ebriedad.

La atención por lo negativo, lo sensacionalista, el sexo y la violencia incluso en periódicos de calidad, satisfacen la retórica de las emociones que también conocemos a partir de los informes de accidentes, desastres y crímenes. En resumen, satisfacen las condiciones cognitivas y emocionales básicas del tratamiento efectivo de la información. La noticia es más persuasiva si representa sucesos que se adecuan a nuestros modelos sin ser completamente predecibles.

Es decir, en esta categoría se observó que la prensa al construir la nota va generando una orientación que puede ser positiva o negativa dependiendo del acontecimiento pero que influye totalmente en la interpretación que le da a la información el lector. Dentro del contenido de las notas se identificaron emociones y sentimientos que son elementos importantes porque se cree que a partir de estos se hace una interpretación negativa o positiva por parte de los lectores o una lectura está guiada a partir de ciertas palabras.

5.6.2 Cotidianidad

Como se mencionó en el marco teórico, Carlos Marín (2010), dice, que el ejercicio periodístico sirve para satisfacer una necesidad humana de saber qué

pasa dentro y fuera del entorno de un individuo, busca conocer acontecimientos que se desarrollan en la vida cotidiana y que al mismo tiempo son de interés público. También, es puntual cuando dice que en el periodismo cualquier material es considerado como información, pero que no por eso toda la información que se encuentra es periodística.

Por lo tanto, hasta este punto es interesante lo que plantea el autor ya que se ha observado en la investigación que la información que es tratada periodísticamente y recuperada de usuarios de las redes sociales, se enfoca en exhibir actos realizados cotidianamente. “Conductas que en otras circunstancias quedarían limitadas al entorno inmediato de una persona o un grupo, ahora pueden expandirse en la medida en que susciten el interés o el asombro, e incluso el disgusto de otros” (Trejo, 2015:37). Es decir, en la sociedad diariamente se dan a conocer noticias en las que se ven involucrados individuos que pueden ser usuarios de internet o que a partir de una actividad de su vida diaria genera polémica.

Por lo tanto, en este apartado se identifican actividades con las cuales se pretendió hacer visible que en efecto todas las notas que han sido publicadas por los periódicos que se revisaron se relacionan absolutamente con acciones de la vida diaria. Por ello, hay que tener en cuenta que lo que se considera como actividades cotidianas son acontecimientos que ocurren, se repiten y se hacen de forma habitual, así pues, teniendo esa definición en cuenta se retoma lo que dice De Dios (2015) a partir de ahora existen dos mundos: el real y el ciberespacio, dos mundos donde lo que sucedía en el primero se trasladó al segundo. “En esos inmensos océanos digitales la persona puede perderse, como un granito de una playa infinita. Pero un granito que puede convertirse en una poderosa roca si se amplía su influencia en la telaraña cibernética” (De Dios, 2015:68), es decir, como dice Marín, los acontecimientos hechos noticia son los que se realizan en el espacio de la vida cotidiana siempre ha sido así lo que resulta trascendente es más bien mostrar los sucesos que si bien siempre se han realizado, en la

actualidad con el uso de Internet se han convertido en un material fundamental en la agenda periodística.

A continuación, en la selección de notas entonces, se identificaron acciones o actividades que se consideran cotidianas en las siguientes temáticas:

1. *Selfie con moribunda*

- *Se habla de una **estudiante de medicina** que al realizar una guardia en un hospital se tomó una fotografía con una anciana en agonía.*

2. *Dibujo de camioneta robada*

- *Una mujer compartió en su muro de Facebook un **dibujo de su camioneta robada** en un tianguis en Hermosillo, Sonora con la intención de recuperarla.*

3. *#FelizDíadelaMujer*

- *Una mujer **mientras caminaba** a plena luz del día por la calle sufre una agresión por parte de un hombre*

4. *#Lady100pesos*

- *Una joven **conducía una camioneta** ocasionando un choque, presuntamente se encontraba en estado de ebriedad*

5. *Niño autista*

- *Un niño mexicano con autismo **se conmueve hasta las lágrimas** durante uno de los conciertos de Coldplay en México*

6. *Polémico colchón azul*

- *Un joven **tras lavar su colchón lo saca a secar** en la banqueta de su casa y un taxista se lo roba*

7. #LadyCesárea

- *Una mujer pide a una doctora **realizarle una cesárea**, pero sin pagar sus honorarios, por medio de una conversación de WhatsApp*

8. #LadyOxxo

- *Una mujer **exhibió fotografías en redes sociales** de otra mujer de la que aseguró ser la amante de su esposo*

9. #LadyComa

- *Una mujer se negaba a pagar lo correspondiente a un **préstamo de dinero** que había recibido en una tanda.*

10. XV de Rubí

- ***Invitación a los XV años de Rubí se hace viral en redes***

El resultado que se observó con estos ejemplos es que el tomarse una fotografía con una paciente nunca fue tan sorprendente, ya que la mayoría de las personas lo hacen aunque no lo comparten, aquí lo que resulta trascendente es con quién y de qué forma se toma la fotografía. Por otro lado, el manejar es otra actividad diaria pero la información se centra en que una mujer ebria que iba al volante y que quiso sobornar a policías pero de una forma peculiar y eso es lo que se hace noticia. El denunciar el robo no fue lo importante de la noticia sino la forma en que lo hizo a partir de un dibujo. El caminar por la calle es una práctica que lleva a cabo cualquier individuo pero que te agredan de una forma en particular es lo que resulta trascendente. El asistir a un concierto es un gusto que muchas personas comparten lo que resulta interesante es que a partir de la

exhibición de la emoción del niño la banda que genera tal emoción le manda un mensaje agradeciendo el asistir a su concierto. El lavar un colchón no es nada extraño pues la mayoría de las personas lo habrán hecho alguna vez pero que al dejarlo secando te lo roben es otra cosa. El pedir a una doctora realizar una cesárea nunca ha sido un tema que necesite una cobertura especial pero cuando se hace a partir de una conversación y pides que sea gratis si lo es. Cuando la esposa de un hombre exhibe fotografías de su amante se considera de interés social. El que una mujer le entre a una tanda o deba dinero no es sorprendente, pero sí la forma como se niega a pagarlo. Las fiestas de XV años en México son un evento tradicional y no resulta interesante querer asistir a una más, pero sí cuando la invitación es por medio de Facebook y se hace viral.

Ariel Kaufman (2015), dice, Internet es el lugar del planeta más visitado, casi diariamente, por un porcentaje importante de la humanidad.

En ese lugar la gente lee, pasea, hace turismo, compra vende, aprende enseña, ama o busca el amor, procura dimensionar sus ideas e incorpora la de otros, canta y escucha cantar, cuenta su vida, participa en política, en conspiraciones o en obras conjuntas para el bien común, entra en contacto con otros, colecta y moviliza para caridad o ayuda, construye hogares virtuales donde acumular recuerdos y objetos, utiliza y resguarda su dinero, habla, escribe, dibuja, escucha, trabaja, organiza, descansa, se relaja o concentra, se emociona, entristece, llora o ríe (Kaufman,2015:121-122).

Como se ha dicho la humanidad actualmente dispone de conexiones digitales que asignan una amplia capacidad de comunicación, no es extraño que, junto a otros compartimientos o valores, en las redes también haya conductas o actividades que en otro tiempo quedarían encerradas en el entorno inmediato de un individuo. Con respecto a los ejemplos anteriores se muestra que aunque suelen ser actividades que al final no tienen nada de extraordinario porque son

comunes es importante reflejar que es lo que la prensa está retomando como información de interés para la sociedad (Trejo, 2015).

5.7 FORMAS EN QUE ES PRESENTADA LA INFORMACIÓN PERIODÍSTICA

5.7.1 Fuentes

A través de lo que se ha trabajado en apartados anteriores en esta categoría se busca demostrar que los usuarios, por medio de sus manifestaciones en las redes sociales, también pueden determinar los temas a tratar en medios como la prensa debido a que han conseguido alterar el tradicional esquema de *fuentes- periodista- lector* provocando en numerosas ocasiones una información de mala calidad y errónea. “Dime cuántas y qué tipo de fuentes tienes y te diré qué clase de periodista eres” (Bonaño, 2015:17).

De acuerdo con lo que dice Bonaño (2015), “una noticia resulta más veraz, por tanto tendrá más calidad, cuanto mayor sea la cantidad (el de fuentes consultadas), la calidad (mayor credibilidad ofrezca la fuente utilizada) el pluralismo (que las fuentes sean complementarias y presenten interpretaciones distintas de un mismo hecho) de las fuentes informativas utilizadas” (Bonaño, 2015:17), además no es un secreto que las fuentes informativas son un elemento fundamental del periodismo, “las fuentes son componente básico del proceso de producción y selección periodística y son capaces de condicionar decisivamente el contenido (agenda) y el enfoque (framing) de la cobertura informativa” (Bonaño, 2015:17).

El uso de las redes sociales como fuentes directas es una obviedad, pues los periodistas con el paso del tiempo se han adaptado y se han afiliado cada vez más a las nuevas herramientas que proporciona el internet como las redes sociales Facebook y Twitter debido a su inmediatez y su forma eficaz de compartir mensajes. “Las informaciones vertidas en las redes sociales llegan sin

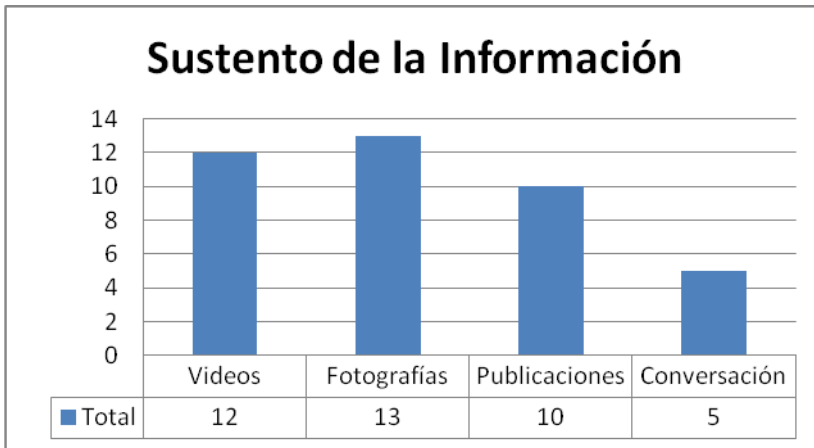
intermediarios en la mayoría de las ocasiones, por lo tanto, los periodistas pueden acceder a la información de una manera vertical y rápida, incluso en el caso de que no haya presenciado el acontecimiento ocurrido” (Bonaño, 2015:43).

Las nuevas tecnologías permiten acceder a una multitud de fuentes, documentos, en un tiempo record debido a la aparición de Internet, es decir, el ciberespacio se ha convertido en una fuente permanente de consulta tanto para los periodistas como para los usuarios de la red. A partir, de las redes sociales la mayoría de los usuarios se enteran de los acontecimientos. Por ello, las redes sociales pueden considerarse una invaluable fuente de información, aunque también puede servir como un micrófono de rumores ya que los usuarios publican muchas historias sin saber que la información es precisa o correcta.

Por lo tanto, en este apartado se buscó identificar en qué formas se presenta la información periodística, es decir, a partir de qué elementos se sustenta y también de que medios es recolectada para ser considerada como confiable y veraz. Lo que se entiende como fuentes son los recursos que se tienen como testimonios, entrevistas, fotografías, videos, conversaciones y publicaciones que se utilizan como sustento de la información o bien para que a partir de estos se genere una nota.

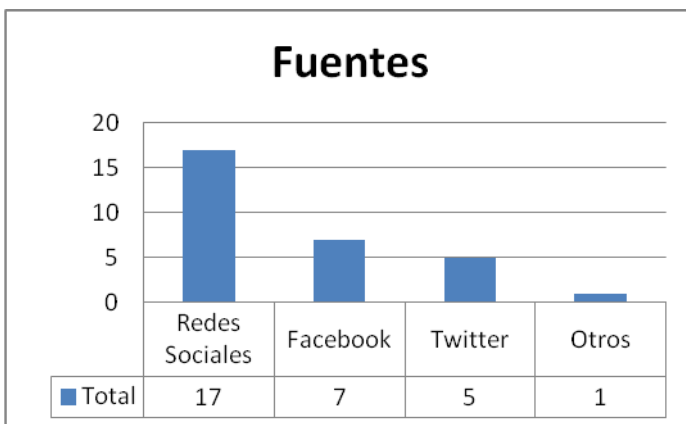
En el análisis que se hizo con las notas seleccionadas se observó que los elementos que ayudan a sustentar la información son fotografías, videos, publicaciones, conversaciones y en algunos casos los textos son acompañados de más de uno de estos elementos. En la siguiente tabla se observa que del total de 30 notas se tiene que la información es construida a partir de la publicación de 12 videos, 13 fotografías, 10 publicaciones y 5 conversaciones. (*Ver grafica 11.*)

Grafica 11.



Por otro lado, también lo que se observó derivado a estos resultados es que en su totalidad la información de las notas periodísticas revisadas se ocupa como fuente de información directa a las redes sociales aunque en esta categoría las separamos, pues en algunas de las notas se especifica claramente de qué red se sacó la información es decir se tiene una clasificación general de fuentes. Del total de 30 notas se tiene que la fuente directa de 17 notas fueron las redes sociales de 7 notas Facebook de 5 Twitter y de otras 1. (Ver *Grafica 12.*)

Grafica 12.



A partir de estos resultados, se observa entonces que la fuente principal de las notas son las redes sociales y que en la mayoría de las veces no se dice concretamente de que red social sale la información si no que se generaliza como si todas las redes sociales tuvieran el mismo uso o control de privacidad. En este mismo sentido se refleja que la prensa se está concentrando en hacer difusión de acontecimientos virales como parte de su agenda informativa. Por otro lado, también se observó que los elementos que la prensa utiliza como sustentos de su información proviene de la información de usuarios que pueden o no pertenecer a alguna red pero que su imagen o información queda descubierta debido a que alguien la comparte, es decir, se están tomando datos de las redes sociales que en su totalidad son para exhibir, atacar o dañar la imagen de individuos que en algunos casos ni siquiera se encuentran en la red pero cuando menos se dan cuenta un mundo de comentarios a su favor o en contra son realizados.

5.7.2 Juicios o valores

El objetivo de este apartado consiste en señalar los juicios de valor que son emitidos por parte de las redacciones ya que generalmente orientan a los lectores a una interpretación que obviamente se construye a partir de los elementos que se concentran en la información de las notas; una de las recomendaciones que habitualmente se realizan en libros de estilo y en diarios consiste en evitar el uso de palabras valorativas, ya que tales refieren simultáneamente un hecho y un juicio de valor (González, 1989).

Los juicios de hecho consiguen producir una comunicación perfecta ya que se basan en hechos objetivos, es decir verificables y comprobables; en cambio, los juicios de valor constituyen a expresiones de sentimiento o actitudes, que no son verificables, estos en el periodismo se identifican con las opiniones. (González, 1989). “Así pues, cualquier actividad periodística se centra en el logro y consecución de los dos roles que integran el apartado de los fines específicamente periodísticos: dar noticias acerca de hechos comprobables (*informar*) y emitir juicios de valor acerca de la importancia y trascendencia de

estos acontecimientos que son noticia (*interpretar los datos para orientación de los lectores*) (González, 1989:2). Es decir, dentro de las notas se espera que existan juicios de hecho o de valor con la finalidad de enriquecer la información que se va presentar a la sociedad pues el lector tendrá más datos para generar sí, una interpretación medida pero con información totalmente verificable.

Por otro lado, Van Dijk (1990), dice, el significado de la noticia se trata de una información inédita tal como la proporcionan los medios de comunicación y tal como es expresada por los periodistas, es decir, la información con la que se trabaja para después presentarla a la sociedad es un información totalmente construida a partir de los juicios de los medios, pues son ellos quienes construyen la información y por lo tanto, son ellos quienes presentan qué información es considerada de interés público. En ese sentido, se buscó entonces mostrar oraciones donde se hacen visibles juicios o valores emitidos en la redacción de la información que conforma la nota.

Primero es importante señalar que en esta investigación se observó que las notas analizadas con información derivada de las redes sociales que en su mayoría presentan datos personales, fotografías, videos, conversaciones, actividades, acciones, comentarios son sobre mujeres de distintos estados del país. Este hallazgo resulta interesante pues permite ver que la información que se genera en las redes sociales se ha centrado en hacer pública y exhibir la imagen, acciones y actividades de las mujeres; eso por un lado, pero por el otro, la prensa en sus mesas de redacción se ha interesado en identificar estas pesquisas y construir las notas a partir de la utilización de ciertos juicios de valor que definitivamente tendrán un alcance en la interpretación individual de los lectores.

Por ejemplo:

1. *#Lady100pesos*

- ***La joven que llevaba vestido trató de resistirse a la detención, pero aún si fue puesta a disposición del árbitro calificador***

Aquí se habla de una mujer que presuntamente se encontraba en estado de ebriedad e intentó sobornar a policías con un billete de 100 pesos después de chocar y causar daños. Es entonces que la noticia no es clara pues sin razón aparente y fuera de contexto se hace la observación de que la joven llevaba vestido se considera que es un dato intrascendente que no aporta nada a la noticia. Se realiza un juicio de valor por parte de la periodista quien redactó la nota y da pie a que el lector a partir de esta oración genere una idea de la joven desde la percepción de que se encontraba en estado de ebriedad e intento sobornar a policías y que aparte traía vestido.

- *La mujer de 18 años, identificada como Lorena, **viajaba acompañada de dos hombres** la mañana de este jueves cuando ocurrió el accidente*

En esta segunda oración se enuncia que la joven también venía acompañada de dos hombres, pero en ningún momento se menciona quiénes son estos hombres o si igualmente se encontraban en estado de ebriedad o cuál era la relación que tenían con la joven, qué fue lo que paso con ellos y si se les intento detener. Es decir, solo se presenta que la joven Lorena viajaba acompañada de dos hombres cuando fue detenida en aparente estado de ebriedad, lo que conlleva a generar una interpretación de que como se mencionó antes, la joven manejó en estado de ebriedad, traía vestido y aparte estaba acompañada de dos hombres. Se exhibe la imagen durante toda la noticia y nunca se hace referencia del actuar de los hombres. Lo que significa que la periodista al redactar la nota crucifica la imagen de la mujer al no comportarse dentro de los parámetros que la sociedad establece. La nota no se centra en el acto de corrupción, es decir en el soborno sino en exhibir la imagen de la joven.

- *Después de chocar su camioneta contra tres automóviles en una calle de Tepetepa, Guanajuato, se publicó un video en tv Guanajuato canal 8, donde se observa a **la jovencita en aparente estado de ebriedad**, intentando darle dinero a los policías para que no se la lleven detenida*

Aquí también se refiere a la joven como “la jovencita” es decir, con intención de minimizar la imagen aun cuando se le debe considerar como una mujer mayor de edad, porque una cosa es que se le diga la joven o mujer en aparente estado de ebriedad a la “jovencita”, otra idea que se puede interpretar es que el tener 18 años no importa pues se encontrara manejando y estaba en estado de ebriedad tratando de sobornar a policías.

2. #LadyCesárea

- *Aquí les dejamos la historia de la lady de esta semana: se trata de una mujer que buscaba "madrina" de cesárea para que le saliera económica. **De paso ya con confianza**, también quería una lipoescultura y que la operación se realizara en el hospital Ángeles*

Esta nota habla sobre una mujer que por medio de un chat contacta a una doctora de un hospital privado y le pide que sea su madrina de cesárea para no pagar por el servicio médico. En esta oración se observa que se realiza una burla por parte del periodista que redactó la información ya que dice “de paso y ya con confianza”.

3. #LadyOxxo

- *Una mujer de Sonora exhibió en redes sociales a la que aseguró ser la "amante" de su esposo, así fue como las imágenes de **la causante del libertinaje** de un sujeto pronto se multiplicaron por la compartición de los usuarios*

En esta oración se está dando por hecho que la joven es quien causa que el sujeto le sea infiel a su esposa. Se dice que la propietaria de las fotografías es la culpable o la que insita al sujeto a hacerle infiel a su esposa. La presentan como un ente de provocación a la infidelidad por el simple hecho de mostrar su cuerpo, aunque nunca se presenta un testimonio o información del sujeto para dar su versión del acontecimiento, ni siquiera se confirma que esta mujer efectivamente

sea la amante del hombre, es decir, se presenta un juicio de valor a partir de una información que ni siquiera esta verificada.

- *Las fotos de la mujer correspondieron a la de una cajera de un minisúper ubicado en Guaymas, Sonora; con lo que no contó **la mujer celosa**, fue que más que repudio recibió comentarios a favor*

En esta segunda oración quien redacta la nota se burla de la mujer que exhibió las fotografías de la supuesta amante llamándola celosa ya que al compartir las fotografías los comentarios que se realizaron fueron a favor de la otra mujer.

4. #LadyComa

- ***Tal es el ingenio de #Ladycoma** que en otra plática **simula** estar mal de salud para que no le cobren; pero **su astucia** no termina ahí, porque también **finge** estar en coma para no pagar*
- ***Una ola de pretextos** siguieron en el chat, que ya fue divulgado y ha sido objeto de memes y burlas, aquí te lo traemos*

En esta nota se habla de una mujer que por medio de una conversación le cobran dinero supuestamente de una tanda y al no saber cómo evadir el pago se hace pasar por su esposo quien dice que su mujer entró en coma y no puede contestar en ese momento. En este sentido cuando el periodista dice su astucia y la ola de pretextos no terminan ahí está dando por hecho que la mujer quiere sacar provecho de la situación cuando en ningún momento se presenta información suficiente para saber si es una mentira para no realizar el pago.

5. XV de Rubí

- ***Tal vez fue la tiara de brillantes de Rubí Ibarra y su vestido de imitación leopardo, o el sombrero de vaquero de su papá Crescencio Ibarra y su***

descripción vacilante de una "chiva" de 10 mil pesos para el primer lugar en la carrera de caballos que coronaría la fiesta

Esta nota se desarrolló a partir de la viralización de un video en el cual se muestra a una familia de San Luis Potosí haciendo una invitación a la fiesta de XV años de su hija Rubí, en ese sentido en la oración se enuncia que tal vez por el atuendo que vestían la joven y su papá y el mencionar que habría un premio de una chiva de 10 mil pesos provocó que los usuarios de las redes sociales respondieran a la invitación de XV años de su hija. En este sentido el hacer referencia de su forma de vestir es intrascendente para la construcción de la noticia ya que lo que se pretendía era exponer que a través de la viralización y la inocencia de la familia al no saber utilizar los nuevos medios tecnológicos se salió de control la invitación, ya que usuarios de la red mencionaron que asistirían al evento.

Respecto a los resultados se muestra que en efecto algunos periodistas realizan juicios de valor a partir de la información que se recolecta de las redes sociales. Mario Campos (2015), afirma que “los juicios emitidos son una realidad. Juicios sumarios en los que generalmente quienes son señalados no tienen ninguna oportunidad de hacerse escuchar y en donde las deliberaciones y conclusiones son inmediatas” (Campos, 2015:17). Es decir, la información recogida de las redes si de por si tienen una tendencia a exhibir, criticar, realizar comentarios burlones y ofensivos, evidenciar a partir de opiniones, imágenes, audios y replicando lo que han difundido otros, resulta necesario poner atención en la forma en la que están siendo construidas las notas periodísticas ya que los contenidos cargados de odio, desprecio y juicios de valor de alguna manera ayudan a manifestar un contagio enfermizo y morboso en la sociedad.

El discurso o discurso de odio busca vías, se halla en las conversaciones cotidianas, se traslada a los medios de comunicación y actualmente a las nueva tecnologías como el Internet y en específico las redes sociales pues aquí se

encuentra una válvula social de escape que está mostrando el lado oscuro de los usuarios y que surge a partir de miles de mensajes, textos, videos, memes, gráficos, videos que llegan a las computadoras, aparatos móviles, esto significa que el problema en si no son las tecnologías , sino los contenidos emitidos por los emisores en este caso tanto usuarios de las redes sociales como los periodistas, (De Dios, 2015).

5.7.3 Replica del aludido

La intención en este apartado era mostrar si dentro de la información de las notas se daba un espacio a las personas involucradas en los acontecimientos para dar su versión de los hechos pero durante la revisión de las notas se identificó solo un caso.

1. #Lady100pesos

- *La madre de Rubí, Anaelda, dijo a la televisión local "mi esposo hizo la invitación, pero a las regiones vecinas, y no sé qué medio lo copió, y lo subió p'arriba y se hizo como, no sé, una invitación a todo el mundo"*

Este resultado lleva a realizar una reflexión acerca de los motivos por los cuales no se están tomando en cuenta las opiniones de los aludidos pues como se mencionó antes las fuentes son consideradas un elemento esencial para la construcción de una noticia. El presentar todas las versiones posibles enriquece la información y ayuda a que el texto pase como un hecho veraz pues es sustentado y corroborado, al no presentarse ninguna versión u opinión de los aludidos lleva a pensar que la información podría no ser verdadera. Este hallazgo en esta investigación es importante debido a que muestra que las informaciones que se encuentran en las redes sociales son utilizadas por los periodistas pero que no verifican o sustentan la información.

5.8 FORMAS DE VISIBILIDAD E INTERACCIÓN DE LAS NOTAS

Para explicar los resultados de estas categorías se retoma a Martha Ramos (2015), ya que ella dice que la velocidad con la que ha avanzado la tecnología no ha permitido que se dé una pausa para evaluar el impacto, a origen del avanzado desarrollo tecnológico que ha llevado a generar nuevas formas de interacción social, medibles hasta cierto punto, pero cuyo alcance es difícil de calcular, debido al entramado, altamente sofisticado y absolutamente globalizado que son las redes sociales.

Twitter, Facebook, YouTube, entre otras redes han abierto un espectro que antes era imposible de concebir. “Un individuo, por aislado que esté, es capaz de enviar su mensaje a todo el mundo, literalmente a cada rincón del planeta, por muy insulso que sea. Esto suena fascinante, sorprendente y aterrador” (Ramos, 2015:27).

Por lo tanto, con ese planteamiento se buscó identificar y registrar las formas a partir de las cuales se visibilizan las notas y se crea una interacción con la información. Es decir, se buscó conocer cuáles son las alternativas que tienen los usuarios para conocer una noticia e interactuar a partir de su contenido. Existen como se mencionó en la categoría “nuevas formas de producción periodística” comentarios que facilitan el conocer si se da una interacción a partir de la información presentada en las notas con los lectores y se tiene que del total de 30 notas 11 si tienen por lo menos diez comentarios y 19 no con esto se puede observar que tal vez no se generan muchos comentarios a partir de una nota pero al menos como se mencionó antes si existe un comentario por nota y un apartado que abre el canal de la comunicación entre el medio y el lector.

Con la información de las notas la velocidad y la amplitud de su impacto y la interacción se puede ver reflejada a partir de la cantidad de hashtags que son utilizados en las notas pues como ya se indicó antes estas etiquetas sirven para

difundir acontecimientos realizados en las redes sociales o tendencias de opinión. Por otro lado, también las notas que presentan un hashtag son las notas que más veces se compartieron en distintas redes sociales.

#FelizDíadelaMujer, #Condesa, #Lady100pesos, #LadyTepetepa, #Xalapa, #Bugambilias, #LadyCesárea, #LadyOxxo y #LadyComa

Ahora cualquier interesada o interesado en conocer las cuentas de los medios en la redes sociales, puede revisar una variedad de información de manera precisa: de cada publicación en Facebook se puede tener acceso y conocer datos de los autores de likes, comentarios y números de veces que fue compartida, mientras que en Twitter esos datos se conocen como retuits (Rodríguez, 2015).

En ese sentido la idea de Trejo (2015) de que las redes sociodigitales son parte de un ecosistema de información que acerca a la información y de la misma manera la entrelaza con los medios quienes la traducen y le dan forma para mandarla de regreso a espacios de encuentro e intercambio en la sociedad y de ahí nuevamente a Facebook u otras redes dejan claro que existe un proceso distintos en la publicación, presentación y circulación de la información. Se está generando una ampliación y diversificación con la información y el espacio público en sí.

6. CONCLUSIONES

Finalmente, lo que se puede concluir de esta investigación primeramente es que la red social Facebook ya se considera totalmente como un medio de comunicación para los usuarios de Internet, y para los periodistas suele ser un espacio donde se recolecta información de manera inmediata. Las redes sociales se han convertido en un estilo de vida. El impacto de su uso es económico, político y social.

Los usuarios han creado con las redes sociales una relación muy íntima, hacen uso de esta herramienta con naturalidad como si se encontraran en un espacio físico de interacción cotidiana. La transformación que se le dio a las redes como herramienta de entretenimiento en un primer momento quedó atrás, ya que ahora son vistas como medio de comunicación que amplifica las posibilidades de conectarse tanto con en el mundo virtual como con el físico. El campo de acción que han logrado abrir las redes sociales por su facilidad de comunicación ha potencializado enormemente las formas de llevar a cabo los roles en la cotidianidad.

Facebook es un espacio para seguir con la conversación fuera de línea y en línea. Los vínculos virtuales y las redes como Facebook se retroalimentan mutuamente son dos esferas de interacción que no se constituyen a partir de universos paralelos sino que conforman uno continuo. Facebook se ha convertido en un complemento de las actividades que realiza un individuo. En este sentido, es un medio que sirve para dejar una huella virtual, si no estás en Facebook no existes.

La trascendencia del estudio de cómo la información que publican los usuarios mexicanos en Facebook es convertida en interés público a través de su tratamiento periodístico, se debe a que se genera un impacto en la sociedad, ya que es un medio que permite ver y entender los cambios en la dinámica de la comunicación masiva y porque es una realidad que este tipo de plataformas, o las

que se inventaron mientras se realizó la investigación, serán utilizadas durante un largo tiempo por la sociedad.

En este sentido, resultaba relevante saber cuál es el interés de hacer pública una información que aparentemente se podría considerar como trivial e insignificante, ya que proviene de usuarios que si no tuvieran una cuenta en Facebook se mantendría en la mayoría de los casos aislado de lo que se genera en estos espacios.

Esta investigación desde el inicio se centró en estudiar esa consecuencia que ha tenido el uso de Facebook por parte de los usuarios mexicanos y que comparten elementos significativos que conforman su vida privada.

A partir del análisis de la investigación y la revisión que se realizó en las notas seleccionadas se puede afirmar que la información que publican los usuarios en Facebook y que cobra relevancia periodística está relacionada en gran medida con información personal, datos personales como: el nombre, la edad, nacionalidad, publicaciones, frases, expresiones, sentimientos, emociones, comportamientos extravagantes, actividades, valores, conductas, opiniones, conversaciones y materiales como (fotografías, videos, sonidos, imágenes), de las que pueden ser autores o solo estar relacionados, es decir los usuarios de las redes hacen ostensibles rasgos muy variados y expresiones propias de la vida privada, donde se muestran actividades de la vida fuera de línea.

Es decir, se está compartiendo una información o noticia a partir de simplezas y trivialidades. Lo que deja ver cuál es el tipo de información que se está considerando como de interés público. Como se puntualizó en el análisis, es una información en la cual la exhibición de la imagen, en este caso de todas las mujeres que se habla en las notas, se hace visible. El interés público se está construyendo a partir de la exhibición de la imagen y acciones desafortunadas que cometen algunos individuos de las redes sociales. El que los usuarios compartan

su información sin premeditación alguna ocurre en gran medida debido a que la penetración a Internet es fácil gracias al acceso inmediato que se tiene por los distintos dispositivos móviles que existen.

Facebook es considerada como la red líder de México, es utilizada como medio de comunicación e interacción como se mencionó antes., la cantidad de información que se vierte en esta red es demasiada y gran parte se considera de mala calidad, pero la simplificación de la información y su amplia difusión por parte de la prensa contribuye a darle fuerza a la palabra escrita y al contenido que se presenta en las redes y que muestra varios puntos en los que hay que centrar la atención uno de ellos es el impacto que tienen las palabras hace algunos años parecía que no provocaba un daño físico o moral y que eran efímeras, hoy quedan grabadas en piedra gracias a las redes sociales y a los medios de comunicación tradicionales como la prensa.

Es evidente la participación que tiene los usuarios de las redes al colocar cualquier tipo de información y a partir de la reproducción que alcance la viralidad. El usuario se ha convertido en un canal de comunicación que puede ser favorecedor o dañar los procesos tradicionales para difundir una información.

En ese sentido se planteó que los usuarios creen tener el control de su información ya que ellos son quienes manejan su cuenta. Sin embargo el control de lo privado no es un concepto separado pues está relacionado con los cambios tecnológicos y sociales que se han ido presentando en la sociedad. Con la revisión histórica que se hizo en el marco teórico se mostró que los conceptos público y privado se han definido de una forma que hoy se ve confrontada por el uso de las redes sociales.

Lo público y lo privado no pueden ser pensados como un par separado y excluyente, ya que las transformaciones que se han dado en su representación desde la aparición de la imprenta han modificado la naturaleza de la esfera pública

y por lo mismo también las nociones de lo público y lo privado. Los candados sin duda que protegen lo privado en Facebook son violentados por lo público, en el sentido de que se muestra todo aquello que para un usuario es considerado como privado. La definición de lo público y lo privado hoy se ve confrontada por el uso de redes sociales, pues resulta ficticio el control de la información que comparten los usuarios de las redes, ya que como se muestra en esta investigación mucha de la información que es colocada en distintas redes sociales es utilizada como fuente de información periodística.

Internet permea en toda actividad productiva en la actualidad, por su alta penetración en todas las esferas de la vida, es un medio que facilita la transmisión de información de forma inmediata. Lo que el autor Javier Quiroz (2005) mencionaba que la idea del avance tecnológico estaba ligada al futurismo se contrapone demostrando que ya es una realidad que se vive con las redes sociales. Con este avance se obtiene un beneficio pues se puede tener información de forma inmediata estamos viviendo en un mundo que se ha empequeñecido físico y virtualmente pues es posible estar en constante comunicación.

Internet, es una red global que tiene el poder de procesamiento de información y comunicación. No existen fronteras, tiene el mayor volumen de información en la historia de la humanidad de una variedad de fuentes. Es una fuente fundamental. Pero, por lo tanto no se puede dejar de lado la relevancia que tiene que sea difundida una información que no debería ser considerada como importante, pero ya que esta sobre la mesa en forma de nota deja ver una serie de inquietudes, pues el mensaje puede ser un generador de información de mala calidad y de estereotipos.

Si las redes están fungiendo como espejos de la sociedad y no gusta lo que reflejan, se debe de trabajar por cambiar esta nueva forma de presentar la información a partir de la exhibición de la imagen. Es desde afuera de las redes

donde hay que cuestionarse de qué sirve compartir cierta información si no es útil en ningún sentido. El mundo virtual es un gran terreno para expresarnos, pero hay que tener presente que lo que se lee en las redes es un reflejo de la forma en que los individuos se relacionan y manejan entre ellos y desde afuera.

La mayoría de la información proveniente de las redes no se apega a la realidad en un cien por ciento. Lo que importan es la interpretación parcial que cada quien hace, la difusión de esta clase de información relacionada con burlas, críticas, polémica e indignación se magnifican a través del tratamiento periodístico.

En este sentido, respecto al análisis que se realizó en esta investigación se observó que todos los días se generan acontecimientos de los cuales algunos de ellos pueden ser considerados como noticia esto a partir de qué cobra sentido a los sujetos de la sociedad, es decir, que se cubre con las necesidades y expectativas que construyen la realidad cotidiana.

Martini (2000) en su texto *Periodismo, noticia y noticiabilidad* menciona que la noticia puede ser definida como la construcción del discurso de una información que narra sucesos que son generalmente públicos y que implican o afectan a los individuos de la sociedad, pero para hacerlo se necesita de una serie de criterios para considerar a que se le llama noticia “los valores-noticia” como les llama la autora Martini a los componentes de la noticiabilidad en algunos casos se contraponen estos criterios con la información de las redes sociales que es presentada por la prensa, por un lado está la novedad, la originalidad, la imprevisibilidad y el ineditismo que sí se muestran en las noticias recabadas de los periódicos pero que por otro lado, dejan afuera criterios importantes como la credibilidad que actualmente se está convirtiendo en un tema de interés debido a que no se hacen investigaciones a fondo con respecto a los acontecimientos que se desarrollan de las redes y más que compartir un buen material se está llevando a cabo la presentación de información de mala calidad.

Se considera a la noticia como la divulgación de un suceso que narra eventos públicos. En ese sentido los criterios de noticiabilidad que son enunciados

en el marco teórico de que un hecho se vuelve noticia por el efecto que genera en la sociedad, es decir, la huella que deja a partir del debate que forman las conversaciones y el valor que aporta a la vida de los individuos; en las redes sociales se cumple hasta cierto punto pues sí se genera una conversación e interés a partir de ella pero debido a que aborda como se mencionó en apartados anteriores una información que se centra en exhibir hechos realizados por las personas.

Hay que evaluar la fuerza que tiene el contenido de la notas, habría que ver cuáles son los riesgos que genera, los puentes que establece, es decir lo bueno y lo malo en un sentido tajante habría que concientizar, educar y orientar acerca de la importancia de compartir información sin ningún filtro por parte de los usuarios y por parte de los medios también reconocer lo exponen a la sociedad y con qué objetivo.

En conclusión, en el análisis se muestra que la información de las redes sociales hoy en día están plagadas de bromas crueles, imágenes donde se muestra a individuos divertidos o ridiculizados, estas expresiones que se utilizan para denostar la imagen y expresiones apuntan a la descalificación constante y es a partir de esos elementos que esta información es convertida en interés público.

7. REFERENCIAS

Libros

Arendt, H. (2005) *La condición humana*, Barcelona, Paidós Surcos 15.

Ávila, C. et al., (2015) *Mensajes de odio y discriminación en las redes sociales*. México, Conapred.

Bucio, M. et al., (2015) *Mensajes de odio y discriminación en las redes sociales*. México, Conapred.

Campos, M. et al., (2015) *Mensajes de odio y discriminación en las redes sociales*. México, Conapred.

Castells, M. (2002) *La era de la información economía sociedad y cultura. La sociedad red vol., I*, México, Siglo veintiuno editores.

Castro, R. (2013) *Redes digitales y comunicación: Historia de las plataformas y nuevos vínculos sociales* 1a ed. - Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2013.

Christakis A. Nicholas, Fowler H. James, (2010) *Conectados*, México. Taurus.

Dios [de], R. et al., (2015) *Mensajes de odio y discriminación en las redes sociales*. México, Conapred.

Edo, C. (2009) "Nuevo concepto de noticia", en *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto en la noticia, las fuentes y los géneros*, Sevilla, Comunicación Social.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos [Const.] (1917) 2da Ed. Legis.

Fernández, J. (2008) "Doble clic. Internet y jóvenes de clase media" en Urresti, M. (ed.), *Ciberculturas juveniles*, Buenos Aires, La crujía.

Habermas J. (1981), *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, Barcelona, Gustavo Gili.

Hernández, R. (2003) *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill, México.

Hernández, R. (2010) *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill, México.

Kaufman, A. et al., (2015) *Mensajes de odio y discriminación en las redes sociales*. México, Conapred.

Marín C. (2012) *Manual de periodismo*, 3ª ed. México, Debolsillo.

Ramos, M. et al., (2015) *Mensajes de odio y discriminación en las redes sociales*. México, Conapred.

Soto, L. et al., (2015) *Mensajes de odio y discriminación en las redes sociales*. México, Conapred.

Trejo, R. et al., (2015) *Mensajes de odio y discriminación en las redes sociales*. México, Conapred.

Van Dijk, (1990) *La noticia como discurso*, Barcelona. Paidós.

Volkmer, I. (2014) *The global public sphere. Public communication in the age of reflective interdependence*, Cambridge. Polity Press.

Winocur, R. (2015) *Redes sociodigitales en México*, México, Fondo de Cultura Económica.

Artículos de Internet

Aguilar, E, Hung S. (2010) "Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook". *Zona Próxima*, núm. 12, pp.190-207. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85316155013> (Fecha de Consulta: Septiembre, 2013)

Abuín, N. Vinader, R. (2011) "El desarrollo de la world wide web en España: una aproximación teórica desde sus orígenes hasta su transformación en un medio semántico". *Razón y Palabra*, núm. 75, febrero- abril,

Andréu, J. (2000) "Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada". Fundación Centro Estudio Andaluces, Universidad de Granada. Vo10. n.2 pp. 1-34 Disponible en: <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>

Beloch, C. (S/N) "Las tecnologías de la información y comunicación" (T.I.C.). Universidad de Tecnología Educativa. Universidad de Valencia. Disponible en: <http://www.uv.es/~bellochc/pdf/pwtic1.pdf>

Canga J. (2001) "Periodismo e Internet: nuevo medio, vieja profesión". Pendiente de Migración. Disponible en: http://pendientedemigracion.ucm.es/info/emp/Numer_07/7-3-Pone/7-3-02.htm

Chartier, R. (2002) "Privado/público: Reflexiones histográficas sobre una dicotomía". Valencia, España.

Cobos, T. (2010) "Twitter como fuente para periodistas latinoamericanos". Razón y Palabra, vol. 15, núm. 73, agosto-octubre, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Estado de México, México.

Collier, A, Magid L. (2010) "Guía de facebook para padres de familia". Disponible en: http://asi-mexico.org/joomlaspan/index.php?option=com_content&view=article&id=71&Itemid=66

Curiel E. (2011) "El periodismo en el siglo de las redes sociales". Dialnet, No. Extra 117, 2011. Págs. 1113-1128.

Di Próspero, E. (2011) "Autopresentación en Facebook: un yo para el público". Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad, Universidad de Buenos Aires y Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Argentina, núm.6. pp. 44-53. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=273219417005> (Fecha de Consulta: Septiembre, 2013)

Dillon, A. (2013) "Los vínculos y la conversación 2.0: miradas de adolescentes argentinos sobre Facebook". Global Media Journal, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Monterrey, México, vol. 10, núm. 19, pp. 43-68. Disponible en: http://www.gmjei.com/index.php/GMJ_EI/article/view/18 (Fecha de Consulta: Septiembre, 2013)

Dumortier, F. (2009), "Facebook y los riesgos de la <<descontextualización>> de la información". IDP. Revista de Internet, Derecho y Política, Universitat Oberta de Catalunya España, núm. 9, pp.25-4. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78813254009> (Fecha de Consulta: Septiembre, 2014)

García, D. (S/A) El derecho a la privacidad en las redes sociales en internet.

Disponible en: <https://revistas-colaboracion.juridicas.unam.mx/index.php/derechos-humanos-cndh/article/view/5687/5024>

González, N. (1989), "Hechos y valores en la narración periodística informativa". *Communication y Society*, Universidad de Navarra, Facultad de comunicación, vol. 2 (2). Disponible en: https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=295 (Fecha de Consulta: mayo, 2017)

Gómez, R. (1996) *Metodología de la investigación cualitativa*, Disponible en: <https://www.utp.edu.co/centro-gestion-ambiental/cursos-centro-de-gestion-ambiental/metodologia-de-la-investigacion-cualitativa.pdf>

Imaña, T. (2008) "Facebook, tejiendo la telaraña de las redes sociales". *Razón y Palabra*, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey México, vol. 13, núm. 1, mayo-junio, pp. 1-7. Disponible en: <http://razonypalabra.org.mx/n62/bolivia/timana.html> (Fecha de Consulta: Noviembre, 2013)

Leree, B. (2009) "Los derechos de las audiencias". *El cotidiano*, núm.158, noviembre-diciembre, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco, Distrito Federal, México.

López, F. (2012) "Elementos para la comprensión de lo público/privado desde la comunicación. *Nómadas*", Universidad Central Bogotá, Colombia, núm. 37, octubre, pp. 245-254. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105124630018> (Fecha de Consulta: Septiembre, 2013)

Martín, R. (S/N) "Análisis de contenido. Estadística y Metodología de la Investigación". Disponible en:

https://previa.uclm.es/profesorado/raulmmartin/Estadistica_Comunicacion/AN%C3%81LISIS%20DE%20CONTENIDO.pdf

Martín, V. Torres, L. (2013) “Imágenes e imaginarios en el espacio público virtual: apuntes para una agenda de investigación”. *Razón y Palabra*, núm. 82, pp. 1-15. Disponible en: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N82/M82/05_MartinTorres_M82.pdf (Fecha de Consulta: Septiembre, 2013)

Martini, S. (2000) “Periodismo, noticia y noticiabilidad”. *Nombre Falso*.

Meneses, E. (2011) “Periodismo: Desafíos para su libre ejercicio”. En *panorama de la comunicación en México. Desafíos para la calidad y la diversidad: AMEDI* Disponible en: http://www.academia.edu/5900581/Periodismo_Desaf%C3%ADos_para_su_libre_ejercicio

Navarro, R. (S/A) *El derecho a la protección de información personal en México*, Disponible en:

<http://ordenjuridico.gob.mx/Congreso/2doCongresoNac/pdf/Navarro.pdf>

Peralta D. (2008) “Internet y la transformación del periodismo”. Sala de prensa, agosto2008, año X, vol.4. Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art766.htm>

Ponce, M. Vanoye, J. Serna, G. “La privacidad en los servicios de internet”, en *Elementos: Ciencia y cultura*, vol. 18, núm. 83 julio-septiembre, pp.41-45 Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Puebla, México.

Quiroz, R. (2014) “Las redes sociales como herramientas del periodismo digital”. *Revista Cultura*, pp. 279- 303. Disponible en: http://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_28_1_las-redes-sociales-como-herramientas-del-periodismo-digital.pdf

Quiroz W. Javier (2005) "Sociedad de la información y el conocimiento": Boletín de los Sistemas Nacionales Estadístico y de Información Geográfica, vol.1, núm, 1, pp. 81-92. Disponible en: http://www.inegi.gob.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/integracion/especiales/BoletinSNEIG/2005/bolsneig1.pdf (Fecha de Consulta: Octubre, 2013)

Rabotnikof, N. (1998) "Público/Privado". Razón y Palabra, S/N. Disponible en: <http://www.debatefeminista.com/PDF/Articulos/public410.pdf> (Fecha de Consulta: Septiembre, 2013)

Rodríguez A, Santamaría, P. (2012) "Análisis del uso de las redes sociales en internet, Facebook y twitter en las Universidades Españolas". Icono 14, Revista de Comunicación y Tecnologías emergentes, vol.10, núm. 2, pp. 228-246. Disponible en: <http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/198> (Fecha de Consulta: Septiembre, 2013)

Thompson, B. (2011) "Los límites cambiantes de la vida pública y la privada". Comunicación Y Sociedad. No. 15, enero-junio 201, pp. 11-42 [En línea] Disponible en: <https://goo.gl/DpCo3l>

Trejo, R. (2009) "Internet como expresión y extensión del espacio público". Revista MATRIZes. Vol. 2, No. 2 [En línea] Disponible en: <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/viewFile/38225/40997>

Tesis

Aguilar, D. (2011) *Uso de Facebook entre los Jóvenes Universitarios de Querétaro como herramienta para fortalecer su Cultura Política*. Tesis de Maestría en Comunicación, Universidad Autónoma de Querétaro, Facultad de Ciencias políticas y Sociales.

Arcila C. (2005) *Periodismo en línea: nuevas prácticas de la comunicación en el entorno digital*. Tesis de Licenciatura en Comunicación Social Desarrollo Económico, Universidad de los Andes- Táchira de República Bolivariana de Venezuela.

Bonaño, L. (2015) *Las redes sociales como fuentes de información*. Tesis de Grado en Periodismo, Universidad de Sevilla, Facultad de Comunicación.

Lam, I, Espinosa, E. (2012) *Las redes sociales en entornos digitales como una forma de interacción social en la era digital: caso Facebook*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (Publicidad), Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y sociales.

López, A. (2011) *La construcción del capital social en las redes sociales en internet: discutamos México en Facebook*. Tesis Doctoral en Ciencias Políticas y Sociales con Orientación en Comunicación, Universidad Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

Meneses E. (2010) *El periodismo en la sociedad de la información. Implicaciones de la convergencia en los procesos de producción informativa, en la cultura profesional y en la calidad de la información: el caso México*. Tesis Doctoral en Ciencias Políticas y sociales con orientación en ciencias de la comunicación, Universidad Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

Meza, Á. (2012) *Páginas de Redes Sociales en Internet Nuevos Espacios Públicos para una Sociedad Civil en México*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

Xantomila, Y. (2011) *La Representación Identitaria en la Comunicación por Redes: Facebook*. Tesis de Licenciatura en Comunicación y Periodismo, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Estudios Superiores Aragón.

Artículos de Revistas

Benassini C. (2017) *De la cámara de eco a la posverdad: reflexiones sobre la falsedad de la información en Facebook*. Revista Zócalo. No. 203 Enero 2017

Cañas C. (2016) *Las redes sociales y nuestras emociones*. Revista FACTum. Abril 2016

Rodríguez A. (2017) *Comunicación alternativa y redes de medios tecnopolíticos*. Revista Zócalo. No. 203 Enero 2017

Rodríguez A. (2015) *Medios en las redes. Un índice de interacción*. Revista Zócalo. No. 179 Enero 2015

Página web

Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI). Disponible en: [file:///C:/Users/miriam/Downloads/Estudio_+Habitosdel_Usuario_2017%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/miriam/Downloads/Estudio_+Habitosdel_Usuario_2017%20(2).pdf)

Facebook Disponible en: <https://es-la.facebook.com/>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Disponible en: http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2016/internet2016_0.pdf

Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI). Disponible en: <http://www.gob.mx/inecc/documentos/instituto-nacional-de-transparencia-acceso-a-la-informacion-y-proteccion-de-datos-personales>

Nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. Ciberespacio,
 Disponible en: <https://fuerzaprofesional.wordpress.com/nuevas-tecnologias-de-la-informacion-y-de-la-comunicacion-ntic/>

Owloo, Plataforma en español más completa para el análisis de las redes sociales.
 Disponible en: <http://www.owloo.com>

Notas en línea

Manu Ureste, Animal Político, La impunidad mata periodistas: 4 homicidios en mes y medio, aún no hay culpables sentenciados, 15 abril 2017.

Mtra. Karina Ortega Maya La Carpa, Situación actual del periodismo mexicano, 4 julio-2011

Notas con las que se trabajó en el análisis

#	Autor	Periódico en Línea	Título de la nota	Fecha en que se revisó la nota	Fecha del suceso
1	Redacción	Excélsior	Estudiante de medicina explica "selfie" con mujer en agonía	8-08-2015	
2	Julia Le Duc	La Jornada	Estudiante se toma selfie con moribunda	9-09-2015	08-08-2015
3	Redacción	El Universal	Polémica por selfie de estudiante universitaria con anciana hospitalizada	10-09-2015	
4	Redacción	Excélsior	Publica dibujo de su camioneta robada y estallan los memes	09-12-2015	
5	Redacción	El Universal	Estrenará camioneta tras dibujar la que le robaron	14-12-2015	
6	Redacción	Periódico El Nacional	Publica dibujo de su camioneta robada y se vuelve viral	10-12-2015	08-12-2015
7	Redacción	El Universal	Periodista denuncia agresión en la Condesa	09-03-2016	
8	Redacción	Proceso	Periodista denuncia agresión sexual en la Condesa; le bajan la ropa interior	09-03-2016	08-03-2016
9	Redacción	Sin Embargo	Periodista de Vince denuncia agresión sexual en calles de la Condesa	09-03-2016	
10	Xóchitl Álvarez	El Universal	Joven ebria choca autos; la llaman #Lady100pesos	22-04-2016	

11	Redacción	Excélsior	VIDEO: #Lady100pesos ofrece dinero a policías después de chocar ebria	22-04-2016	21-04-2016
12	Redacción	Sdpmoticias	Intenta sobornar a policías con 100 pesos; viajaba en estado de ebriedad (VIDEO)	22-04-2016	
13	Carolina Vargas	El Informador	Niño con autismo en concierto de Coldplay conmueve en redes	22-04-2016	
14	Redacción	El Universal	Coldplay responde a niño que lloró en su concierto	26-04-2016	16-04-2016
15	Redacción	Diario de México	Coldplay responde a niño autista que asistió a su concierto	27-04-2016	
16	Redacción	Hoy Estado de México	Taxista le roba colchón recién lavado	29-05-2016	27-05-2016
17	Redacción	Excélsior	El día que Xalapa enloqueció por un colchón azul	31-05-2016	
18	Redacción	Puebla On Line	El polémico colchón azul que se hizo famoso en Xalapa	31-05-2016	
19	Redacción	Puebla On Line	Aparece #LadyCesarea, quería a doctora como madrina para no pagar parto	31-05-2016	
20	Redacción	Chilango	Quería parto barato y se convierte en #LadyCesárea	31-05-2016	
21	Redacción	El Universal	#LadyCesárea pide a médico "apadrinarle" operación	01-06-2016	31-05-2016
22	Redacción	Excélsior	Exhibe a la amante y la viralizan como una #lady más en redes	17-07-2016	
23	Redacción	El Diario de Chihuahua	Exhibe a la amante y la viralizan como una #lady más en redes	17-07-2016	17-07-2016
24	Redacción	Formato Siete	Exhibe a la amante y la convierte en #LadyOxxo	17-07-2016	
25	Redacción	Excélsior	#Ladycoma: Pide dinero y finge estar en coma para no pagar	03-08-2016	
26	Redacción	El Gráfico	#LadyComa finge estar en coma para no pagar tanda	03-08-2016	27-07-2016
27	Redacción	El Mañana Nacional	"Matan" a Lady Coma en redes sociales	10-08-2016	
28	Redacción	Excélsior	Video: Invitación a los XV años de Rubí se hace viral en redes	2-12-2016	
29	Redacción	El Universal	Invitación a los XV años de Rubí se vuelve viral y miles confirman su asistencia	7-12-2016	29-11-2016
30	Redacción	Sdpmoticias.com	Los XV de Rubí son noticia Internacional	9-12-2016	

8. Anexos

Anexo 1: registro de las notas periodísticas

Nota 1.

Estudiante de medicina explica 'selfie' con mujer en agonía

María José González asegura que la imagen la tomó para tener un recuerdo de su primer día de práctica y con la autorización de la paciente

08/08/2015 15:15 Redacción



La estudiante compartió la foto con la leyenda: “Fui hacer una guardia y una señora estaba agonizando, y pues selfieeee”. Foto: Especial

CIUDAD DE MÉXICO, 8 de agosto.- Después de que fuera difundida en redes sociales una fotografía de un **estudiante de la Facultad de Medicina de la Universidad del Valle de México** "posando" al lado de **una mujer en agonía**, la joven argumentó que se trata de **un malentendido**.

En su perfil de Facebook, **María José González** señala que la imagen tiene tiempo y que nunca fue tomada a manera de burla, sino que por el contrario pidió la **autorización de la paciente**.

inReadEsa foto está mal entendida, hace tiempo yo hice una guardia y una señora que estaba muy enfermita me tuvo mucha confianza de platicarme ciertas

situaciones de su vida y como era el primer día de mi practica yo quise tener obviamente un recuerdo, tome varias fotos y le pedí permiso”, asegura la estudiante.

María José González fue motivo de críticas en redes sociales luego de que se difundiera la imagen en la que aparece sonriente al lado de una persona que se encuentra en cama.

El 'selfie', tomado en un **hospital de Reynosa**, Tamaulipas, fue compartido vía whatsapp junto con el mensaje: “Fui hacer una guardia y una señora estaba agonizando, y pues selfieeee”.

Nota 2.

Estudiante se toma *selfie* con moribunda

JULIA LE DUC

Corresponsal

Periódico

La Jornada

Domingo 9 de agosto de 2015, p. 24

Reynosa, Tamps. María José González, estudiante de medicina de la Universidad del Valle de México campus Reynosa, se tomó una fotografía junto a una paciente moribunda. La imagen tomada en modo *selfie* la muestra sonriente, mientras al fondo está una mujer enferma e inconsciente, con respirador. Fui a hacer una guardia y una señora estaba agonizando, colocó como pie de foto. El material compartido por la estudiante en redes sociales fue filtrado y generó críticas en su contra, donde le indican que es evidente que no ha tenido a un ser querido en agonía.

Nota 3.

Polémica por selfie de estudiante universitaria con anciana hospitalizada

EL UNIVERSAL

[@EIUniversalCtg](#)

CARTAGENA

10 de Agosto de 2015 10:55 am



La imagen era difundida en WhatsApp con este mensaje. // INTERNET

La joven dice que la foto la tomó con consentimiento de la anciana. // INTERNET

Una anciana que necesita ayuda de tubos para respirar, con los ojos aparentemente cerrados y que está en la cama de un hospital junto a una sonriente joven estudiante de la Facultad de Medicina de la Universidad del Valle en México, se aprecian en un fotografía que ha causado polémica e indignación en el mundo.

La foto que se filtró a las redes sociales, ha causado gran revuelo, pues los críticos califican de “inconsciente”, “sin corazón”, y más, a María José González, la estudiante de odontología mexicana que está en el ojo del huracán.

Para las personas que ven la imagen no es difícil imaginar que la anciana se encuentra moribunda, sin embargo, tras la polémica generada, la joven señala que la foto no es muy reciente, está mal entendida y que la mujer no murió.

A través de su página de Facebook la joven estudiante publicó su versión de los hechos y señala que la imagen – que estaba en su computador- no salió a la luz porque ella la haya compartido, agregó que desconoce quién mal intencionadamente la difundió.

La selfie fue compartida través de WhatsApp junto con el texto: "Fui hacer una guardia y una señora estaba agonizando, y pues selfieeee". Mensaje que asegura la joven, no escribió.

Por su parte, la Universidad del Valle en México sacó un comunicado en el que indica que se están investigando los hechos y que este tipo de actuaciones no reflejan los valores de la institución.



Buenas tardes @revistaproceso aquí la postura de la UVM sobre este hecho.
16:08 - 8 ago 2015 8_8 Retweets_ 6 6 me gusta

Nota 4

Publica dibujo de su camioneta robada y estallan los memes

Zaira Salazar en su muro de Facebook compartió el pasado 8 de diciembre el robo de su vehículo, una pick up Nissan 91

09/12/2015 12:25 ATRACCIÓN360



Este fue el posteo original de la mujer. Foto: Tomada de Facebook

1 de 14



CIUDAD DE MÉXICO.

Una más.

Las redes sociales se han usado para **reportar robo de personas y autos**, sin embargo, el caso de esta **mujer se viralizó de la manera errónea al compartir un dibujo de su pick up, en lugar de una fotografía.**

Lo más sorprendente es que la encontró.

Zaira Salazar en su muro de Facebook compartió el pasado 8 de diciembre el **robo de su vehículo, una pick up Nissan 91 con número de placa VB52780** ubicada en Hermosillo, Sonora.

Así ante la preocupación de no recuperar su vehículo, la mujer decidió **compartir en Facebook** su caso, con el fin de **recuperar la camioneta.**

El caso se viralizó rápidamente debido a que **Zaira compartió un dibujo de su Pick up, en lugar de una foto.**

Así en la galería verás cómo varios **usuarios “photoshoperaron” las imágenes para mostrarle dónde habían visto su carro.**

Nota 5.



EL UNIVERSAL FOTOS EL UNIVERSAL TV GRÁFICOS MINUTO X MINUTO

INICIO // ESTADOS // ESTRENARÁ CAMIONETA TRAS DIBUJAR LA QUE LE ROBARON 7 COMENTARIOS

Estrenará camioneta tras dibujar la que le robaron

- Agencia automotriz le regala camioneta del año a Zaira Salazar, quien alcanzó un millón de "likes" en un video publicado en Facebook de Chevrolet Monclova

El Universal TV - Regalan camioneta a mujer que dibujó su pick up robada para encontrarla

TICK UP NISSAN 91
218-65-12

0:46 / 0:46 ESTV

f FACEBOOK | 215

TWITTER
COMPARTIR

TAGS

Zaira Salazar, Chevrolet
Monclova, Dibuja camioneta**Zaira Salazar** está de estreno.

Tras causar revuelo en las redes sociales por **dibujar la camioneta** que le habían robado, una agencia automotriz le obsequiará una **pick up** del año.

La semana pasada, Zaira publicó un dibujo de la camioneta que le robaron porque no tenía una fotografía del vehículo.

Rápidamente el tema se viralizó y los usuarios aprovecharon para crear los famosos memes. Días después, el auto fue recuperado.

Tras el revuelo, la agencia **Chevrolet Monclova** publicó en Facebook un video de la mujer pidiendo a los usuarios un millón de "likes" para que le regalaran una camioneta del año.

La agencia indicó que si dicha publicación tenía el millón de "likes" antes del 23 de diciembre, Zaira estrenaría auto nuevo. El alcance fue tanto que sólo bastaron 33 horas para que se llegara a la meta.

Así, Chevrolet Monclova anunció el pasado sábado 12 de diciembre que Zaira había ganado el reto y con ello su auto nuevo.

“¡Lo logró! Con el apoyo de todos ustedes, Zaira Salazar estrenará una Nueva S10 2016. ¡Felicidades y enhorabuena!”, publicó en Facebook.

spb

Nota 6.

Inicio La Farándula Publica dibujo de su camioneta robada y se vuelve viral

Publica dibujo de su camioneta robada y se vuelve viral

10 diciembre, 2015

Redacción/El Nacional

A través de su red social Facebook Zaira Salazar publicó un dibujo de su vehículo que le fue robado el pasado 8 de diciembre, el cual se convirtió en el centro de las burlas en internet.

La joven presento un dibujo hecho por ella, en lugar de una fotografía de su vehículo robado, por lo que se ganó miles de burlas y desde luego, los memes no se hicieron esperar.

El robo de su Pick up Nissan, modelo 91, con placas vb52780, ocurrió en Hermosillo, Sonora.

“El día de ayer en el tianguis de Héctor Espino nos robaron un Pick Up Nissan modelo 91 con el número de palcas vb52780, el carro está fondeado gris con el

techo negro, si lo ven favor de llamarme, no tengo fotos pero les dejo un dibujo”, publicó en Facebook.

A pesar de las burlas, al parecer la camioneta fue encontrada tiempo después en buenas condiciones.

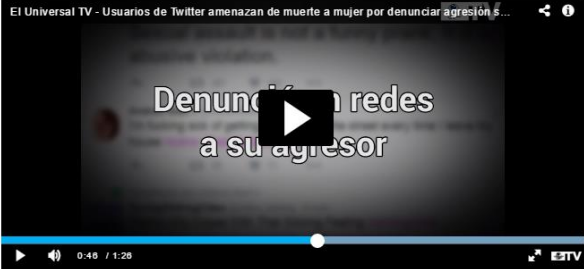
Nota 7.

EL UNIVERSAL FOTOS EL UNIVERSAL TV GRÁFICOS MINUTO X

Periodista denuncia agresión en la Condesa

● Andrea Noel, reportera de Vice News, denunció que en el Día Internacional de la Mujer, un sujeto le levantó el vestido en plena calle; el hecho fue captado en video

El Universal TV - Usuarios de Twitter amenazan de muerte a mujer por denunciar agresión s...



09/03/2016 | 17:36 | Redacción [México] [A](#) [A+](#) [✉](#)

f FACEBOOK | 468

t TWITTER

COMPARTIR

RELACIONADAS

▶ 2016-02-29 **Promueven campaña contra violencia sexual en la capital**

TAGS

denuncia, acoso sexual, Condesa, Andrea Noel

Andrea Noel, periodista de Vice News, denunció a través de las redes sociales que ayer, en el Día Internacional de la Mujer, mientras caminaba por una calle de la colonia **Hipódromo Condesa**, un sujeto le levantó el vestido y le bajó su ropa interior.

“Me acaban de levantar el vestido y bajar los calzones en medio de #Condesa. Sexual assault is not a funny prank. It is an abusive violation (El **acoso sexual** no es una broma divertida. Se trata de una violación), escribió la mujer en su cuenta de Twitter.



Andrea Noel [@metabolizedjunk](#) [Seguir](#)

Me acaban de levantar el vestido y bajar los calzones en medio de #Condesa. Sexual assault is not a funny

f FACEBOOK | 468

TWITTER

COMPARTIR

RELACIONADAS

► 2016-02-29 **Promueven campaña contra violencia sexual en la capital**

TAGS

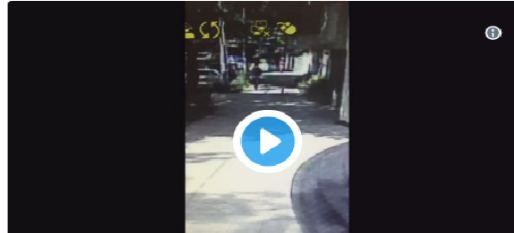
denuncia, acoso sexual, Condesa, Andrea Noel

en medio de #Condesa. Sexual assault is not a funny prank. It is an abusive violation.

14:41 - 8 Mar 2016

329 211

Asimismo, publicó un par de videos que muestran el momento en que ella camina y se observa a un sujeto que se le acerca corriendo por la espalda, le levanta el vestido y le baja la ropa interior, por lo que ella cae al suelo.



f FACEBOOK | 468

TWITTER

COMPARTIR

RELACIONADAS

► 2016-02-29 **Promueven campaña contra violencia sexual en la capital**

TAGS

denuncia, acoso sexual, Condesa, Andrea Noel

Andrea Noel @metabolizedjunk

Seguir

Si alguien reconoce a este imbécil, favor de identificarlo. Women should be able to walk safely. #FelizDiaDeLaMujer

20:37 - 8 Mar 2016

5.343 3.431

Asimismo, escribió en su red social que este tipo de reacciones describen exactamente el problema que enfrentan las mujeres en **América Latina**.

Aunque recibió múltiples muestras de apoyo en sus redes sociales, también hubo comentarios de acoso sexual en su contra.

Ante esta situación, la **Procuraduría General de la Justicia** de la Ciudad de México informó a través de Twitter que ya tomaron cartas en el asunto de Andrea Noel, pues aseguró

que la atienden personalmente el **subprocurador y Fiscal**.

f FACEBOOK | 468

TWITTER

COMPARTIR

RELACIONADAS

► 2016-02-29 **Promueven campaña contra violencia sexual en la capital**

TAGS

denuncia, acoso sexual, Condesa, Andrea Noel

Procuraduría CDMX @PGJDF_CDMX

Seguir

PGJ tomó cartas en el asunto de @metabolizedjunk la atienden personalmente el Subprocurador y Fiscal. @ManceraMiguelMX @rodolfoariosg

16:38 - 9 Mar 2016

9 11

Procuraduría CDMX @PGJDF_CDMX

Seguir

Se aplicará el peso de la Ley en el caso de @metabolizedjunk. Es atendida en delitos sexuales. @ManceraMiguelMX @rodolfoariosg @SalCamarena

16:42 - 9 Mar 2016

Nota 8.

UBICACIÓN: Inicio » [La Capital](#) » Periodista denuncia agresión sexual en la Condesa; le bajan ropa interior



Periodista denuncia agresión sexual en la Condesa; le bajan ropa interior

POR [LA REDACCIÓN](#) , 9 MARZO, 2016 [LA CAPITAL](#)

[Twitter](#) [Facebook](#) [1](#)

CIUDAD DE MÉXICO (apro).- En el mismo Día Internacional de la Mujer, la periodista Andrea Noel, colaboradora del portal de noticias *Vice*, denunció que cuando caminaba por la calle en la colonia Condesa, un hombre se le acercó, le levantó el vestido y le bajó su ropa interior.

Una cámara de seguridad captó el momento de la agresión ocurrida entre las avenidas México y Celaya, alrededor de las 18:00 horas._

El video fue difundido por la periodista en su cuenta de Twitter [@metabolizedjunk](#) con el siguiente mensaje:



Hasta el momento el agresor no ha sido identificado. Sin embargo, luego de que el mensaje fue retuiteado cientos de veces, incluso por diputados y periodistas reconocidos como Julio Astillero, del diario *La Jornada* y el portal de noticias *AristeguiOnline*, la Procuraduría General de Justicia capitalina reaccionó por la misma vía:

“PGJ tomó cartas en el asunto de @metabolizedjunk la atienden personalmente el Subprocurador y Fiscal. @ManceraMiguelMX @rodolfooriosg”, mencionó la dependencia en su cuenta de Twitter.

En un segundo mensaje, agregó: “Se aplicará el peso de la Ley en el caso de @metabolizedjunk. Es atendida en delitos sexuales. @ManceraMiguelMX @rodolfooriosg @SalCamarena”.

Luego de que Andrea Noel denunció la agresión de la que fue víctima en la vía pública, recibió múltiples mensajes de apoyo en sus redes sociales. Incluso, otras mujeres denunciaron que también han sido víctimas de acoso y violencia sexual en la calle y a plena luz del día.

No obstante, el mensaje generó también comentarios de acoso sexual y violencia verbal en su contra.

Ella respondió: “Gracias a cientos de personas que me han apoyado/ayudado a silenciar a los cientos de violadores y asesinos futuros que me amenazan en línea”.

Nota 9.

Periodista de *Vice* denuncia agresión sexual en calles de la Condesa (VIDEO)

✉ Mail

Google+

Telegram

Por [Redacción / Sin Embargo](#) marzo 9, 2016 - 6:37 pm • 18 Comentarios

Andrea Noel reportó en su cuenta de Facebook y Twitter que el día de ayer por la mañana un sujeto le levantó el vestido y le bajó la pantaleta mientras se encontraba caminando en calles de la colonia Condesa.



Ciudad de México, 9 de marzo (SinEmbargo).- Andrea Noel, periodista de *Vice*, sufrió una agresión sexual ayer martes mientras caminaba por la Avenida México en la colonia Hipódromo Condesa, en la Ciudad de México.

La joven reportó en su cuenta de Facebook y Twitter que el día de ayer por la mañana un sujeto le levantó el vestido y le bajó la pantaleta mientras se encontraba caminando en la Condesa.

“Otra vez como pasa diario con mujeres en todo México, me acosaron en una calle linda y bien iluminada a plena luz del día”, denunció la periodista en sus redes sociales. Además acompañó su denuncia de una grabación del momento de su agresión y pidió a los usuarios que si reconocen al sujeto lo identifiquen.

El ataque ocurrió el mismo día que se conmemora a la mujer, por lo que las publicaciones de la periodista estuvieron acompañadas por el hashtag #FelizDíadelMujer.



Uno de los mensajes escritos por la periodista en su muro de FB. Foto: Facebook

Entre sus varias publicaciones, había una en inglés que decía “estoy harta de ser acosada en la calle cada vez que salgo de mi casa”. “Porque yo debería decidir cuándo y con quién mis pantaletas caen”, escribió en otro mensaje.

Dos videos publicados por la misma chica, muestran el momento preciso en que el sujeto se acerca a ella corriendo por detrás, le levanta el vestido, le baja su ropa interior y ella cae al suelo en un intento de acomodarse la ropa.

Después de su denuncia, la mujer recibió mensajes de todo tipo, desde personas que se solidarizaron con ella, hasta otras personas que la responsabilizaron de la agresión por la ropa que llevaba puesta.

Nota 10.

EL UNIVERSAL FOTOS EL UNIVERSAL TV GRÁFICOS MINUTO X MINUTO LO MÁS VISTO

Mantente a día con el boletín de El Universal

Joven ebria choca autos; la llaman #Lady100pesos

Tras impactar tres autos, la mujer intentó sobornar a un policía municipal con un billete de 100 pesos



Foto: Tomada de video

22/04/2016 | 18:02 | **Nicolás Álvarez** / Corresponsal [Guanajuato]

FACEBOOK | 7.1K

TWITTER

COMPARTIR

TAGS

#Lady100pesos

Una joven alcanzó fama como la "Lady 100 pesos" al ser exhibida en un video subido a las redes en el que se observa que intenta sobornar a un policía municipal con un billete de 100 pesos, después de participar en un choque y causar daños a tres vehículos.

El video se hizo viral y desató la imaginación de usuarios que subieron múltiples memes con la imagen de la joven.

La mujer de 18 años de edad, identificada como Lorena, viajaba acompañada de dos hombres la mañana de este jueves cuando ocurrió el accidente.

La llamada "Lady 100 pesos" conducía una camioneta Rogue color blanca por la calle Tepetapa y en el cruce con la glorieta del Carrizo impactó una camioneta Lobo, continuando su marcha con rumbo al Panteón de Santa Paula, donde impactó otros dos vehículos que estaban estacionados, presuntamente al tratar de esquivar un peatón.

COMENTARIOS

38 comentarios Ordenar por Más antiguos

Agregar un comentario...

Armando López
"controlarse" ??, si apenas y puede hablar de lo perdida que está, o sea, A VER, qué parte de SI TOMO NO MANEJO Y AL REVES, es la que es TAAAAAN DIFÍCIL DE ENTENDER ???, lo BUENO que NADIE resultó herido, los daños materiales como quiera se pueden reparar...

Me gusta · Responder · 5 · 22 de abril de 2016 16:52 · Editado

Christian Largo
porque wey... toma tus 100 pesos y largate jajaja

Me gusta · Responder · 23 de abril de 2016 17:45

Jane Jelmut Gonzalez · Trabaja en Agencia Especial Mexicana
Voy a ir a Guanajuato a estacionar mi chingadera para que llegue esta hermosa lo choque y así le pido su teléfono... Ya me vi

Me gusta · Responder · 6 · 22 de abril de 2016 16:55 · Editado

Alberlo Zamora · Trabaja en RACIO TAXI Diamante Querétaro
Jajajaja los chotas valen cacahuato, debieron de quitarle las llaves del carro y esposarla.

Me gusta · Responder · 2 · 22 de abril de 2016 16:59

Max Ruiz
Te aseguro que las sanciones que le dieron, no son nada comparado con lo que se merecía, y posiblemente hasta

Nota 11.

Sigue a Excélsior

Ver Comentarios **40**

- VIDEO: #Lady100pesos ofrece dinero a policías después de chocar ebria



CIUDAD DE MÉXICO

Aparece una nueva Lady en redes sociales, esta vez **llamada por #LadyTepetepa o #Lady100Pesos, que se ha convertido en trending topic en las últimas horas.**

Después de **chocar su camioneta contra tres automóviles en una calle de Tepetepa, Guanajuato,** se publicó un video en Tv Guanajuato Canal 8, donde se observa a la jovencita en aparente estado de ebriedad, **intentando darle dinero a los policías para que no se la lleven detenida.**

Iba acompañada por dos muchachos, uno se dio a la fuga y el otro fue capturado por la policía.

En el video que dura varios minutos, la policía intenta explicarle que deben llevársela por estar borracha, a lo que **ella se niega ofreciendo 100 pesos una y otra vez.**

Al final lograron subirla a una patrulla, junto a otro de los detenidos y los llevaron al Ministerio Público.

Los hechos ocurrieron el día de ayer, pero hasta hoy se viralizó.

fbp TAGS: Viral Guanajuato

Nota 12.

ESTADOS

Intenta sobornar a policías con 100 pesos; viajaba en estado de ebriedad (VIDEO)

REDACCIÓN SDPNOTICIAS.COMvie 22 abr 2016 12:56

[Pin it](#)



Lorena Daniela Aguirre, apodada 'Lady 100 pesos' Foto propiedad de: Tomada de Video

ADVERTISEMENT

La conductora chocó contra varios vehículos.

México.- **Lorena Daniela Aguirre**, una adolescente de 18 años, fue detenida por policías municipales de Irapuato tras impactarse contra otros vehículos, mientras conducía en estado de ebriedad.

Los hechos se registraron en la zona de Tepetapa, Guanajuato, este jueves cuando Lorena conducía una camioneta Nissan blanca modelo Rogue junto a dos muchachos, **uno de los cuales fue identificado como el hijo de un político local**, tras esquivar a un adulto mayor que cargaba a un bebé y estaba cruzando la calle.

La chica se ganó el mote de "**Lady 100 pesos**" o 'Lady Tepetapa' tras intentar sobornar de manera fallida a los agentes de tránsito que le marcaron el alto con ¡100 pesos!, luego de pretender darse a la fuga en dos ocasiones.

Aguirre aseguraba "encontrarse bien", sin embargo, agentes femeninos de la policía municipal trasladaron a la responsable al Ministerio Público.

El joven que la acompañaba y no se dio a la fuga fue identificado como Aarón Avarandilla.

Con información TV Guanajuato Canal 8

Nota 13.

Niño con autismo en concierto de Coldplay conmueve en redes



Entre lágrimas y emoción cantaron la canción de "Fix you". YOUTUBE

/ Luis Vazquez

[Coldplay cierra con éxito conciertos en el Foro Sol](#)

Compartir: **3351** **0** **3307** **25**Google **+18** **0**

- El material cuenta con más de 94 mil visitas

*Sus padres comparten el video del emotivo momento durante el concierto en Foro Sol***GUADALAJARA, JALISCO (22/ABR/2016).**- En redes sociales circula el video de un niño con autismo que asistió al concierto de **Coldplay**, en una de las tres fechas que la banda ofreció como parte de su gira "A Head Full Of Dreams", en el Foro Sol de la Ciudad de México.

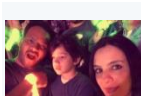
El video fue publicado en el canal de **YouTube** de Luis Vazquez, con la descripción: "Algo que mi esposa y yo decidimos ahora sí compartir al mundo entero.Tienen que verlo! Lo dice todo! You guys #coldplay please need to see this!".

El padre del niño, del cual no publican nombre ni edad, comparte el emotivo momento que vivieron. Donde entre lágrimas y emoción escuchaban en vivo el tema de "Fix you", una de las canciones favoritas del pequeño fanático de la banda británica.

El material que ha conmovido a varios internautas cuenta con más de 94 mil visitas.

Coldplay responde A través de su cuenta de Twitter la agrupación respondió ante el suceso: "Este tipo de cosas hace que todo valga la pena".

EL INFORMADOR / CAROLINA VARGAS



[YouTube](#) @YouTube **Seguir**



[Coldplay](#) ✓ @coldplay

This kind of thing makes it all worthwhile <https://www.youtube.com/watch?v=N4tcMTEABsk> ...; Hola Luis y tu hijo hermoso! love cgwj&p

18:19 - 22 abr 2016 32.09432.094 me gusta

Nota 14.

Coldplay responde a niño que lloró en su concierto

La banda británica reaccionó a través de Twitter a un conmovedor momento protagonizado por un pequeño durante uno de sus conciertos en la Ciudad de México



FOTO: Tomada del video YouTube

26/04/2016 | @11.13 | [Inclusión](#) [Ciudad de México]

FACEBOOK | 17.4K

TWITTER

COMPARTE

TAGS

coldplay

Tras darse a conocer un video en el que un niño mexicano con autismo se conmueve hasta las lágrimas durante uno de los conciertos que **Coldplay** ofreció en la ciudad de México, la banda británica respondió a través de Twitter.

"Este tipo de cosas hacen que todo valga la pena. Hola Luis y a tu hijo hermoso!" escribió la agrupación junto con dicho video en el que se observa el rostro del sorpresa del pequeño ante la magnitud del concierto y cómo se va desinhibiendo al grado de llegar hasta las lágrimas mientras sonaba "Fix You".

El material que se volvió viral, iba acompañado con un mensaje del papá del niño de seis años: "Algo que mi esposa y yo decidimos ahora si compartir al mundo entero. ¡Tienen que verlo! ¡Lo dice todo! You guys #coldplay please need to see this!".



Mantente al día con el boletín de El Universal



¡Llegaron las ofertas que te volverán impulsivo!

HASTA 40% OFF

Envío Gratis

Ver más



DESTACADAS

Coldplay emociona a niño hasta las lágrimas



El padre del pequeño publicó el video donde se le mira a ambos conmovidos por la

video en la ciudad



Fans capturaron a los músicos realizando en las calles su clip "Up & up" el sábado 2016-04-18

Nota 15.



Coldplay responde a niño autista que asistió a su concierto

Diario de México

Por Redacción [Follow @DDMexico](#)

FacebookTwitterGoogle+Compartir

Miércoles 27 abril del 2016 - 12:31 PM

Tras darse a conocer el video en el que un niño mexicano con autismo se muestra emocionado por uno de los conciertos que Coldplay ofreció en la ciudad de México, la agrupación británica respondió a través de Twitter.

Los integrantes de Coldplay han mostrado su agradecimiento tanto al niño, como al padre mexicano y por medio de un tweet comentaron: “Este tipo de cosas hacen que todo valga la pena. Hola Luis y a tu hijo hermoso!”.



Nota 16.

Taxista le roba colchón recién lavado

Posted by [Hoy Estado](#) On Mayo 29, 2016 [0 Comment](#)

Hoy Estado de México – Mayo 29, 2016

La historia de un joven llamado, Rafael Ávalos, de Xalapa, Veracruz, se volvió viral en las redes sociales tras el robo de su colchón que había lavado en la calle.

El incidente se registró cuando Rafael decidió limpiar su colchón afuera de su casa pero en un momento de descuido un taxista que circulaba cerca aprovechó para subirlo a su unidad y llevárselo. Luego del robo Rafael captó el momento en el que el taxista llevaba el colchón.

TAMBIÉN TE PUEDE INTERESAR:

- [VIDEO: Mujer se desnuda y discute con oficiales](#)
- [Hackean 2 mil cuentas de Twitter con pornografía](#)

Tras el atracó, el joven compartió la imagen en redes sociales e inmediatamente fue difundida por la página “Tepito Xalapeño”.

El joven describió en su publicación que su colchón tenía un fondo azul y un “colchoncito” más pequeño. Asimismo aseguró que en ausencia del mismo tuvo que dormir en el suelo o en un sillón.

Gracias a la publicación el colchón fue rescatado y el taxista aseguró que se lo llevo porque creyó que sería enviado a la basura.

Con información de medios

Comentarios

0 comments

Nota 17.

El día que Xalapa enloqueció por un colchón azul

Un joven reportó en Facebook que un taxi se había llevado su colchón que sacó a secar a la calle, éstas fueran las reacciones de los usuarios de la red social

31/05/2016 14:14 REDACCIÓN



CIUDAD DE MÉXICO

La desaparición de su colchón azul **“con doble colchoncito”** lo hizo famoso. Su nombre en **Facebook** es **Rafa Ávalos**, es bloguero de **Happy2gether**. Tras su denuncia en la red social, con una foto de un taxi trasladando sobre el capacete el colchón, Rafa **se hizo viral en Xalapa**, gracias a los memes que se fabricaron por este hecho.

PUBLICIDAD

inRead invented by Teads

Si alguien ve un Taxi por Bugambilias de las Trancas con un colchón arriba ¡Díganle que lo regrese a donde estaba! Sólo lo saque a secar (tiene azul en la parte de abajo y como doble colchoncito), compartir por favooooor **#Xalapa #Bugambilias**”, publicó el pasado 27 de mayo.

La reacción de los seguidores y usuarios fue rápida, aprovecharon para burlarse con fotomontajes del caso.

Nota 18.

El polémico colchón azul que se hizo famoso en Xalapa

Por Staff Puebla On Line | Publicado el 31-05-2016



Excélsior informa que la desaparición de su colchón azul “con doble colchoncito” lo hizo famoso. Su nombre en Facebook es Rafa Ávalos, es bloguero de Happy2gether. Tras su denuncia en la red social, con una foto de un taxi trasladando sobre el capicete el colchón, Rafa se hizo viral en Xalapa, gracias a los memes que se fabricaron por este hecho.

Si alguien ve un Taxi por Bugambilias de las Trancas con un colchón arriba ¡Díganle que lo regrese a donde estaba! Sólo lo saque a secar (tiene azul en la parte de abajo y como doble colchoncito), compartir por favooooor ???Xalapa ???Bugambilias”, publicó el pasado 27 de mayo.

La reacción de los seguidores y usuarios fue rápida, aprovecharon para burlarse con fotomontajes del caso.

Ese mismo día, pero ya por la noche, Ávalos posteó la imagen del taxi con el colchón circulando por una avenida de Xalapa.

Y la tragicomedia en redes sociales terminó con un final feliz. La misma noche del 27 de mayo, el bloguero reportó en Facebook que el taxista le regresó su tan anhelado colchón.



Etiquetado como

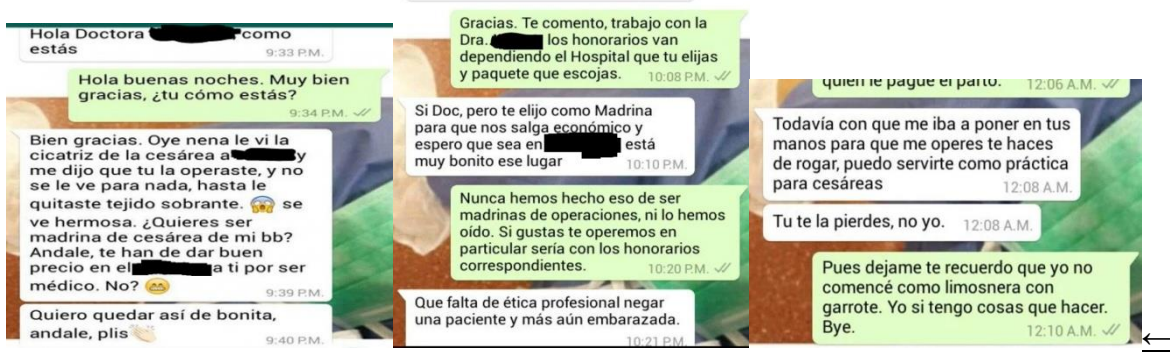
- Colchón Azul

Nota 19.

ACTUALIDAD

Aparece #LadyCesarea, quería a doctora como madrina para no pagar parto

Por Staff Puebla On Line | Publicado el 31-05-2016



→

Excélsior informa que gracias al internet, redes sociales y lo smartphones, podemos compartir información al instante, hacer denuncias e incluso señalar a aquellas personas que luego quieren abusar de otras personas, conocidos coloquialmente como Ladys o Lords.

Desde hace algunas horas el hashtag #LadyCesarea es Treading Topic en Twitter y varios usuarios han compartido la historia de una mujer que pidió a una doctora realizarle una cesárea, pero como su 'madrina' para que no le cobrara honorarios, a pesar de querer hacerlo en un hospital privado.

En los mensajes, donde no aparece el nombre de la mujer ni la doctora, primero se ve que #LadyCesarea la busca como recomendación y después le menciona que la 'elige como madrina para que sea más económico'.

Ante la negativa de la doctora, #LadyCesarea le menciona su aparente falta de ética profesional y que podría servirle de prácticas.

La doctora rechaza categóricamente esta petición tan incómoda.

Etiquetado como

- Lady Cesárea

Nota 20.

Quería parto barato y se convierte en #LadyCesárea

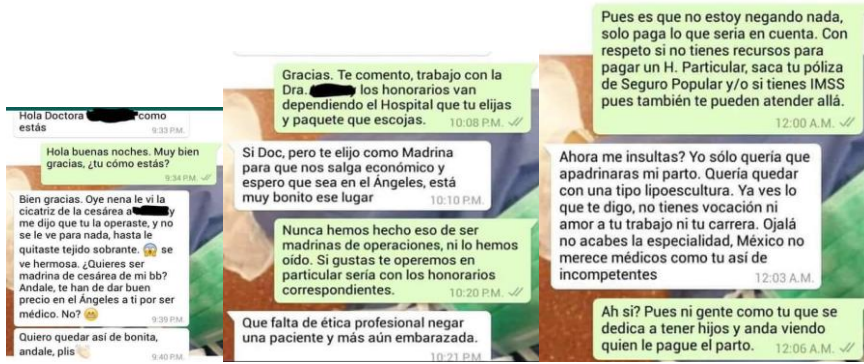
Pinterest  Comentarios  26  Compartir 6K

31 de mayo de 2016

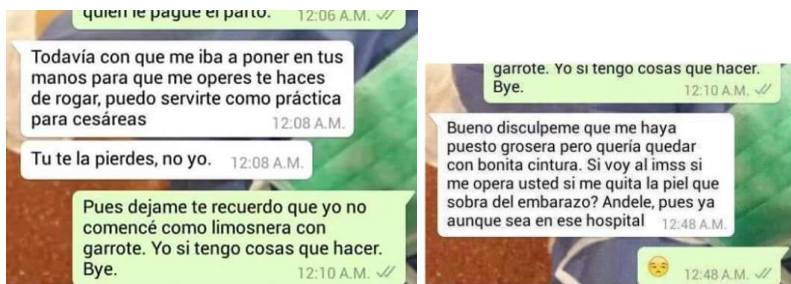
Aquí les dejamos la historia de la *Lady* de esta semana: se trata de **una mujer que buscaba "madrina" de cesárea para que le saliera económica**. De paso y ya con confianza, también quería una lipoescultura y que la operación se realizaré en el Hospital Ángeles.

Las imágenes de **la conversación vía Whatsapp aparecieron en Facebook y se han hecho virales**, refiriéndose a la mujer como "*Lady Cesárea*".

Ésta fue la conversación:



9:49 A.M.



hija de tu perra madre ya me enseñaron q lo subiste a face, era una broma ni que fueras la uni ca doctora en este jodido mundo para que sepas puedo pagar hasta en el betania si quiero solo era para ver como respondias pero no vales nada como medico ni como persona. la vocación se adquiere, nunca se vende tampoco se regala, contesta tu cel si tantos huevos tienes.

Nota 21.

#LadyCesárea pide a médico “apadrinarle” operación

● Se han vuelto virales las imágenes de un chat que muestra la conversación entre una doctora y una futura madre que busca le “apadrinen” la intervención quirúrgica



Foto: Archivo / El Universal

01/06/2016 | @ 17:45 | Redacción [1000.0]

A A

f FACEBOOK | 3.5K

t TWITTER

COMPARTIR


TAGS




#LadyCesarea

Durante las últimas horas se han vuelto virales una serie de fotografías que **se compartieron en redes sociales** en las que se puede leer la conversación de un chat, del servicio de mensajería Whatsapp, entre dos mujeres.

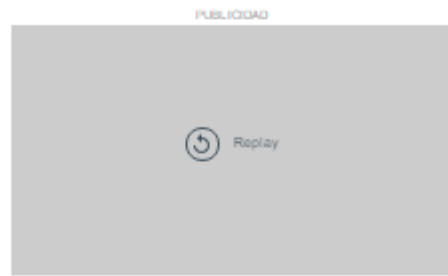
En los mensajes #LadyCesarea pide a la doctora Chocolate! ser la “madrina” de la intervención quirúrgica con el pretexto de ser muy buena ejecutando esta operación.

La mujer refiere un probable acuerdo entre los médicos y la administración del hospital donde trabajan para obtener un descuento en las intervenciones.

 Ladycesarea1.jpg

 FACEBOOK | 3.5K
 TWITTER
 COMPARTIR
 TAGS
 #LadyCesarea

Ante esto, la residente explica que tiene que pagar los honorarios que cobra el centro médico, ante lo que #LadyCesarea manifiesta indignación y acusa a la médico de "falta de ética profesional".



Jadycesarea2.jpg

Después de un grupo de mensajes, la doctora Chocolatl le sugiere realizarse la intervención en un hospital público donde no tuviera que pagar los costos de un hospital privado, lo que derivó en comentarios de molestia de #LadyCesarea.

Jadycesarea3.jpg

Jadycesarea4.jpg

Fue la propia médico residente quien publicó las fotografías de la conversación en su cuenta de Twitter en donde protegió la identidad de la futura madre.

También ha comenzado a circular una imagen de un chat diferente en donde se pueden leer insultos y amenazas hacia la médico por haber hecho viral la conversación y en última instancia, por no haberle querido "apadrinar" la intervención.

El hashtag #LadyCesarea fue atribuido por los usuarios a las fotos difundidas sobre la conversación para satirizar la petición de la futura madre de recibir una cesarea y liposculptura en el Hospital Ángeles sin que ella tuviera que pagar los gastos de las intervenciones médicas y hospitalización.

Ese hashtag se convirtió en tendencia en Twitter y sirvió para que los usuarios interactuarán entre sí compartiendo comentarios al respecto e incluso bromas y memes.

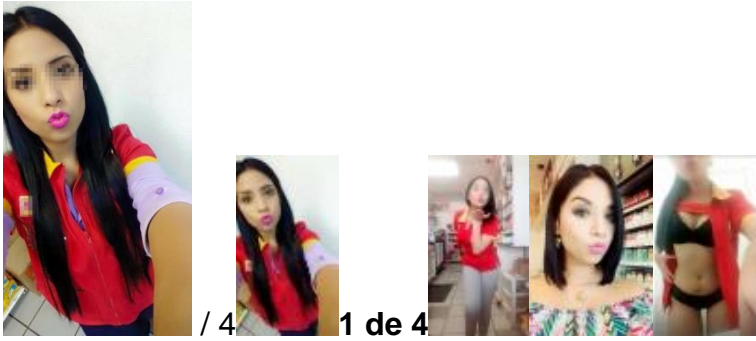
msl

Nota 22.

Exhibe a la amante y la viralizan como una #lady más en redes

Las imágenes sensuales fueron compartidas para exhibir a la amante; debido a las poses, pronto se viralizaron en redes sociales

17/07/2016 20:21 REDACCIÓN



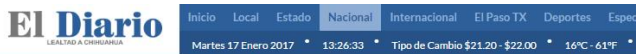
CIUDAD DE MÉXICO

Una mujer de Sonora exhibió en redes sociales a la que aseguró ser la ‘amante’ de su esposo, así fue como las imágenes de la causante del libertinaje de un sujeto pronto se multiplicaron por la compartición de los usuarios.

Las fotos de la mujer correspondieron a la de una cajera de un minisúper ubicado en Guaymas, Sonora; con lo que no contó la mujer celosa, fue que más que repudio recibió comentarios a favor.

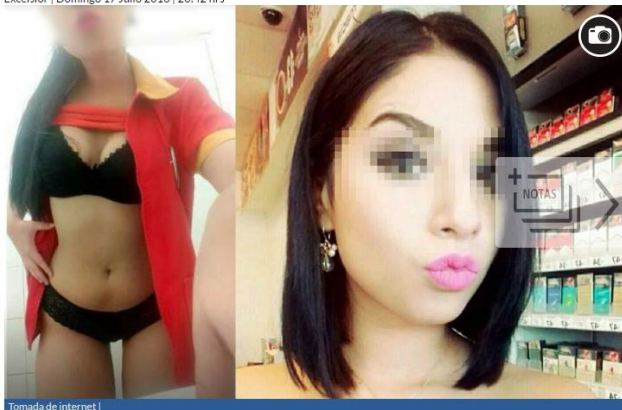
Las capturas, según se dice, fueron encontradas en el celular del amante, lo que sembró duda a la veracidad de la información, pero no a que se viralizara.

Nota 23.



Exhibe a la amante y la viralizan como una #lady más en redes

Excélsior | Domingo 17 Julio 2016 | 20:42 hrs



CIUDAD DE MÉXICO.-Una mujer de Sonora exhibió en redes sociales a la que aseguró ser la ‘amante’ de su esposo, así fue como las imágenes pronto se multiplicaron por la compartición de los usuarios.

Las fotos de la mujer correspondieron a la de una cajera de un minisúper ubicado en Guaymas, Sonora; con lo que no contó la mujer celosa, fue que más que repudio recibió comentarios a favor.

Las capturas, según se dice, fueron encontradas en el celular del amante, lo que sembró duda a la veracidad de la información, pero no a que se viralizara.

Nota 24.

Exhibe a la amante y la convierte en #LadyOxxo



Las imágenes sensuales fueron compartidas para exhibir a la amante; debido a las poses, pronto se viralizaron en redes sociales.

Domingo 17 julio, 2016

Una mujer de Sonora exhibió en redes sociales a la que aseguró ser la ‘amante’ de su esposo, así fue como las imágenes de la causante del libertinaje de un sujeto pronto se multiplicaron por la compartición de los usuarios.

Las fotos de la mujer correspondieron a la de una cajera de un minisúper ubicado en Guaymas, Sonora; con lo que no contó la mujer celosa, fue que más que repudio recibió comentarios a favor.

Las capturas, según se dice, fueron encontradas en el celular del amante, lo que sembró duda a la veracidad de la información, pero no a que se viralizara.

Con información de Excelsior.

Nota 25.

#Ladycoma: Pide dinero y finge estar en coma para no pagar

En las redes sociales circula una conversación en la que se exhiben los pretextos que utiliza una mujer para no pagar sus deudas

03/08/2016 15:46 REDACCIÓN



Foto: Especial

CIUDAD DE MÉXICO.

Una mujer que **pide dinero y después finge estar en coma** para no pagar se volvió viral en las **redes sociales**, luego de que una “amiga” la denunció y detalló la peculiar forma en que opera.

PUBLICIDAD

[inRead invented by Teads](#)

Imágenes de una conversación que circulan en las **redes sociales** exhiben los pretextos que utiliza **Paula Elizabeth Medrano Suárez, apodada #Ladycoma**, para no pagar una deuda a una “amiga”.

Me dice mi señor que si nos esperas para la otra semana y te depositamos todo”, es una de las respuestas que utilizó #Ladycoma para evitar cubrir el adeudo.

Tal es el ingenio de **#Ladycoma** que en otra plática simula estar mal de salud para que no le cobren; pero su astucia no termina ahí, porque también **finge estar en coma** para no pagar.

Soy el esposo de Paula, ella entró en coma”, se lee en otro de los mensajes de la #Ladycoma.

Además, a pesar de que se desconoce en qué estado del país radica, para que no se descubra que está mintiendo sobre su estado de salud, **también aparenta que cambió de domicilio**.

Dime donde está para ir a verla y si te puedo ayudar en algo”, pregunta la “amiga”. No, la trajimos a Monterrey”, es la respuesta del supuesto esposo de #Ladycoma.

La conversación indignó a algunos **usuarios de redes sociales** quienes criticaron el actuar de la mujer, mientras que otros aprovecharon el momento para crear **memes** dirigidos a **#Ladycoma**.

Nota 26.

SE CONVIERTE EN 'LA BOTANA'

#LadyComa finge estar en coma para no pagar tanda



Paula Elizabeth Medrano Suárez no cumplió a tiempo con su pago y socia la denuncia

Redacción

El gráfico

03/08/2016 - 15:42

Hace unas horas se volvió tema de conversación en *Twitter* el hashtag **#LadyComa**, el cual daba cuenta de una serie de supuestas y polémicas conversaciones entre dos mujeres.

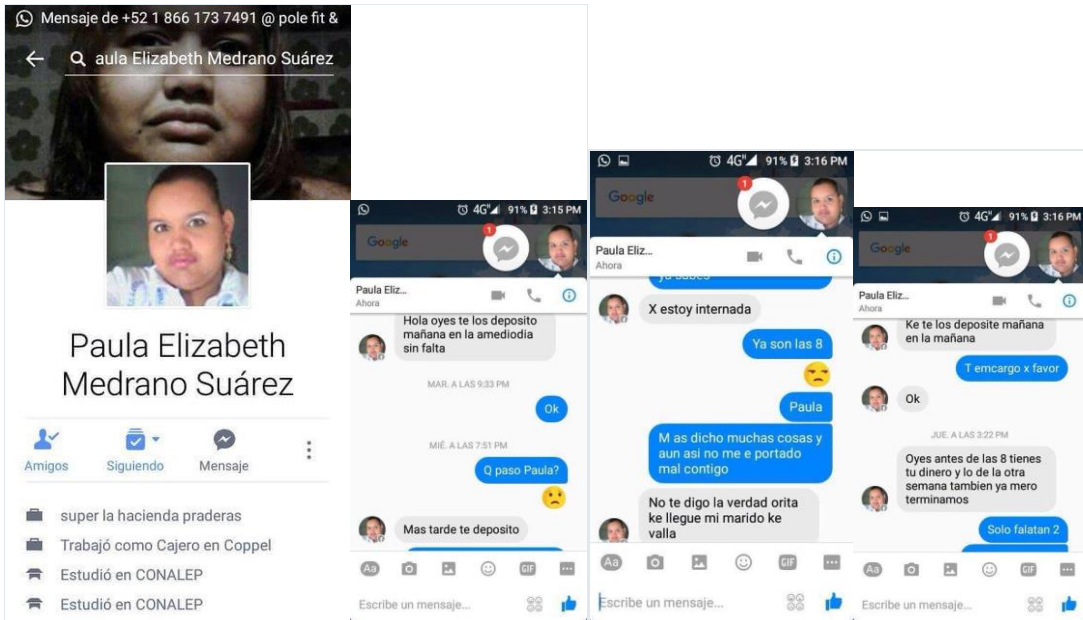
Gracias a varias capturas de pantalla, se pudo determinar el origen de un conflicto que permeó hondo en cientos de cibernautas: Una mujer se negaba a pagar lo correspondiente a un préstamo de dinero que había recibido en una tanda.

De acuerdo con la historia, tal método de ahorro doméstico e informal no terminó como se esperaba, pues una de las partes identificada como **Paula Elizabeth Medrano Suárez** no cumplió a tiempo con su pago, a pesar de que la organizadora le había dado facilidades para que lo hiciera.

Fue por lo anterior que esta última decidió evidenciar a su socia, de quien habría recibido mensajes argumentando que se sentía mal, luego que estaba internada, y más tarde uno del supuesto esposo, quien notificaba que la deudora había entrado en coma.

Asimismo, el mismo manifestó no tener dinero para pagarle debido al medicamento para su pareja, quien tras el supuesto coma ya estaba en recuperación.

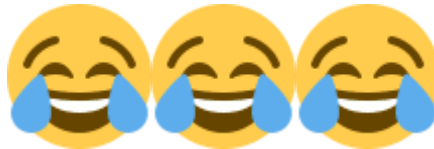
Una ola de pretextos siguieron en el chat, que ya fue divulgado y ha sido objeto de memes y burlas, aquí te lo traemos.



[Seguir](#)

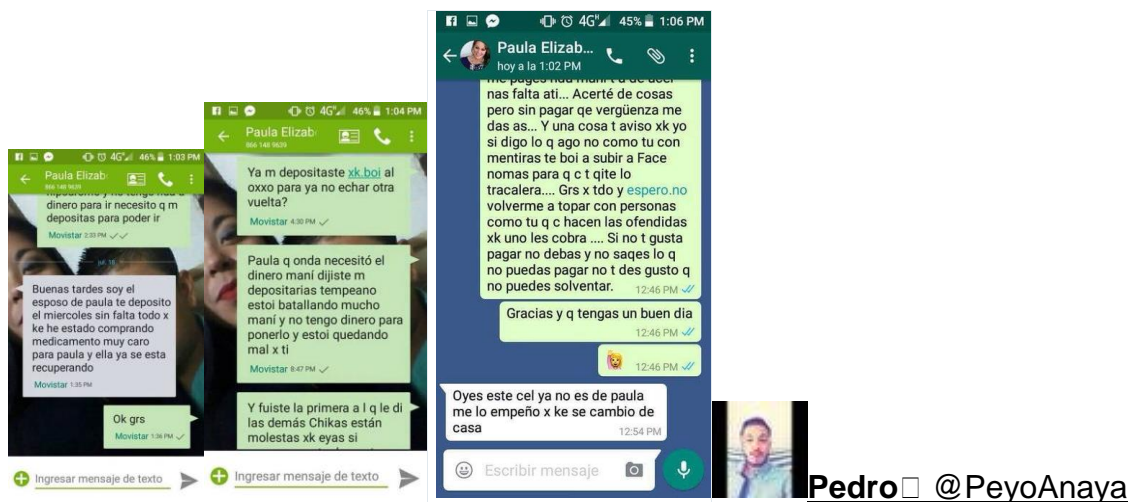


[iMolesto @iMolesto](#) Y como olvidar a #LadyComa, que no le gusta pagar sus



deudas. No gastes el dinero que no tienes

12:33 - 2 ago 2016



Mg sí te gustó el final inesperado de la #ladycoma

12:26 - 2 ago 2016

Nota 27.

'Matan' a Lady Coma en redes sociales

A través de un portal de internet se dijo que se había suicidado, pero ella misma lo desmiente



Foto: EspecialLa Voz de Monclova | 10/08/2016



Compartir3

CIUDAD DE MÉXICO.- A través de la página de internet Hecho Informativo.com, fue inventado el suicidio de Paula Elizabeth Medrano Suárez, víctima de una supuesta depresión por no encontrar razón de vivir, pero ella personalmente desmintió la nota a través del periódico La Voz.

“Ya me mataron, ¿Qué hacemos con eso”, dijo textualmente Paula, a través de un mensaje por WathsApp, que envió a la reportera Norma Morín, una de las autoras de la entrevista exclusiva de este diario, el pasado cinco de agosto.

Asimismo, Paula consideró que la publicación falsa se suma a la larga lista de ataques que ha sufrido desde que se exhibió una supuesta conversación de ella, por una supuesta acreedora quien le cobraba la tanda, en medio de una serie de insólitas excusas.

El portal citado señaló: “esta tarde periódico La Voz de Coahuila, confirmó la muerte de la señora Paula Elizabeth Medrano Suárez, mejor conocida como Lady

Coma”.

Periódico La Voz hace constar que no hizo ninguna publicación en torno al supuesto suicidio de Paula en ninguna de las cuatro ediciones impresas que tiene en diferentes puntos del estado de Coahuila, ni en su sitio electrónico.

Nota 28.

Video: Invitación a los XV años de Rubí se hace viral en redes

‘Quedan todos cordialmente invitados’, dijo el padre de la quinceañera en un video publicado en Facebook

02/12/2016 14:15 REDACCIÓN

CIUDAD DE MÉXICO.

PUBLICIDAD

[inRead invented by Teads](#)



Una familia de **San Luis Potosí** saltó a la fama, luego de publicar un video en **Facebook**, donde hacen una **invitación a una fiesta de XV años**.

A través del video, de menos de un minuto de duración, el padre, quien está acompañado por su esposa y su joven hija, hace extensiva la invitación a la fiesta de su hija, a realizarse el próximo 26 de diciembre, en la comunidad de La Joya.

Estará tocando el grupo Los Cachorros de Juan Villarreal, Los Indomables de Cedral, el Grupo Innegable, en la comida estará tocando Relevó X, y habrá una chiva, creo que, de 10 mil pesos, el primer lugar, y ya las otras dos, por ahí nos vamos acomodando”, dijo el orgulloso padre.

Pero lo que los padres no imaginaron fue el impacto que tendría la cordial invitación, al grado que en cuestión de horas se hizo **viral**.

El video fue compartido por ogarrio.com, una empresa de Matehuala, San Luis Potosí México, fundada por jóvenes egresados del Instituto Tecnológico de Matehuala, donde se difunden acontecimientos de la región como: noticias, cultura, fotografías, videos, eventos sociales, antros, música.

Ante la **respuesta en las redes sociales**, la empresa bajó el video, aclarando que **la invitación es a nivel local**. Posteriormente colgó varios **memes** en torno al video y las respuestas de los internautas.

Mira aquí el video de la invitación:

Nota 29

SORPRENDENTE

Los XV de Ruby son noticia internacional

REDACCIÓN SDPNOTICIAS.COMvie 09 dic 2016 09:23



Foto propiedad de: Tomada de video

La quinceañera que se celebrará a finales de diciembre en San Luis Potosí ha llegado a medios de todas partes del mundo.

El impacto por los XV años de Ruby ha trascendido las fronteras de nuestro país y ahora medios de todas partes del mundo quieren una "rebanada" de la acción de la nota más viral de finales del 2016.

Por ejemplo, el diario francés 20minutes publicó en su sección "Mundo": "“La invitacion a los quince años de su hija se vuelve viral” y "Más de un millón de internautas se invitan a los 15 años de una mexicana".



El Times, de Londres: "Padre desafortunado invita a millones a la fiesta de cumpleaños de su hija".

Hapless father invites a million to girl's birthday party



BBC Mundo: "La fiesta de 15 años que se “salió de control” en México y a la que quieren asistir 1,2 millones de personas"

La fiesta de 15 años que se “salió de control” en México y a la que quieren asistir 1,2 millones de personas

Redacción
BBC Mundo
7 diciembre 2016 [Compartir](#)



AP: Millones responden a una invitación a los XV años de una chica en una zona rural del norte de México.

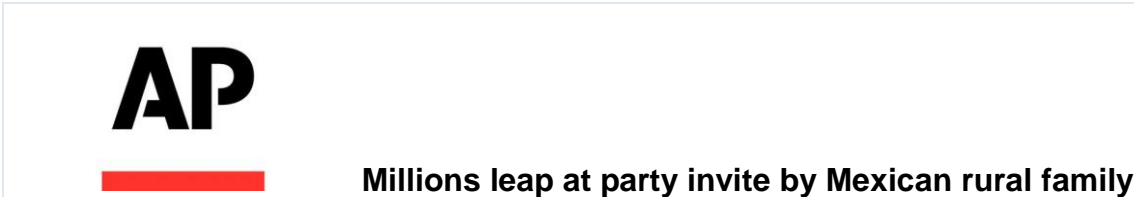
Seguir



✓@AP

Millions respond to an invitation to a 15th birthday coming of age party for a girl in rural northern Mexico. <http://apne.ws/2gb9M3n>

15:01 - 7 Dec 2016



MEXICO CITY (AP) — Millions of people have responded to an invitation to a coming of age party for a girl in rural northern Mexico after her parent's video innocently asked "every

apnews.com

Nota 30.

The screenshot shows a news article from AP. The main headline is "Invitación a los XV años de Rubi se vuelve viral y miles confirman su asistencia". Below the headline is a sub-headline: "Miles de personas quieren asistir a la fiesta de quince años de una joven mexicana después de que el video de invitación que grabaron sus padres se viralizara en las redes sociales." There is a video player showing a man and a woman. To the right, there are sections for "DESTACADAS" (featuring Super Mario) and "COMENTARIOS" (with one comment by Cesar Estrada). The article is dated 15:01 on Dec 7, 2016.

FACEBOOK | 60
1981 TON
COMPARTE

RELACIONADAS

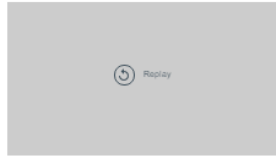
- 2018-12-07 Sony lanzará seis videjuegos para smart phones en 2017
- 2018-12-07 Google celebra 34º aniversario de determinación de la velocidad de la luz

TAGS

Invitación, XV años de Rubi, viral, miles confirman su asistencia

Millones de personas han respondido a la invitación a la fiesta de 15 años de una niña en el norte rural de México desde que un video en el que sus padres invitan inocentemente a "todos" a asistir.

PUBLICIDAD



Un fotógrafo local publicó el video que describe una fiesta de 15 años con carreras de caballos y bandas locales en su página de Facebook, en la que habitualmente anuncia bodas, bautismos y otros eventos en una zona rural del estado nortero de San Luis Potosí.

Pero el video fue repetido docenas de veces en YouTube, y cada versión fue repetida miles de veces. Lo han visto millones de personas, ha provocado homenajes de estrellas musicales, ha sido objeto de chistes y obtenido ofertas de patrocinio de empresas.

Tal vez fue la tiara de brillantes de Rubi Ibarra y su vestido de imitación leopardo, o el sombrero de vaquero de su papá Crescencio Ibarra y su descripción vacilante de una "chiva" de 10 mil pesos para el primer lugar en la carrera de caballos que coronaría la fiesta.

"Habrá una chiva que creo que es de 10 mil pesos el primer lugar y ya los otros dos, por allí nos acomodamos", dice Ibarra con orgullo. "Quedan todos cordialmente invitados".

La madre de Rubi, Anselma, dijo a la televisión local que "mi

Rubi! Toda una rockstar directo al firmamento de "Las Estrellas"! Va a haber harta seguridad, la defensa de San Luis (que no es otro grupo musical), la Cruz Roja (por si llega Zetas también) y toda la cosa. ¿Qué quieren pa sacar la self paí Reis? Chingón!

Me gusta · Responder · 7 de diciembre de 2018 15:36

Facebook Comments Plugin

FACEBOOK | 60
1981 TON
COMPARTE

RELACIONADAS

- 2018-12-07 Sony lanzará seis videjuegos para smart phones en 2017
- 2018-12-07 Google celebra 34º aniversario de determinación de la velocidad de la luz

TAGS

Invitación, XV años de Rubi, viral, miles confirman su asistencia

esposo hizo la invitación, pero a las regiones vecinas, y no sé qué medio lo copió, y lo subió planiba y se hizo como, no sé, una invitación a todo el mundo".

Los mexicanos suelen hacer grandes fiestas para las quinceañeras, pero la familia Ibarra aprendió la semana pasada que ya no existen invitaciones locales.

Las autoridades del estado nortero de San Luis Potosí dijeron que tomarán medidas adicionales de seguridad para la fiesta del 26 de diciembre.

El legislador estatal Roberto Segovia ha pedido que se envíe personal de la Cruz Roja y la defensa civil a la zona.

La aerolínea mexicana Interjet publicó una promoción con 30% de descuento sobre los vuelos a San Luis Potosí con el lema, "¿Vas a la fiesta de Rubi?"

Los bromistas del internet publicaron fotos de corrales llenos de pavos, retroexcavadoras que revuelven enormes bañeras llenas de sopa y multitudes que "van a la fiesta de Rubi".

El actor Gael García Bernal filmó un video satírico en el que un hombre con la barba crecida hace el papel de Rubi.

El cantante de música nortero Luis Antonio López, "El Mimoso", compuso un corrido para Rubi con los versos, "Nunca jamás en la historia ha habido un 15 años que a todo el mundo lo tiene tan alborotado, ahí les lleo porque lleo a esta la fiesta del año".

Y le escribió una dedicatoria: "Por si no me invitan ahí le va mi humilde regalo para RUBI, por sus XV años una canción le escribí".

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	ÍNDICES / INDICADORES	FORMATO DE REGISTRO	COLUMNA
1 ORDEN FORMAL / ESTRUCTURA DE LA NOTA		NÚMERO DE LA NOTA	REGISTRAR EL NÚMERO DESIGNADO A LA NOTA	A
		TÍTULO	REGISTRAR EL TÍTULO DE LA NOTA	B
		AUTOR	REGISTRAR SI LA NOTA ESTA FIRMADA POR UN PERODISTA O POR LA REDACCIÓN P= PERODISTA / R= REDACCIÓN	C
		FECHA	REGISTRAR LA FECHA DE PUBLICACIÓN DE LA NOTA	D
		LUGAR	REGISTRAR SI EN LA NOTA APARECE EL LUGAR DONDE SE ORIGINÓ EL ACONTECIMIENTO	E
2 NUEVAS FORMAS DE PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA		VIDEOS	IDENTIFICAR SI APARECE VIDEO SOBRE EL ACONTECIMIENTO (SÍ=S/NO=N)	F
		FOTOS	IDENTIFICAR SI APARECEN FOTOS SOBRE EL HECHO NOTICIOSO (SÍ=S/NO=N)	G
		LINKS	IDENTIFICAR SI SE PRESENTAN LIGAS DONDE SE PUEDA REVISAR MÁS INFORMACIÓN SOBRE EL ACONTECIMIENTO (SÍ=S/NO=N)	H
		HASHTAGS	IDENTIFICAR SI SE HACE USO DEL HASHTAG EN LA INFORMACIÓN DE LA NOTA (SÍ=S/NO=N)	I
		TEXTO	IDENTIFICAR SI LA INFORMACIÓN SE CONFORMA POR LO MENOS DE CINCO PÁRRAFOS (SÍ=S/NO=N)	J
		COMENTARIOS	IDENTIFICAR SI SE REALIZAN COMENTARIOS ACERCA DE LA INFORMACION DE LA NOTA (SÍ=S/NO=N)	K
3 INFORMACIÓN PRIVADA	DATOS PERSONALES	NOMBRE DEL ALUDIDO	IDENTIFICAR SI APARECE EL NOMBRE DE QUIEN SE HABLA EN LA NOTA (SÍ=S/NO=N)	L
		EDAD	IDENTIFICAR SI APARECE LA EDAD DE QUIEN SE HABLA EN LA NOTA (SÍ=S/NO=N)	M
		OCUPACIÓN	IDENTIFICAR SI SE DICE A QUE SE DEDICA DE QUIEN SE HABLA EN LA NOTA (SÍ=S/NO=N)	N
		DIRECCIÓN	IDENTIFICAR SI APARECE ALGUNA DIRECCIÓN DE QUIEN SE HABLA EN LA NOTA (SÍ=S/NO=N)	O
		CONTACTO	IDENTIFICAR SI EN LA NOTA APARECE UNA CUENTA DE INTERNET DE QUIEN SE HABLA EN LA NOTA (SÍ=S/NO=N)	P
4 TEMÁTICAS DE INTERÉS PÚBLICO	EDUCACIÓN		REGISTRAR LA ORACIÓN DONDE SE HABLA DE EDUCACIÓN EN LA INFORMACIÓN DE LA NOTA	Q
	VIOLENCIA		REGISTRAR LA ORACIÓN DONDE SE HABLA DE VIOLENCIA EN LA INFORMACIÓN DE LA NOTA	R
	ECONOMÍA		REGISTRAR LA ORACIÓN DONDE SE HABLA DE ECONOMÍA EN LA INFORMACIÓN DE LA NOTA	S
	POLÍTICA		REGISTRAR LA ORACIÓN DONDE SE HABLA DE POLÍTICA EN LA INFORMACIÓN DE LA NOTA	T
	SALUD		REGISTRAR LA ORACIÓN DONDE SE HABLA DE SALUD EN LA INFORMACIÓN DE LA NOTA	U
5 INFORMACIÓN QUE LOS MEDIOS CONSIDERAN DE INTERÉS PÚBLICO	DENUNCIAS		REGISTRAR LA ORACIÓN DONDE EN LA NOTA SE DIGA QUE EL ACONTECIMIENTO SE DESARROLLA A PARTIR DE UNA DENUNCIA	V
	POLÉMICA E INDIGNACIÓN		REGISTRAR LA ORACIÓN DONDE SE DICE QUE LOS ACONTECIMIENTOS GENERARON POLÉMICA E INDIGNACIÓN	W
	EXHIBICIÓN DEL ALUDIDO		REGISTRAR LA ORACIÓN DONDE SE DICE QUE LOS ACONTECIMIENTOS SE DESARROLLAN A PARTIR DE LA EXHIBICIÓN	X
	BURLA		REGISTRAR LA ORACIÓN DONDE DICE QUE LOS ACONTECIMIENTOS FUERON MOTIVO DE BURLAS	Y
	CRÍTICA		REGISTRAR LA ORACIÓN DONDE SE DICE QUE LOS ACONTECIMIENTOS FUERON MOTIVO DE CRÍTICAS	Z
6 CONTENIDOS DE LAS NOTAS	EMOCIONES / SENTIMIENTOS		REGISTRAR EL TIPO DE EMOCIONES Y SENTIMIENTOS QUE SE NOMBRAN A TRAVÉS DE SUSTANTIVOS, ADJETIVOS Y ADVERBIOS	AA
	COTIDIANIDAD		REGISTRAR UNA ACTIVIDAD PARA MOSTRAR SI LOS ACONTECIMIENTOS SE DESARROLLAN A PARTIR DE ACTIVIDADES COTIDIANAS	AB
7 FORMA EN QUE ES PRESENTADA LA INFORMACIÓN PERIODÍSTICA	FUENTES	CONVERSACIONES Y PUBLICACIONES	REGISTRAR LAS FUENTES A PARTIR DE LAS CUALES EL MEDIO SUSTENTA LA INFORMACIÓN	AC
	JUICIOS DE VALOR	OPINIONES, COEUMENTARIOS	REGISTRAR JUICIOS O VALORES EMITIDOS SOBRE EL ACONTECIMIENTO POR PARTE DE LA NOTA	AD
	REPLICA DEL ALUDIDO	ESTIMONIOS, FUENTES Y ENTREVISTAS	REGISTRAR LA ORACIÓN DONDE SE MUESTRA LA REPLICA DEL ALUDIDO EN LA NOTA U OTRA	AE
8 FORMAS DE VISIBILIDAD QUE TUVO LA NOTA	COMENTARIOS		REGISTRAR SI APARTIR DE LA NOTA SE GENERARON MÁS DE DIEZ COMENTARIOS (SÍ=S/NO=N)	AF
	HASHTAG		REGISTRAR EL HASHTAG QUE SE USA EN LAS REDES SOCIALES Y QUE APARECE DENTRO DE LA NOTA	AG
	REDES SOCIALES		REGISTRAR EN CUANTAS REDES SE PUEDE COMPARTIR LA NOTA	AH
9 FORMAS DE INTERACCIÓN QUE GENERA LA NOTA	COMENTARIOS		REGISTRAR EL NÚMRO TOTAL DE COMENTARIOS DE LA NOTA	AI
	COMPARTIR		REGISTRAR EL NÚMERO DE VECES QUE SE COMPARTIÓ LA NOTA	AJ
	ME GUSTA		REGISTRA EL NÚMERO DE ME GUSTAS QUE LE DIERON A LA NOTA	AK
10 CIRCULACIÓN DE LA INFORMACIÓN			IDENTIFICAR SI LA NOTA SE PUBLICO MÁS DE DOS VECES (SÍ=S/NO=N)	AL

