



Universidad Autónoma del Estado de México

Centro Universitario UAEM Texcoco

Análisis del impacto de las redes sociales en el estilo de vida en los jóvenes
entre 15 y 24 años de edad en México

Licenciatura en Informática Administrativa

Presentado por:

Emma Irene Sánchez Hernández

Director:

M. en C. A. José Sergio Ruiz Castilla

Revisores:

M. en C. Juan Manuel Muñoz Araujo

M. en C. C. Ángel Rafael Quintos Ramírez

Texcoco, México, Febrero 2013

Agradecimiento

Al finalizar este ensayo es inevitable hacer el reconocimiento del apoyo de maestros que facilitaron el desarrollo de este trabajo, llegando a su feliz termino. Por este motivo para mi es un verdadero placer el hacer uso de este espacio para ser cabal y sensato con ellos, expresando así mi agradecimiento.

Debo agradecer de manera especial y sincera al M. en C. José Sergio Ruíz Castilla por aceptarme para realizar este ensayo bajo su dirección. Agradezco su apoyo y confianza en mi trabajo, su disposición y cordialidad para aclarar mis dudas y guiar mis ideas, lo cual ha sido un aporte invaluable. Las ideas propias, siempre orientadas y precisas, han sido la clave para el buen desarrollo y termino de este trabajo, el cual no se puede concebir sin su siempre oportuna y apreciable participación. No cabe duda que su colaboración ha enriquecido el trabajo realizado. Muchas gracias Maestro

Quiero expresar también mi mas sincero agradecimiento al M. en C. Juan Manuel Muñoz Araujo y al M. en C. C. Ángel Rafael Quintos Ramírez, como revisores, por su participación activa en el desarrollo de este ensayo. Debo destacar su disponibilidad y paciencia en cada una de las revisiones y aportes hechos para el mejoramiento de este trabajo. Gracias.

Dedicatorias

A Dios. Por darme la oportunidad de vivir cada día, por su amor infinito, por estar conmigo en cada paso que doy y por haberme permitido llegar hasta aquí, con su gracia, su fortaleza y sabiduría, para el desarrollo de este trabajo. Confiando en Dios que lo que sigue adelante será mejor que lo que queda atrás. Gracias Dios.

A mi Papá. Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante, y por su ejemplo invaluable que me ha permitido ser una persona de bien. Por todo su esfuerzo y trabajo realizado a lo largo de mi carrera. Por el valor mostrado para salir adelante. Porque no ha dejado de creer en mí. Y sobre todo por ese amor incondicional que me lo demuestra día a día. Gracias Papá. Te amo.

A mi mamá. Por haberme apoyado en todo momento, por su ternura, por escucharme, por abrazarme cuando más lo necesité, por su motivación constante, por su ejemplo como mujer invaluable. Porque no ha dejado de creer en mí. Por todo su esfuerzo realizado a lo largo de mi carrera. Y por su amor incondicional que me lo demuestra todos los días. Gracias Mamá. Te amo.

A mi esposo. Muchas gracias por estar conmigo, por tu apoyo y motivación, tu amor y paciencia. Por no dejar de creer en mí. Y lo que continúa para ambos, juntos, va a ser mucho mejor. Te amo.

A mi hija. Por ser mi motivación, queriendo ser mejor, para que tengas un buen ejemplo a seguir. Gracias por tu ternura, tu amor y motivación. Te amo Mary.

A mis hermanos. Eli, Paco, Inés, Pepe; mis cuñados Gil y Karen por su motivación y consejos para terminar mi proyecto y titularme. Por no dejar de creer en mí. Por sus buenos deseos para mi vida. Muchas gracias. Los amo.

A mis 6 sobrinas. Por todos aquellos momentos de amor y ternura que me hicieron vivir a su lado. Las amo.

Índice

Índice de figuras 7

Índice de tablas.....8

Introducción.....9

Planteamiento del problema.....11

Justificación.....13

Objetivos.....14

Antecedentes.....15

Capítulo I. Estilo de vida de los jóvenes en México.....19

1.1. Estilo de vida.....19

1.2. Actividad educativa.....21

1.3. Actividad laboral.....22

1.4. Relaciones sociales.....25

Capítulo II. Facebook en México.....28

2.1. Fines de Facebook.....28

2.2. Usos de Facebook.....33

2.3. El rol de Facebook en el marketing.....39

2.4. Riesgos de Facebook.....41

Capitulo III. Twitter en México	44
3.1. Fines de Twitter.....	44
3.2. Usos de Twitter.....	46
3.3. El rol de Twitter en el marketing.....	49
3.4. Riesgos de Twitter.....	51
Capitulo IV. Metodología: Análisis de las redes sociales en los jóvenes de 15 a 24 años de edad en México	53
4.1. Estilo de vida con Facebook y Twitter.....	53
4.2. Beneficios de Facebook y Twitter.....	54
4.3. Perjuicios y riesgos de Facebook y Twitter.....	56
Resultados	59
Conclusiones	61
Referencias	63

Índice de figuras

Índice de Tablas

Tabla Estilo de vida antes y después de las redes sociales.....	53
--	-----------

Introducción

El progreso de la informática ha generado nuevos usos en internet, como las redes sociales, las cuales han sobresalido en los últimos años y se han convertido en la nueva forma de comunicación social. Han ganado su lugar en la vida cotidiana de los jóvenes, siendo ahora un medio para la comunicación entre los individuos.

En los últimos años las redes sociales se encuentran en constante crecimiento, y estas no son un fenómeno temporal, sino que están formando parte de la comunicación entre personas, organizaciones, industrias, etc. Por esta razón el tema de las redes sociales es de interés general y surge por el aliciente de estudiar a qué se debe este crecimiento exponencial en su impacto y cómo han venido a modificar el estilo de vida de los jóvenes.

La comunicación antes de Facebook, uno perdía contacto con amistades de trabajos pasados, o de la escuela, aun dentro de nuestra propia familia dejábamos de mantener relaciones, y nunca más se sabía algo de ellos. Quizá se mantenía comunicación antiguamente por correspondencia, posteriormente por teléfono, y eso si no habíamos perdido ya el número de teléfono, Facebook vino a cambiar esto.

En este trabajo se analiza el impacto que han generado las redes sociales en los jóvenes entre los 15 y 24 años de edad de México para determinar su influencia sobre su estilo de vida.

El propósito va más allá de conocer el impacto de las redes sociales, dando la importancia que merecen las redes sociales como aplicaciones informáticas de uso masivo.

Los resultados que se esperan es el de conocer el progreso de las redes sociales en los jóvenes en México y así entender las razones por las que los usuarios utilizan las redes y las actividades que se llevan a cabo en cada una de las redes.

En esta investigación se aportará conocimiento, apreciación, las preferencias y los hábitos que tienen los jóvenes que usan las redes sociales, y qué papel juegan estas en el actuar del estilo de vida de los usuarios.

Planteamiento del problema

El desarrollo de la era informática ha implantado nuevos usos en internet. Un término que ha sobresalido en los últimos años son las redes sociales, donde estas se han convertido en la nueva forma de comunicación.

Los jóvenes mexicanos destinan un promedio de casi 30 horas mensuales en Facebook¹ y Twitter², según un estudio de comScore³. Los mexicanos prefieren pasar mayor tiempo en las redes sociales que en portales, mensajería instantánea, entretenimiento o correo electrónico. (LIBEROS, 2011)

Cada día son más los jóvenes que se suma a una o varias redes sociales, los motivos son diversos, hacer un sitio de encuentro para todos aquellos que

1 Libro de caras. Sitio web de redes sociales, creado originalmente para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero ha sido abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico.

2 Término inglés que puede traducirse como **gorjear** o **trinar**. Es una aplicación web gratuita de microblogging que reúne las ventajas de los blogs, las redes sociales y la mensajería instantánea.

3 Compañía de investigación de marketing en Internet que proporciona datos de marketing y servicios para muchas de las mayores empresas de Internet.[¶] Brinda además seguimiento de todos los datos de Internet en sus computadoras investigadas con el fin de estudiar el comportamiento en línea.

pasaron por alguna secundaria o preparatoria específica, universidad o un sitio de relación familiar, reencuentro de viejas amistades, subir fotos para el recuento de anécdotas.

Por lo anterior se plantea la siguiente pregunta investigativa:

¿Cómo ha sido el impacto de las redes sociales en el estilo de vida en los jóvenes entre 15 y 24 años de edad en México?

Justificación:

En la última década las redes sociales se encuentran en crecimiento, y no son un fenómeno temporal, sino que han pasado a formar parte global en la comunicación entre las personas, organizaciones, industrias, etc. Razón por la cual se considera que el tema de las redes sociales es de interés general y surge por el aliciente de estudiar a qué se debe este crecimiento exponencial en su impacto y cómo han venido a actuar en el estilo de vida de los jóvenes.

Esta investigación pretende hacer un estudio de la conectividad al Facebook y Twitter en los jóvenes entre los 15 y 24 años de edad, con la finalidad de aportar una reflexión sobre cómo la tecnología ha venido a romper paradigmas y a su vez el desarrollo de las redes sociales cómo han influido en el comportamiento de los jóvenes y así identificar sus cambios de actitudes sobre sus relaciones, a partir de la creación ésta tecnología.

Uno de los beneficios es que nos permite conocer el transcurso del cambio social que desarrolla el uso de las redes sociales, en la forma de relación de los jóvenes. Así también ¿Cómo entender sus características que influyen en los usuarios, en la forma de comunicación?

Se aportan puntos de vista que nos ayudan a determinar cómo deseamos integrar a nuestras vidas estas nuevas herramientas de comunicación.

Objetivo:

Analizar el impacto de las redes sociales en los jóvenes entre los 15 y 24 años de edad de México para determinar su influencia sobre su estilo de vida.

Objetivos Específicos:

1. Conocer el estilo de vida antes y después de Facebook en los jóvenes de 15 a 24 años de edad.
2. Analizar cómo actúan Facebook y Twitter sobre el estado de ánimo en los jóvenes entre los 15 a 24 años de edad.
3. Analizar el estilo de vida de los jóvenes que usan redes sociales de 15 a 24 años de edad.

Antecedentes

La vida antes de Facebook, en tiempo atrás uno perdía contacto con amistades de trabajos pasados, o de la escuela, aun dentro de nuestra propia familia dejábamos de mantener relaciones, y nunca más se sabía algo de ellos. Quizá se mantenía comunicación antiguamente por correspondencia, posteriormente por teléfono, y eso si no habíamos perdido ya el número de teléfono, Facebook vino a cambiar esto.

Antes de Twitter, era casi imposible el pensar en tener contacto con líderes políticos, personas del medio artístico, escritores, o con otras personas comunes. Aun para expresar ideas, formas de pensar hacia un determinado tema y el que sea esparcido de manera simultanea a muchos contactos, parecía imposible, Twitter también vino a evolucionar el traspaso de la información, de pensamientos, la interacción entre personas.

Millones de personas han pasado a formar parte de la red social Facebook y del microblogging Twitter, sin importar su sexo, edad, religión, condición social o partido político. Su permanencia y crecimiento nos incita a recordar su historia, así como a estudiar y conocer el impacto que estas trajeron sobre el estilo de vida sobre los jóvenes.

Desde sus orígenes, la Web fue concebida como una herramienta social. Desde que su inventor, Tim Berners-Lee, creó a principios de los años 90 la WWW (World Wide Web), su motivación fue la de mejorar la comunicación con sus colegas investigadores. En sus inicios, la primera fase de la Web fue caracterizada principalmente por páginas web personales y empresariales con contenidos estáticos, utilizando el lenguaje de programación conocido como HTML (HyperText Markup language, por sus siglas en inglés). En esta etapa los dueños de los sitios Web tenían el control total del contenido y los usuarios eran simplemente unos observadores. Posteriormente el desarrollo de nuevos lenguajes como PHP, Javascript, Java, XML, Ajax, entre otros, permitió la creación de nuevas plataformas que permiten al usuario adoptar, no sólo el papel de observador, sino también de creador de contenido. De esta forma nacen las llamadas redes sociales, las bitácoras (blogs), los wikis (e.g. wikipedia), mashups (híbridas), entre otras aplicaciones que se consideran parte de la plataforma Web 2.0, término acuñado por Tim O'Reilly en 2004.

En la Web 2.0, el usuario de Internet tiene una participación activa, no sólo accediendo a la información, sino además aportando en contenidos. Mediante las capacidades de la Web 2.0, el usuario de Internet puede desempeñar funciones que anteriormente estaban restringidas a especialistas. Tales son los casos de la edición de audio, video e imagen, publicación de libros y artículos, procesamiento de información, administración de recursos, entre muchas otras. Todas estas características y más, forman parte de las redes sociales. (MARTÍNEZ & FURCH, 2009)

El inicio de las redes sociales se da en 1994 a 1995 en algunos sitios de internet, los cuales incorporaron la opción de anexar comentarios en mensajería instantánea, foros, listas de amigos. SixDegrees.com fue la primer red social creada en 1997, en esta aparte de que se creaban perfiles permitía integrar lista de amigos.

En 1997 la evolución tecnológica favoreció a web como LiveJournal o LunaStorm, de tal forma que se desarrollaran e hicieran sentir involucrados a sus usuarios. En el 2001 Ryze.com intensifico las redes empresariales en Internet. Un año después nació Friendster, un exitoso sitio de citas en línea, el cual tuvo problemas técnicos ante la alta demanda, y causo su ruina fracaso.

En el 2003 Tom Anderson echó a andar un proyecto llamado MySpace. Meses más tarde en el 2004 Mark Zuckerber lanzo su proyecto como apoyo académico para grupos universitarios en la universidad de Harvard, el cual ponía en línea los registros de los inscritos en la universidad. Este proyecto era el principio de Facebook. En un principio se necesitaba contar con un correo electrónico del dominio de "Harvard.edu", cuatro meses después se amplió a otras instituciones universitarias, los dominios de correo debían estar registrados en la base de Facebook. A partir de 2005 se extendió a escuelas de nivel medio superior, profesionales, y actualmente desde 2006, a todo aquel que haya cumplido 18 años.

Facebook fundamento el desarrollo, fortalecimiento e incremento numerosas redes sociales, como Orkut, Mixi, LunaStorm, Hyves, Gronó, Hi5, Bebo, QQ, Tuenti, entre otras. En la actualidad la mayor parte de las compañías de telefonía móvil, últimos modelos de cámaras digitales de imágenes y video, permiten conectarse a las redes sociales. (MUJICA, 2010)

Las redes sociales han venido a evolucionar la forma de comunicación entre las personas, y nace con la necesidad de relacionarse, el deseo de comunicación y compañerismo que son parte de la naturaleza humana.

Capítulo I. Estilo de vida de los jóvenes en México.

1.1 Estilo de vida.

La revista Red comenta en un artículo que es tanto la popularidad que esta en ascenso de las redes sociales que cada día son más los adolescentes que se suman a alguna o varias de las tantas redes sociales, pues es común que un solo usuario esté inscrito en varias de ellas. Hay una gran diversidad de motivos por los cuales usan las redes sociales. Algunos usuarios responden, me inscribí en Facebook y Sónico, por ahora sólo para integrarme. Estas redes sociales producen un cambio social de lo cotidiano muy significativo y además canaliza tendencias culturales que ya se venían insinuando. Me refiero a esa necesidad de ver y ser visto de nuestras sociedades contemporáneas, estar en los escenarios públicos para consumir y ser consumido. Y esto se nota en experiencias personales cuando luego de un fin de semana uno encuentra en el Facebook fotos de “amigos” que nos muestran lo que hicieron. Y en realidad esos que muestran las fotos son conocidos y no tan amigos nuestros y de no existir Facebook, jamás nos hubieran mostrado esas fotos. Por supuesto que es un poco injusto generalizar sobre las “redes sociales” porque hay muy diversas, pero lo que es cierto es que todas producen significativos cambios en la vida cotidiana.

La manera de relacionarse de las personas ha cambiado de manera rápida en los últimos años, hoy nadie pasa de visita sin previo aviso por SMS, por chat, email, dejar mensaje en alguna red en la que se esta suscrito, pareciera ser que

el término de “comunicación” es sinónimo de “te mando un mensaje por cualquier vía tecnológica”. (MARTÍNEZ & FURCH, 2009)

La tecnología de las redes sociales ha impuesto una cultura digital en los usuarios.

Antes de las redes sociales la comunicación entre jóvenes difería en que si existía la necesidad de comunicarle algo a una persona lo podíamos emitir vía teléfono, correo electrónico o personalmente. Aun hablando de felicitar a alguien por su cumpleaños lo resolvíamos con una llamada telefónica. Hoy en día las publicaciones de mensajes, postales en el muro de Facebook o a través de Twitter de las amistades, y a la vista de todos, son comunes. Aun esta tecnología es usada por políticos de diferentes países, ya sea para expresar su opinión de un tema, o dar sus condolencias ante la muerte de un personaje importante. Esto nos hace ver que existe ya una necesidad asentada de hacer público ante las redes sociales de todo lo que sentimos y pensamos.

Las tecnologías de las redes sociales evolucionaron las formas de comunicación. Los jóvenes al crecer junto con la red, ha moldeado su desarrollo, creando así un mundo virtual, una nueva forma de socializar en un mundo moderno, a través de infinidad de portales, conectándose con personas alrededor del mundo entero, sin límites. Lo cual se ha transformado ya en algo cotidiano y necesario, en un estilo de vida.

Los avances tecnológicos no surgen repentinamente, sino que son parte de la naturaleza humana y de su evolución. Por esta razón los jóvenes buscan adaptarse ante esta evolución. Gran parte de las nuevas generaciones lo han hecho, pudiera escucharse extraño en un adolescente de 15 años que no cuente por lo menos con una cuenta en una red social.

1.2 **Actividad educativa**

Las redes sociales permiten una gestión muy eficiente cuando hay implicado un gran número de alumnos y profesores. Tienen un enorme atractivo en el aspecto personal y de relación por parte del que las usa. Por este motivo, cuanto mayor sea el número de los participantes más atracción genera en los alumnos al poder estar en contacto directo con sus profesores, sus amigos y compañeros de otros cursos a los que quizás conozcan de vista pero con los que no ha hablado nunca. Esto permite crear un ambiente de trabajo favorable que es uno de los motivos directos del éxito de las redes sociales. Las redes sociales tienen un innegable valor de acercar el aprendizaje informal y el formal. Ya que permite al alumno expresarse por sí mismo, entablar relaciones con otros, así como atender a las exigencias propias de su educación. (PRATO, 2010)

Las redes sociales están actuando ya sobre la vida diaria de los jóvenes, y podrían ser una gran herramienta en el ámbito educativo, pudiéndose utilizar como medio de reforzamiento virtual de los temas vistos en clase.

Comenzando el profesor por publicar un comentario, respecto al tema, y el alumno contribuir con alguna experiencia, y por otro lado otro alumno agregando otra, y así en lo subsecuente, haciendo el reforzamiento entretenido y de interés para el alumno. De hecho hasta las redes sociales podrían ser benéficas en el desenvolvimiento académico, pues hay jóvenes que no se atreven a participar en clase, y en las redes sociales es en donde se muestran mas socialmente abiertos y activos.

1.3 **Actividad laboral**

Un documento publicado por Manpower⁴ dice que el poder de las nuevas tecnologías esta revolucionando también la interacción social con fines profesionales y de negocio. La mayoría de los responsables de RH (Recursos humanos) en las organizaciones mexicanas de todos los tamaños piensa que las redes sociales cambiaran procesos y funciones críticas en el futuro cercano, desde la comunicación institucional, el reclutamiento, hasta la gestión del capital intelectual.

El 73% de los profesionales en México ya tienen un Perfil dado de alta en una Red Social en Internet, y cerca del 50% conoce a alguien que ha encontrado o recibido alguna oferta de trabajo por ese medio. No son solo una moda adolescente. Están cambiando nuestra realidad social y revolucionarán la

⁴ **Manpower es** líder mundial en la industria de Capital Humano; crea y ofrece servicios que permiten a sus clientes triunfar en el cambiante mundo laboral.

economía y el mundo del trabajo, más de lo que hizo Internet en toda su historia hasta nuestros días⁵.

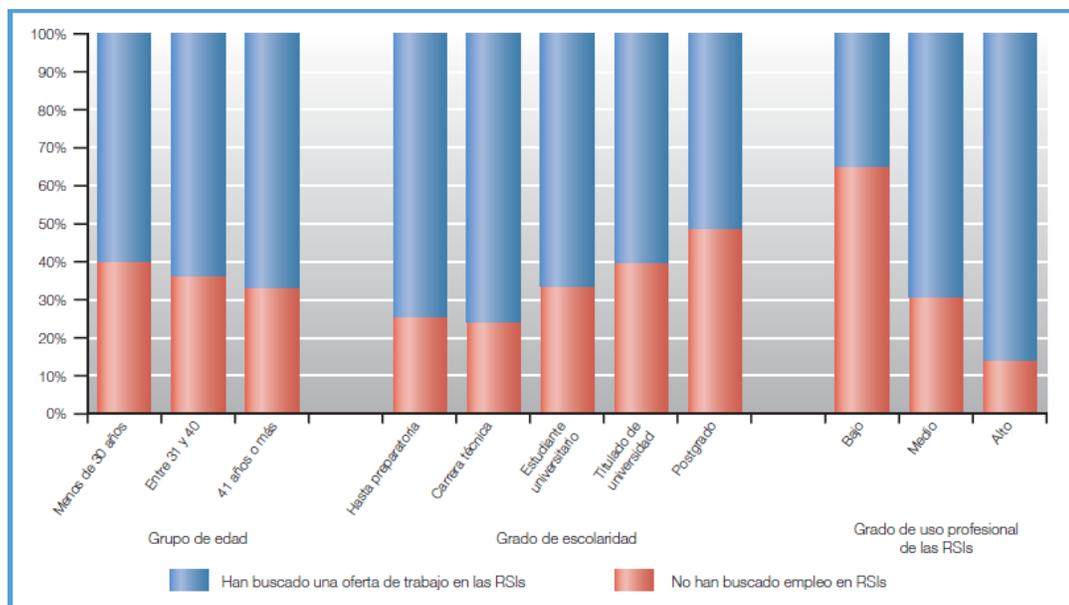


Ilustración Búsqueda de empleo a través de las Redes Sociales (Manpower Inc., 2009)

Como se aprecia en la ilustración 1, no son los más jóvenes los que buscan más oportunidades laborales a través de las redes sociales ni son los más activos quienes cuentan con grados académicos superiores. Sin embargo, en la medida en la que un uso más frecuente de las redes sociales por motivos profesionales también conduzca a una búsqueda más intensa de oportunidades laborales podríamos concluir que en muy poco tiempo observaremos un comportamiento más extendido y menos diferenciado entre los grupos sociales que componen el universo del trabajo en México (Manpower Inc., 2009).

⁵ Según estadísticas de estudio realizado por Manpower en 2009

Los jóvenes profesionistas están utilizando estas herramientas para lograr numerosas tareas y objetivos. El artículo de Manpower dice también que se considera que si no estas presente en el mundo de las redes sociales, simplemente no existes, o al menos está condenado a ser insignificante para el mundo globalizado e interconectado del que México ya no puede ni debe desentenderse. Y totalmente de acuerdo, alguien que no tiene cuenta en una red social simplemente no va a la vanguardia con la tecnología social, y por lo tanto tiene menos oportunidades laborales. Aun hablando dentro de relaciones entre trabajadores, se podría decir que esta casi ausente la comunicación entre colegas. Sin embargo los que las utilizan dan lugar a una mayor cooperación mas aun para los que trabajan con personas en otros lugares, puede darse una comunicación mas rápida aun con colegas de otros países y recibir respuestas inmediatas. El uso de las redes sociales en la actividad laboral tiene un mejoramiento significativo, pues pueden reunirse ideas y pensamientos de una agrupación esparcida geográficamente.

Su crecimiento potencial no tendrá fin, ya que el poder mantener un vínculo con un contacto, sin necesidad de ser frecuente, es a muy bajo costo. Por lo tanto es muy necesario que los jóvenes que aun no se involucran en esta tecnología reconsideren el no pasar por alto su actualización en cuanto a este tema.

1.4 Relaciones sociales

Empecemos con la definición de redes sociales la cual es definida como un conjunto organizado de personas formado por dos tipos de elementos: seres humanos y conexiones entre ellos. Las redes sociales evolucionan orgánicamente a partir de la tendencia natural de toda persona a establecer relaciones y a hacer pocos o muchos amigos, a tener una familia grande o pequeña y a trabajar en lugares donde se establecen relaciones anodinas o acogedoras

Los vínculos sociales influyen en el ámbito la nuestra vida cotidiana, desde cómo nos sentimos, lo que sabemos, con quienes nos relacionamos, si enfermamos o no y si votamos o dejamos de hacerlo son cuestiones que resultan de las conexiones que nos unen los unos a los otros. Siempre están ahí, influyendo de una manera sutil y al mismo tiempo precisa en nuestras elecciones, acciones, pensamientos, deseos y sentimientos. Asimismo nuestras conexiones no solo finalizan en las personas con las que nos relacionamos, sino sobrepasan nuestros límites sociales, es decir que los amigos de los amigos de nuestros amigos pueden provocar reacciones en serie que acaben por alcanzarnos. Nuestra influencia no termina en las personas que conocemos. Si es cierto que tenemos cierta influencia en nuestros amigos y si es también cierto que estos tienen influencia sobre nosotros, entonces nuestras acciones pueden alcanzar a personas a las que ni siquiera conocemos. (CHRISTAKIS & FOWLER, 2010)

Un ejemplo tan sencillo del alcance de las redes sociales es el llamado hecho por el movimiento “Yo Soy #132”⁶, donde el llamado para las marchas fue vía Facebook y Twitter. **Y aquí se puede ver el alcance que pueden tener la tecnología de las redes sociales en lo jóvenes, es cierto que nuestra influencia no termina en las personas que conocemos**, los amigos de los amigos de nuestros amigos pueden provocar reacciones en serie que acaben por alcanzarnos.



Ilustración . Megamarcha Movimiento Yo Soy #132 (Facebook, Yo Soy #132, 2012)

Y de igual forma es cierto que nuestras relaciones sociales pueden influir hasta en nuestra decisión de votar o no hacerlo, este movimiento, Yo Soy #132, que

⁶ Movimiento estudiantil que comenzó durante la elección presidencial de México de 2012. Después de que un grupo de estudiantes de la Universidad Iberoamericana organizaron una manifestación en contra del candidato Enrique Peña Nieto

tuvo su mayor contacto por las redes sociales, terminó convenciendo a miles de jóvenes para acudir a votar este 1º de Julio.

Las tecnología de las redes sociales en internet impuso una nueva forma de comunicación social entre las personas, tan es así que puede sonar extraño que una persona diga que no tiene una cuenta en una red social, y mas aun en jóvenes, se llega a considerar hasta un iletrado virtual.

Capítulo II. Facebook en México.

2.1. Fines de Facebook.

El origen parte desde el momento que Mark Zuckerberg se encontraba haciendo su residencia universitaria en Harvard en septiembre de 2003. En su primera semana de residencia improvisó un programa de Internet llamado Course Match, el cual consistía en ayudar a los estudiantes a elegir asignaturas basándose en los otros alumnos que las habían elegido. Cientos de estudiantes empezaron a usar el Course Match inmediatamente.

Internet era un tema omnipresente en la vida de Zuckerberg y sus compañeros: Chris Hughes, Moskowitz y Billy Olson. En Harvard se supone que estos chicos son los que en el futuro dirigirán el mundo. No pensaban demasiado en dirigir el mundo, pero de su caótica y abarrotada habitación de la residencia saldría una idea lo bastante potente para cambiarlo.

Animado por el éxito inesperado de Course Match, Zuckerberg decidió ensayar nuevas ideas. Su siguiente proyecto, en octubre, se llamó Facemash, su objetivo, descubrir quién era la persona mas enrollada del campus. Invitaba a los usuarios a comparar dos caras diferentes del mismo género y a decir cuál de las dos caía mejor. A medida que tu clasificación subía, tu foto se iba comparando cada vez con gente aun más simpática. Las fotos para la página

de Facemash estaban sacadas de los llamados facebook⁷. Una vez que la gente empezaba a utilizar Facemash, parece que no podían parar. Sus probadores avisaron a sus amigos y Facemash se convirtió en un éxito instantáneo.

Zuckerberg siguió haciendo pequeños programas de Internet, como el programa llamado Six Degrees of Harry Lewis, un homenaje a uno de sus profesores de informática favoritos.

Zuckerberg se puso a codificar otro proyecto con el que estaba especialmente ilusionado, conectándose a Internet pagó a Register.com 35 dólares que valían registrar la nueva dirección web Thefacebook.com durante un año. Esta página tomaba prestadas ideas de Course Match y de Facemash, pero también de un servicio llamado Friendster⁸ al que Zuckerberg pertenecía.

Harvard llevaba meses diciendo que iba a tomar todos los facebook de alumnos de cada residencia y los unificaría online para que pudieran hacerse búsquedas. Ahora que los alumnos conocían las posibilidades del Friendster,

7 Termino que se emplea para los directorios de estudiantes que tenían cada una de las residencias en las que se alojan los estudiantes de Harvard. Eran las fotos que se hacen el día de llegada del estudiante para su reunión de orientación.

8 Era una red social, un servicio que invitaba a los individuos a crearse un perfil con datos y aficiones, gustos musicales y otra información personal. En estos servicios, las personas relacionaban sus perfiles con los de sus amigos, identificando así su propia red social.

querían un Facebook online. Se habló de la necesidad de un Facebook universal. Entonces Zuckerberg se marchó a casa y lo creó.

“Nuestro proyecto empezó sencillamente como una manera de ayudar a la gente de Harvard a compartir más cosas – dice Zuckerberg –, para que pudieran ver mas de lo que ocurría en la universidad. Quería hacerlo de manera que se facilitara el acceso a la información de cualquiera y que cualquiera pudiera compartir la información que quisiera”.

Su nuevo servicio, una herramienta de comunicación muy básica pensada para solucionar el problema de cómo seguir en contacto con tus compañeros y saber lo que les ocurre.

En febrero de 2004 Thefacebook.com cobró vida. En su pantalla de bienvenida se podía leer: “Thefacebook es un directorio online que conecta a la gente a través de las redes sociales universitarias. Hemos abierto Thefacebook para su uso popular en la Universidad de Harvard. Puedes utilizar Thefacebook para: buscar a gente en tu propia universidad, saber quién hay en tus clases, buscar a los amigos de tus amigos a ver una visualización de tu red social”.

Cuatro días después de su lanzamiento, ya había más de 650 estudiantes apuntados. Thefacebook se convirtió casi al instante en el tema principal de conversación en los comedores de Harvard y en los descansos entre clases. La gente no podía dejar de usarlo.

Al mes funcionando Thefacebook, ya tenía diez mil usuarios activos. Iba creciendo en Harvard y se extendió por otras universidades; primero en

Columbia, Stanford y Yale. Zuckerberg y su equipo empezaron a recibir emails de todo el país en los que se suplicaba que llevaran Thefacebook a otras universidades. Hacia mediados de marzo de 2004, el número total de usuarios alcanzó los 20.000.

Los chicos usaban programas gratuitos de código abierto como la base de datos MySQL y herramientas de servidor Apache Web, lo cual permitía abordar económicamente toda la aventura.

Thefacebook era ya tan popular que cada vez que añadían una nueva universidad, su alumnado se inscribía casi en masa.

La empresa se convirtió oficialmente en Facebook el 20 de septiembre de 2005. En ese otoño ya había abarcado sin problemas todo el mercado universitario: el 85% de los estudiantes estadounidenses eran usuarios, y el 60% consultaba el servicio a diario. (KIRKPATRICK, 2010)

Facebook fue creado en un principio como una herramienta para facilitar las relaciones entre personas, teniendo como opción el poder crear un perfil personal, lo cual le da identidad a cada cuenta de usuario. Su expansión ha sido de manera estratosférica, empezando dentro de la universidad de Harvard, paso de ser un programa de comunicación y acceso a información útil a una manera de acumular el mayor número posible de amistades. Su expansión a nivel mundial no se debió al deseo de crecer como una empresa, sino de la exigencia de los usuarios por que esta página se expandiera a más universidades, y de allí al mundo entero.

Lo mejor de Facebook es que comenzó no teniendo un contenido propio de la página, sino que era únicamente una plataforma, un programa cuyo contenido lo comenzaron a crear los mismos usuarios. Yo creo que fue uno de los factores que dio auge al crecimiento de esta red social, la oportunidad de crearse un personaje virtual, que resulta emocionante, pues abrió oportunidades a jóvenes a los cuales se les dificultaba las relaciones sociales, y a través de esta red social obtuvieron una libertad de expresar abiertamente lo que son como personas, exteriorizando sus emociones. Y mejor aun, no solo eso, sino tener también la opción de buscar personas con gustos, emociones, pensamientos afines. Facebook es una herramienta para expresarse.

El gran impacto de Facebook en jóvenes se debe al hecho que es donde las redes sociales de las personas son mas profundas y la vida social es más acelerada que en cualquier otra etapa de la vida.

Una columnista del Harvard Crimson⁹, Amelia Lester, escribió: “Mientras que Thefacebook.com¹⁰ (Facebook) no trata explícitamente de vincular a la gente de manera romántica, en él intervienen toda una serie de otros instintos primarios: un deseo de querer formar parte de un grupo, una pizca de vanidad y algo de voyeurismo”. (KIRKPATRICK, 2010)

⁹ Es el periódico estudiantil de la Universidad de Harvard, fundado en 1873. Es el único periódico en Cambridge, Massachusetts, y se ejecuta en su totalidad por estudiantes de Harvard College.

¹⁰ Nombre original de Facebook.

Totalmente de acuerdo, ya que lejos de vincular a los jóvenes de manera emocional, es una respuesta a la necesidad de socializar, formando parte de un grupo, una necesidad de comunicación, de expresión, de darte a conocer tal como eres, el deseo de ser escuchado y a la vez el que haya una respuesta a tus expresiones. La pizca de vanidad en cuanto a las fotos publicadas, tienes total libertad de formar álbum con las mejores fotos que sean del agrado de los espectadores. Y en cuanto a algo de voyeurismo, quizá suene exagerado el decirlo, pero se aplica por los usuarios, caracterizándolos como observadores, quizá para satisfacer la curiosidad sobre la vida de los contactos en el Facebook, y no necesariamente conseguir una excitación sexual, que es a lo que se refiere el voyeurismo.

La tecnología vino a evolucionar muchos ámbitos de la vida cotidiana, y es fascinante el hecho de que unos jóvenes, con gran habilidad, pudieran haber utilizado esta tecnología para crear un programa que la gente, y principalmente los jóvenes, no podían dejar de utilizar.

2.2. Usos de Facebook.

Aunque Facebook no se creó como una herramienta política, sus creadores fueron conscientes desde muy pronto de su potencial especial. Durante las primeras semanas que siguieron a su creación en la Universidad de Harvard en

2004, los estudiantes empezaron a expresar sus opiniones sustituyendo su imagen del perfil por un pequeño bloque de texto que incluía una declaración política. “La gente lo utilizaba entonces para protestar sobre lo que les parecía importante – dice el cofundador de Facebook, Dustin Moskovitz –, aunque sólo fuera por un simple asunto de la universidad”. De manera intuitiva, la gente se dio cuenta desde el inicio de que si este servicio estaba pensado para reflejar en la red su identidad genuina, entonces un elemento de esta identidad eran sus opiniones o preferencias sobre los temas de actualidad.

Como forma de comunicación esencialmente nueva, Facebook provoca efectos interpersonales y sociales básicamente nuevos.

Cuando Facebook se utiliza como su diseño inicial preveía – para trazar vías mejores para compartir entre la gente que ya se conoce en el mundo real – puede tener un poder emocional muy potente. Es un nuevo tipo de canal de comunicación basado en las relaciones reales entre individuos, y facilita básicamente nuevos tipos de interacciones.

Hay muchos que ven Facebook como una mera celebración de las menudencias de nuestras vidas. Estas personas lo ven como una plataforma para el narcisismo, más que una herramienta de comunicación. Otros se preguntan cómo puede afectar la capacidad individual de crecimiento y de cambio el hecho de que sus acciones, y hasta sus pensamientos, estén constantemente sometidos al escrutinio de sus amigos.

Facebook acerca al mundo. Se ha convertido en una experiencia cultural común que engloba a gente de todo el planeta, en especial a los jóvenes. Se ha convertido en un motor tecnológico con una influencia sin precedentes en la vida moderna, tanto pública como privada. Su red de socios abarca múltiples generaciones, geografías, idiomas y clases sociales. De hecho, puede que sea la empresa que ha crecido más rápido de toda la historia.

Ha transformado la manera en la que la gente se comunica y se relaciona, en la que los comerciales y especialistas en marketing venden sus productos, en la que los gobiernos se acercan a los ciudadanos e, incluso, ha cambiado la manera de operar de las empresas. Está alterando el carácter del activismo político, y en algunos países está empezando a afectar a los procesos de la propia democracia. Ya no es un simple juguete para universitarios.

E incluso a pesar de todo su crecimiento, el número de gente allí aumenta a un ritmo asombroso: ¡alrededor de un 5% mensual! De mantenerse estables las tasas de crecimiento tanto de Internet como de Facebook, en 2013 absolutamente todos los usuarios mundiales de la red estarían en Facebook.

(KIRKPATRICK, 2010)

Yo pienso que no está muy lejos de la realidad el que en 2013 todos los usuarios mundiales de la red estarán en Facebook.



Ilustración Estadísticas de Facebook de 2004 a 2012 (El Economista, 2012)

En el periódico El Economista se publicaron las últimas estadísticas de Facebook, donde ya había alcanzado los 1,000 millones de usuarios:

Kirkpatrick da un sentido a Facebook, como si la pagina en sí hubiera venido a cambiar muchos ámbitos en la vida cotidiana de la gente, pero en realidad fue la gente, y principalmente los jóvenes, lo que le dio a esta tecnología ese toque político, emocional, familiar, de libre expresión.

Una forma en que los jóvenes han aprovechado, la fluidez con la que circula la comunicación en Facebook, ha sido en el ámbito político. En las pasadas selecciones del 1º de julio de 2012, movimiento Yo soy 132 convocando, vía Facebook, a una mega marcha:



Ilustración Llamado a Megamarcha movimiento Yo Soy 132 (Facebook, Yo Soy #132, 2012)

En la pagina del periódico Sexenio se publicó un artículo respecto a la marcha: “A través de redes sociales como *Facebook* y *Twitter*, esta tarde, se convocó a los jóvenes a protestar por los resultados de las elecciones del 1 de julio; dicha convocatoria fue lanzada tanto en la capital del país como en las principales plazas de los estados. La reunión estaba considerada a las 15:00 horas (local), ya que para esa hora ~~se dictaba como virtual ganador de la elección Presidencial de México~~ al candidato de la coalición *Compromiso por México*, Enrique Peña Nieto.

El uso que se ha dado a las redes sociales, como la política, ha tenido resultados masivos, como anteriormente se menciona, del llamado Yo Soy #132. Donde jóvenes lanzan sus puntos de vista, opiniones, disgustos, y que es a través de esta tecnología en donde no hay límites para dar a conocer las preferencias de cada persona. Particularmente pienso que fue en las redes sociales donde se dio el auge para la participación de los jóvenes en la política.

El llamado que realizó terminó alcanzando a los hermanos, tíos, padres de familia, y como resultado de este llamado fue la participación de miles y miles de personas en la marcha.



Ilustración Megamarcha movimiento Yo Soy #132 (Facebook, Yo Soy #132, 2012)

Los jóvenes crean cuentas a favor o en contra de movimientos o instituciones, aprovechando que la información en Facebook se vuelve viral, tiene la capacidad de divulgarse rápidamente a través de grupos y de informar a mucha gente de manera casi simultánea, pasándola de una a otra y así hasta grandes grupos.

Kirkpatrick menciona en el libro El efecto Facebook que todo esto puede contener un poder tanto constructivo como destructivo, ya que Facebook está dando más fuerza a los individuos de las distintas sociedades de todo el mundo con relación a sus instituciones sociales, y eso puede comportar cambios muy perjudiciales; en algunas sociedades puede desestabilizar instituciones que muchos de nosotros no querriamos ver cambiar.

De alguna forma, este uso que se da a esta tecnología es bueno porque en Facebook no hay represión contra los jóvenes de exteriorizar sus opiniones, no hay límites de mostrar lo que en televisión no se ve. Y por otro lado es perjudicial, porque solo se puede prestar a rumores, y malos juicios que afectan a la opinión pública de manera negativa.

Esta expansión viral ha generado un gran impacto en el estilo de vida de los jóvenes, de tal manera que la vida no se puede concebir hoy en día sin Facebook.

2.3. El rol de Facebook en el marketing

Esta tecnología no solo ha venido a cambiar el estilo de vida de los jóvenes, sino también la forma de hacer marketing y publicidad, permitiendo que las empresas conozcan fácilmente los gustos de los clientes conectándose directamente con ellos. Las empresas no han querido desaprovechar esta

oportunidad y han convertido a Facebook en el líder del Marketing Viral. Si el marketing y la publicidad se revolucionaron con las nuevas tecnologías y la Internet, ahora han vuelto a dar un giro de 180 grados con lo que se conoce como Marketing Viral, las técnicas de marketing que explotan las redes sociales para llegar a una gran cantidad de personas rápidamente.

El mayor exponente del marketing viral es Facebook. Las empresas no han querido quedarse atrás ni desaprovechar las oportunidades que les ha presentado este fenómeno que ha llegado a personas de todo el planeta, sobrepasando límites culturales y de lenguaje.

Un grupo en Facebook da las opciones de clasificación, para mostrar si pertenece a la categoría de negocios, de arte y entretenimiento, entre otras; de ser abierto o cerrado, es decir, que los que quieran pertenecer a él puedan entrar libremente o tengan que ser invitados por los administradores; y otras características que le definen el perfil. De esta forma se van segmentando y la gente puede mirar sólo lo que le interesa. (Tendencias21, 2009)

Aun dentro de la relación empresa – cliente, Facebook ha venido ha romper fronteras, la publicidad consigue una propiedad de interacción y personalización con los clientes, donde ellos deciden a que comunidad desean integrarse, con la finalidad de obtener información dependiendo de sus gustos o necesidades.

Permitiéndoles así a las empresas alcanzar a grupos inmensos además de permitirle mostrar su imagen y producto.

Los jóvenes de hoy tienen la gran oportunidad de explorar el universo de productos disponibles en la publicidad de esta tecnología, desde su cómodo asiento frente a su computadora, checar precios, productos en existencia, comprar en línea. Una idea que décadas atrás hubieran sonado demasiado descabellado hoy ha venido a evolucionar el marketing dentro de las empresas.

2.4 Riesgos de Facebook.

Facebook puede generar un falso sentido de la amistad y, con el tiempo, intensificar la sensación de soledad. Hasta ahora, tenemos pocos datos sobre cuán extendido puede estar este problema, aunque, a medida que nuestro uso de los medios electrónicos continúe en los años venideros, es seguro que se convertirá en una preocupación extendida. (KIRKPATRICK, 2010)

La tendencia a recurrir a las redes sociales para entrar en contacto con el resto del mundo va en contravía del concepto tradicional de socialización, y eso es precisamente lo que va creando una generación Eleanor Rigby¹¹, en la que cada

11 Solitario personaje de la canción de los Beatles, un verdadero himno a la soledad como condición existencial en el que las personas permanecen solas, aún estando vecinas las unas de las otras.

uno se vuelve esclavo de su propia soledad. Simon Lawton-Smith, responsable de la política de la Fundación de la Salud Mental, lo explica así: El contacto humano se nutre de cuerpo y mente, y la manera como estamos viviendo ahora es la prueba fehaciente de que cada vez estamos teniendo menos de estos contactos humanos. Internet puede ser fantástica para contactar a la gente que queremos, y que de pronto se ha mudado a otra parte del globo. Pero es necesario encontrar el equilibrio justo. (MARCHETTI, 2012)

Facebook trajo consigo un sinnúmero de ventajas y beneficios, pero con ello un sinnúmero de riesgos. Los párrafos anteriores nos habla de la realidad por la que esta pasando la sociedad actual, principalmente los jóvenes, que sumergidos en la adicción al Facebook, creen estar rodeados de muchos amigos, como lo indica su cuenta, pero al final, cuando cierran su sesión, y apagan la computadora, comienzan a sentir los efectos de la soledad. Facebook es un excelente fuente de comunicación entre personas, un medio para mantener relaciones con amistades que se encuentran lejos de nosotros, pero de ninguna forma ésta tecnología viene a sustituir la socialización entre personas, desafortunadamente la mayoría así lo toma. Muy cierto en que los jóvenes deben de buscar un equilibrio entre socializar personalmente y a través de la tecnología de las redes sociales.

Otro riesgo que presenta Facebook son las publicaciones que por error se difunden y sus resultados son caóticos, como el caso de la fiesta de

cumpleaños convocada por Facebook, que terminó con heridos y detenidos: “En una pequeña ciudad de Holanda una chica de 16 años invitó a través de la red social, pero olvidó hacerlo con privacidad y concurrieron miles de personas, terminó en una batalla campal, en la que al menos 30 personas resultaron heridas y otras 35 fueron detenidas. Entre 3.000 y 4.000 jóvenes llegaron a la fiesta, la cual fue publicada a través de la popular red social a miles de contactos, que a su vez distribuyeron la convocatoria a terceros. La fiesta comenzó de forma pacífica, pero de repente se convirtió en agresiva, según explicó el jefe de policía regional, Oscar Dros. "Atacaron a la policía con adoquines y botellas", dijo. La concentración acabó en enfrentamientos entre la policía y los jóvenes, que tiraron bicicletas, botellas, piedras y petardos, a lo que las fuerzas policiales respondieron con gases lacrimógenos y bombas de humo. Los jóvenes también arrasaron y prendieron fuego en las calles, comercios y jardines de esa pequeña ciudad holandesa” (La Nacion, 2012).

Personalmente creo en que esta tecnología no tiene comparación con ningún medio de comunicación, y es en esta noticia nos hace ver del poder de convocatoria que tiene Facebook, la velocidad de propagación de la información y a su vez de la pronta respuesta de los usuarios, todo comienza como una simple invitación y, por un error termina como un detonante de agresiones. El problema en si es que lo que se dice y se cuenta a través de las redes sociales no siempre pasa inadvertido.

Yo creo que el problema esta en la excesiva libertad que esta tecnología da a sus usuarios, de convertirse en editor, creador de contenidos, productor y distribuidor de información en Facebook, y a su vez, el que los mismos usuarios no miden la magnitud de los problemas que se generan al publicar ilimitadamente en las redes sociales.

Y aquí se genera otro gran riesgo en Facebook. La excesiva publicación de información personal de los usuarios, lo cual puede ser aprovechado por terceros para otros fines, y en ocasiones son usos delictivos e ilícitos. Frecuentemente en los adolescentes y jóvenes, que no miden el peligro, que nos se informan, y en los cuales debería de haber cierto sentido de responsabilidad y prudencia ante el uso de esta tecnología.

Capítulo III. Twitter en México.

3.1 Fines de Twitter.

Twitter comienza en San Francisco, en marzo de 2006, como un proyecto de investigación y desarrollo que lleva a cabo una pequeña empresa llamada Obious, LLC, compañía fundada por Evan Williams. La idea de este servicio la propuso Jack Dorsey. Originalmente le pusieron al proyecto Status, posteriormente probaron varios nombres hasta que llegaron al de Twtr (*sic*). En julio de 2006, Jack Dorsey, Biz Stone y Evan Williams crearon la empresa Twitter, Inc., para explotar el nuevo servicio y poder conseguir inversores. Su logotipo es un pequeño pájaro, porque Twitter significa trino o gorjeo. El sonido que hacen los pájaros. Twitter está pensada para que sus usuarios creen contenidos de interés y los compartan. (CARBALLAR, 2011)

Jack Dorsey creó una idea tan sencilla, el publicar en tu página de personal lo que estás haciendo en cada momento de tu vida, la opinión de un libro o película, y las tantas veces que se desee, que de una idea tan sencilla Twitter pasó a ser adicción y medio de comunicación **imprescindible** para miles de personas. Una tecnología de comunicación rápida y concreta.

En México en el periódico el Economista, Pérez Bolde dijo: “El boom se da en 2009, había 40,000 cuentas, el crecimiento ha sido exponencial desde entonces ya para 2010 la cifra se elevó a 140,000 y en 2011 dio un brinco importante de 4.1 millones”. (El Economista, 2012)

En un corto tiempo el número de usuarios incrementó a un ritmo desenfrenado, ubicando a México entre los diez países más twitteros. Y este crecimiento se debe a la libre expresión de ideas, y no solo se queda ahí, sino el compartir la opinión y que a otros les interese, dándose así un intercambio de opiniones. Y mejor aun en tiempo real.



Ilustración Estadísticas de Twitter (PELZER, 2012)

Y hablando del crecimiento de esta tecnología a nivel mundial, Twitter ha superado los 500 millones de usuarios. Estas cifras provienen de **Twocharts.com**. Esta empresa también ha estimado que en las últimas 24 horas se han registrado en todo el mundo 959.000 usuarios, lo que supone casi un millón al día. Y en estos momentos, calculan que se están registrando diez usuarios por segundo. (Diario ABC, S.L., 2012)

El uso de esta tecnología se esta propagando a una inmediatez inimaginable. Y es que Twitter es una forma de comunicación sintetizada, inmediata y muy simple. Y lo que lo hace relativamente interesante es que permite transportar a Internet intereses, gustos,

disgustos; en pocas palabras permite exhibir una pequeña parte de aquello que quiere cada uno de sus usuarios. Y son los mismos usuarios que hacen de Twitter lo que cada uno quiere que sea. Y yo creo que ese ha sido el detonante por el cual esta tecnología ha incrementado, principalmente en la juventud. Twitter se ha vuelto adictivo para la gran mayoría de sus usuarios, pues permite la socialización con personas a las que ni siquiera se conoce, pero con las que se comparten intereses similares, con mucha facilidad y sin necesidad de relacionarse físicamente, lo que hace más fácil el trabajo para los jóvenes que les cuesta trabajo el ser sociables. Y yo creo que de esta forma se conoce mejor a las personas, a través de las publicaciones que realizan. Pues de esta forma los jóvenes se abren y hacen comentarios que en persona jamás harían.

3.2 **Usos de Twitter.**

Esta tecnología es otro de los servicios, con un espectro mas limitado de funciones, que también hace posible una potente divulgación de mensajes de cualquier individuo por Internet, y también tiene un impacto político significativo. (KIRKPATRICK, 2010)

Quizá no se termine de entender para qué vale el escribir textos que otros leen. Qué es lo que hace útil a Twitter. Las razones pueden ser muy diversas y cambiantes, dentro de los distintos usos que se le dan a Twitter están el hacer nuevos amigos, ya que facilita estar en contacto con gente nueva. El mantenerse en contacto con otros, permite la socialización con amigos, clientes, consumidores, prescriptores, medios de comunicación o con cualquiera con quien se desee estar en contacto de forma regular. Otro uso es el conectarse

con personas de ideas afines, ya que la mayoría de los usuarios son personas que desean mantenerse en contacto con otras personas con las que comparten los mismos intereses, ampliando de esta forma su círculo de relación. El activismo es uno de los principales usos que se le da a Twitter, pues es fácil reclutar gente dispuesta a dar apoyo o trabajar por una causa, sea ésta política, social o medioambiental, Barack Obama utilizó su canal de Twitter como una de las herramientas fundamentales para dar a conocer su candidatura. Esta también el seguimiento de noticias, ya que es un canal en el que rápidamente aparecen comentarios sobre cualquier tipo de noticias. Twitter es una buena herramienta para que los deportistas, cantantes, actores, directivos de empresas, emprendedores, científicos, especialistas, gente divertida o políticos, entre otros muchos, hagan público lo que hacen o piensan. (CARBALLAR, 2011)

A través de los últimos años la sociedad se ha tenido que adaptar a ésta tecnología de comunicación social, tan sencilla. Son muchos los usos que se le dan, que ha dado lugar a un juego de comunicación, donde los jóvenes han aprovechado exteriorizar sus opiniones, sentimientos, juicios a través de sus publicaciones en este medio. Y por ende esta información se ha expandido a una inmediatez que ha originado así gran parte de la opinión pública. Pero a su vez, a parte de que la genera, Twitter influye sobre esta misma opinión pública. Su uso como medio social ha cedido en los jóvenes la capacidad de actuar con presión reformando movimientos que se estén dando en el acontecer político de la nación. Esto nos demuestra que esta tecnología es excepcional, ha venido

a desatar una evolución en la forma de transmitir mensajes a una rapidez que quizá antes se pensaba imposible, y que estos mensajes a su vez tuvieran influencia sobre la sociedad. No hay tecnología de comunicación que se le pueda comparar.

Por otro lado Twitter ha revolucionado en gran manera los medios de comunicación, la forma de propagar información, convirtiéndose en una excelente fuente de alerta de emergencias, poniendo al tanto a otros de lo que ocurre en cierto punto del país. Como ejemplo esta el estudiante que twitteo en una balacera ocurrida dentro del Tecnológico de Monterrey:

Monterrey, México (22 marzo 2010).- "Confirmado, dos alumnos del tec (sic) heridos".

Con este dramático mensaje de 33 letras, enviado por Twitter a las 2:05 horas del viernes pasado, un estudiante del Tecnológico de Monterrey reportó lo que oficialmente se supo 36 horas después: Que dos alumnos del instituto habían sido víctimas del fuego cruzado en el enfrentamiento entre sicarios y el Ejército sostenido frente al campus esa madrugada. (Diario El Norte, 2010)

Yo creo que Twitter también es una excelente herramienta para alertar, en cuanto a las balaceras que se originaron a partir de la guerra contra el narco, surgieron twitteros los cuales informaban los enfrentamientos que ocurrían en un lugar determinado y que de algún modo advertían a la ciudadanía para no pasar por esos puntos. O los twitteros que informan de tráfico vial o accidentes

ocurridos en cualquier punto del país. Así también los mensajes solicitando ayuda para encontrar personas desaparecidas, donadores de sangre u órganos, ayuda a países que pasaron por algún desastre natural o problema social.

Lo mas extraordinario de esta tecnología es que nuestras publicaciones alcanzan (beneficiando o en algunas ocasiones afectando) a personas a las que ni siquiera conocemos.

3.3 **El rol de Twitter en el marketing**

Twitter permite obtener información sobre el mercado, sobre las empresas competidoras, sobre sus productos, por otro lado es una herramienta de comunicación que permite mejorar las relaciones entre cliente y empresa ofreciéndoles un medio alternativo, flexible, rápido y económico.

Twitter resulta especialmente interesante para las pequeñas y medianas empresas, los negocios y los profesionales, así como para promocionarse así mismo en la búsqueda y mejora de empleo o de cualquier otra actividad que se desee desarrollar, centrándose en dos tipos de actividades: investigar lo que hacen otros con nuestros mismos intereses y dar a conocer lo que podemos aportarle a los demás. (CARBALLAR, 2011)

La función de esta tecnología social ha provocado que las empresas lo escojan como una herramienta potencial de acercamiento a sus clientes. El rol que

juega Twitter dentro del marketing ha evolucionado la forma de pensar sobre esparcir los mensajes de marketing, dando a conocer su mercado hasta la casa de los consumidores. Haciendo a Twitter una fuente de interacción extraordinaria, donde la gente puede expresar su malas o buenas experiencias sobre el uso de productos que se adquieren, y al mismo tiempo las empresas tener la oportunidad de aclarar dudas.

En algunos años atrás los jóvenes tenían que viajar hasta las tiendas, para saber lo que tenían en existencia, saber costos, sin embargo hoy la publicidad la tienen en sus casas y a través de este microblogging saber en qué tiendas está en existencia el producto de su interés, y no sólo eso, sino también sus costos. Esta tecnología ha venido a acortar la relación entre cliente – empresa.

Por otro lado, una excelente herramienta para que los jóvenes a nivel laboral den a conocer su perfil profesional o servicios que prestan. Reduciendo significativamente en costo y tiempo su marketing personal.

3.4 **Riesgos de Twitter.**

Así como Twitter tiene un sinfín de usos para beneficio de la sociedad, trae consigo muchos riesgos, uno de ellos es la propagación de información falsa en el municipio de Nezahualcoyotl:

La sicosis colectiva que invadió al segundo municipio más poblado del Estado de México y octavo del país, por supuestos ataques de grupos sociales y armados que inició la tarde-noche del miércoles vació muchas calles de Nezahualcóyotl 12 horas después, en Twitter se dieron publicaciones de la cuenta @ApoyoVial donde se escribió: "Precaución: CD. Neza tomada por encapuchados armados, cortando Líneas Telefónicas. Unos dicen que los antorchistas otros Fam. Michoacana". (El Universal, 2012)

¿Cómo es que una publicación de información falsa pudo desatar tal sicosis en este municipio? Twitter tiene muchos beneficios, pero aquí podemos ver el resultado que tiene el publicar información falsa y los resultados masivos que arroja, y de alguna forma el que no hay un control de publicaciones.

Otro gran riesgo que hay es el bullying que se ha desatado actualmente a través de esta tecnología, hoy en día llamado ciberbullying. Y yo creo que han sido las redes sociales específicamente las que han impulsado su crecimiento, pues a los jóvenes que gustan practicar este acto les facilita su gusto, pues es tan fácil comentar, insultar, arrojar juicios en contra de una persona, sin dar la cara. Y lo peor aun es que hacen un mal uso de lo que caracteriza a Twitter como una excelente tecnología de información sin límites, pues un solo mensaje pasa a ser leído por cientos de twitteros.

Capítulo IV Metodología: Análisis de las redes sociales en los jóvenes de 15 a 24 años de edad en México.

4.1 Estilo de vida con Facebook y Twitter.

Facebook y Twitter han vendido a impactar el estilo de vida de los jóvenes de una forma desmesurada. Convirtiéndose en complemento, hasta ahorita irremplazable, de su comunicación y socialización. El estilo de vida en los jóvenes, que antecede a las redes sociales y microblogging se refleja en la siguiente Tabla 1, donde se muestra que es tan evidente el impacto que trajo consigo la creación y difusión de ésta tecnología sobre el diario vivir de los jóvenes.

REDES SOCIALES (ESTILO DE VIDA)	
ANTES	DESPUES
Ver televisión	Lugar de reencuentro
Hacer tarea	Intercambio de experiencias, opiniones
Tener vida social activa	Conocer personas de manera impersonal
Conversaciones mas cercanas	Ver lo que otros hacen
Chatear por msn	Hacer amigos
Checar correo electrónico (hotmail, yahoo)	Exhibicionismo
Checar y mandar correos electrónicos en cadena	Acortar distancias
Ver videos en youtube	Visibilidad de la conexión entre personas
Hi5, My Space	Interactuar con artistas, noticieros o programas televisivos
Juegos en línea	Poder de manifestación
Llamadas telefónicas	Comunicación inmediata
Mensajear por celular	Bulliyng
Reuniones frecuentes con amistades, familia	Información y vida privada al descubierto
Dormir mas horas	Marketing

Tabla Estilo de vida antes y después de las redes sociales.

Yo creo que el uso de estas redes sociales más que transformar, ha revolucionado costumbres, hábitos, creando nuevo vocabulario, formas de expresarse, de relacionarse entre los jóvenes pues lo anterior muestra lo que antes se acostumbraba, lo mas ordinario: de ver televisión, las reuniones o

visitas de amistades o familiares eran mas frecuentes, existían conversaciones mas que cercanas, directas. Hoy en día es tan fácil checar el muro de un contacto y enterarse de lo que ha hecho sin necesidad de haber una retroalimentación física en la comunicación. De hecho Twitter y Facebook han impactado tanto la vida de los jóvenes que han pasado a ser parte del común vivir, y casi un todo en su manera de comunicación de interacción con el mundo.

Y publicando en el muro de Facebook la pregunta de ¿Qué se hacia antes que existiera Facebook?, las respuesta de muchos jóvenes es que difícilmente se recuerda.

Y a todo esto, ¿Qué sigue después de Facebook o Twitter?

4.2 **Beneficios de Facebook y Twitter.**

La expansión de Facebook y Twitter han traído consigo grandes beneficios. Acortando distancias, reencuentros de amistades de muchos años, que de no haber existido estas tecnologías solo serian simples recuerdos, incógnitas. Se habla aun de un reencuentro de hermanos, a través de Facebook, que ya hacia 50 años sin verse y sin saber nada uno del otro.

En el ámbito educativo, entre maestros, ha facilitado el compartir experiencias, ideas, aun materiales educativos, y es aquí donde los docentes entran en relación con otros maestros, y generar así un intercambio de opiniones. Estas

tecnologías hacen más fácil la labor, a los alumnos de aprender y a los maestros de enseñar. Los profesores teniendo recursos al alcance a través de otros docentes y a los alumnos facilitar el aclarar sus dudas de manera rápida, sencilla y en tiempo real.

Esta tecnología es parte del dialogo público. Es un mecanismo con una efectividad excesiva para organizar, convocar y congrega a las masas, con un propósito afín. Como anteriormente se menciona del llamado Yo Soy #132 ante las selecciones del 1º de Julio.

Otro ejemplo, a nivel mundial, la revolución social en Egipto, la cual se gestó a través de las redes sociales, con un activista bloguero Wael Ghonim, el cual consiguió encauzar por primera vez y de manera colectiva la indignación ciudadana con un objetivo claro: La toma de la Plaza Tahrir, movilizand o a miles de jóvenes egipcios a partir de una página que creó en Facebook. (CANTELM I, 2011)



Ilustración La plaza Tahrir. En el centro las carpas de los que se quedan hasta la caída del régimen. (CANTELMÍ, 2011)

Lo que antes se necesitaba hacer con un grupo grande de organizaciones, ahora lo pudo hacer un solo individuo a través de esta tecnología. Twitter y Facebook se han convertido en una herramienta esencial para poder organizar una revolución. Yo creo que es una forma de los muchos usos inteligentes que se le da a este tipo de tecnología, que para muchos (que son mayoría) es desperdiciada como un juego de intercambio de información hueca, tonta e inservible. Sin darse cuenta que Twitter y Facebook es una puerta abierta al mundo de grandes posibilidades.

4.3 **Perjuicios y riesgos de Facebook y Twitter.**

Las redes sociales y los microblogging son herramientas que fueron creadas con un buen fin, pero su uso inadecuado ha traído graves consecuencias. Y es que se han convertido en una fuente de problemas en el entorno social de los

jóvenes. Dando origen a la violencia escolar y facilitando, el ahora llamado Ciberbullying.

Un caso muy conocido a nivel mundial es el caso de Amanda Todd, una adolescente de 15 años que cuenta su historia de acoso cibernético y escolar, antes de su suicidio, a través de un video de Youtube valiéndose de unas cartulinas de color blanco, donde escribe su historia con su puño y letra. (TODD, 2012)

Y como esta historia las hay muchas en México. Esta tecnología trajo consigo muchos beneficios, pero siempre esta alerta el sentido cruel de los jóvenes tratando de corromper el lado bueno de las cosas. Esta historia nos demuestra que lamentablemente las redes sociales y el microblogging han sido el detonante de agravamiento en el ciberbullying, y de cómo estas contribuyen a que el acoso predomine. Definitivamente es un uso de crueldad excesiva que se le puede dar a esta tecnología, con la finalidad de perjudicar a una persona. Este tipo de agresiones no tiene nombre.

Otro riesgo que se corre en Twitter y Facebook, son los secuestros. Existe un problema de seguridad de datos en la red, de los cuales los delincuentes se valen. Yo creo que no es necesario culpar directamente a Facebook o Twitter, si no los usuarios que proporcionan información personal ilimitada acerca de su trabajo, fotos ostentosas de sus vacaciones, lugares que visitan, demostrando así su nivel económico, aun revelando parentescos entre sus contactos. Lo cual

facilita en gran manera el trabajo de los secuestradores, dando en bandeja de plata la información que necesita para proceder a cometer el delito. Los jóvenes convierten las redes sociales como fuente de estudio y bases de datos para los plagiarios.

Resultados.

Después de leer la literatura encontrada se desprende que el estilo de vida de los jóvenes de 15 a 24 años de edad si ha cambiado. Antes empleaban su tiempo en leer libros, y socializar por teléfono o bien en encuentros en lugares públicos como el trabajo, la escuela, fiestas, etc. Una vez que aparecen medios como el correo electrónico y el chat permitieron comunicación remota síncrona y asíncrona pero solo entre estudiantes, empleados u otra relación formal. Entendiendo a la relación formal como alumno-profesor, jefe-empleado y otras. Cuando aparecen las redes sociales basta compartir un perfil para poder afiliarse a las redes sociales. De esta forma las redes sociales crecieron en miembros e iniciaron la comunicación individual y masiva.

Otro detonante fue la aparición de dispositivos móviles de fácil adquisición con aplicaciones para acceder a las redes sociales. Para el cierre del 2012 se habla de estar llegando a los cien millones de celulares, que aunque no todos pueden conectarse a las redes sociales, gran parte de ellos si lo hacen.

En cambio del estilo de vida de los jóvenes de 15 a 24 años de edad, se da en las horas que dedica a cada actividad de su vida. Disminuyendo la cantidad de horas de televisión por el uso de la computadora o dispositivos móviles para estar en las redes sociales. Así mismo ahora tienen más socialización con

personas que conocen y con las que no conocen, pero disminuyendo la socialización cara a cara.

Se han formado grupos de personas distantes con propósitos e ideas afines, que se comunican e incluso actúan usando como medio de comunicación las redes sociales.

Mientras que Twitter también ha influido en el cambio del estilo de vida. Antes los jóvenes se enteraban de lo que sucedía en otras partes solo de a través de noticias, la única forma de conocer dónde está, que está haciendo o cómo se encuentra alguien era a través del teléfonos o estar con ella de forma física. Hoy Twitter permite conocer noticias en tiempo real y saber dónde está, que está haciendo o como se encuentra alguien si está al pendiente de Twitter. Hoy los jóvenes están más comunicados, socializan más y dedican más tiempo a las redes sociales.

Lo anterior tiene beneficios y desventajas que se han tratado a lo largo del documento, pero es la libre elección de los propios usuarios quienes determinan la forma de usar estas nuevas herramientas.

Conclusiones.

Las redes sociales son parte de las formas de comunicación actuales trayendo un cúmulo de beneficios de comunicación, educativos, comerciales, políticos y otros. Facebook y Twitter también se convierte en un medio de comunicación con beneficios similares.

Lo anterior ha traído como consecuencia un cambio en la forma de vida de los jóvenes de 15 a 24 años de edad. Dicho cambio ha traído beneficios como: colaboración para estudiar, para encontrar trabajo, para informar, para organizarse, etc. Y también algunas desventajas como: la socialización virtual, el tiempo dedicado a Facebook y Twitter e incluso los costos de renta de líneas para teléfono e internet.

Por eso podría avizorarse en el futuro individuos más solitarios, paradójicamente con muchos amigos y conversaciones de forma remota, pero sin tener contacto con familiares y amigos más que por los medios en cuestión.

Entonces Facebook y Twitter han heredado un nuevo estilo de vida que debería de aprovecharse de forma positiva y no negativa. La clave está entonces en acentuar el uso con las ventajas y no con las desventajas que ofrecen.

Es importante afirmar que Facebook y Twitter no son el objetivo sino los medios, y que los beneficios o desventajas no dependen de los mismos sino del adecuado uso de ellos. Es decir no son algo bueno o malo sino solo herramientas del mundo moderno.

Finalmente se puede afirmar que las aplicaciones en cuestión son parte de la vida misma y que vendrán otras nuevas para su sustitución o su complementación para modificar el estilo de vida de forma positiva y también negativa. La tarea entonces de la propia sociedad es tener la sabiduría para usar de forma provechosa dichas herramientas.

Referencias

CANTELMI, M. (09 de febrero de 2011). <http://www.clarin.com/mundo>. Recuperado el 11 de diciembre de 2012, de http://www.clarin.com/mundo/ejecutivo-Google-rebelion-popular-egipcia_0_424157651.html

CARBALLAR, J. A. (2011). *Twitter Marketing personal y profesional* (Primera ed.). Madrid, España: Alfaomega.

CHRISTAKIS, N. A., & FOWLER, J. H. (2010). *Conectados*. Madrid, España: Santillana.

Diario ABC, S.L. (23 de febrero de 2012). <http://www.abc.es>. Recuperado el 10 de diciembre de 2012, de <http://www.abc.es/20120223/medios-redes/abci-twitter-usuarios-record-201202231214.html>

Diario El Norte. (22 de marzo de 2010). <http://www.elnorte.com>. (C. Cepeda, Editor, & Grupo Reforma) Recuperado el 27 de octubre de 2012, de <http://www.elnorte.com/libre/online07/preacceso/articulos/default.aspx?plazaconsulta=elnorte&url=http://www.elnorte.com/local/articulo/550/1099718/&urlredirect=http://www.elnorte.com/local/articulo/550/1099718/default.asp?Param=4>

El Economista. (05 de octubre de 2012). <http://eleconomista.com.mx>. Recuperado el 27 de noviembre de 2012, de <http://eleconomista.com.mx/infografias/2012/10/05/facebook-1000-millones-usuarios>

El Economista. (21 de marzo de 2012). <http://eleconomista.com.mx/tecnociencia>. (E. Economista, Editor) Recuperado el 8 de Octubre de 2012, de <http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2012/03/21/twitter-alcanza-mexico-107-millones-usuarios#comment-385462>

El Universal. (07 de septiembre de 2012). <http://www.eluniversal.com.mx>. (E. Fernández, Editor) Recuperado el 27 de Noviembre de 2012, de <http://www.eluniversal.com.mx/notas/868989.html>

Facebook. (05 de Julio de 2012). *Yo Soy #132*. Recuperado el 09 de julio de 2012, de www.facebook.com

Facebook. (07 de Julio de 2012). *Yo Soy #132*. Recuperado el 09 de Julio de 2012, de www.facebook.com

KIRKPATRICK, D. (2010). *El efecto facebook* (Primera ed.). Barcelona, España: Centro Libros PAPF, S.L.U.

La Nacion. (22 de septiembre de 2012). <http://www.lanacion.com.ar/1510865-una-fiesta-de-cumpleanos-convocada-por-facebook-termino-con-heridos-y-detenidos>. (C. S. 2011, Editor) Recuperado el 17 de noviembre de 2012, de <http://www.lanacion.com.ar>

LIBEROS, E. (26 de octubre de 2011). <http://blog.iedge.eu/>. Recuperado el 08 de marzo de 2012, de <http://blog.iedge.eu/direccion-marketing/marketing-interactivo/social-media-marketing/eduardo-liberos-las-redes-sociales-en-mexico/>

Manpower Inc. (2009). <http://www.manpower.com.mx>. Recuperado el 14 de 08 de 2012, de http://www.manpower.com.mx/uploads/press_room/estudios_investigaciones/El_Impacto_de_Red_Sociales_de_Internet_en_el_Mundo_del_Trabajo_Mexico_V2.pdf

MARCHETTI, S. (2012). *ciudad viva*. Recuperado el 06 de noviembre de 2012, de <http://www.ciudadviva.gov.co/portal/node/113>

MARTÍNEZ, E., & FURCH, F. (2009). El impacto y los peligros de las redes sociales. *RED, La comunidad de expertos en TICs*, 10-14.

MUJICA, J. E. (08 de marzo de 2010). <http://www.forumlibertas.com/>. Recuperado el 20 de abril de 2012, de http://www.forumlibertas.com/frontend/forumlibertas/noticia.php?id_noticia=16428

PELZER, A. (20 de febrero de 2012). <http://wewillraakyou.com>. Recuperado el 10 de diciembre de 2012, de <http://wewillraakyou.com/2012/02/dynamic-chart-shows-twitthers-exact-growth/>

PRATO, L. B. (2010). *Aplicaciones Web 2.0 - Redes Sociales*. Córdoba: Eduvim.

Ricaurte Quijano , P. (20 de abril de 2010). <http://mediosfera.wordpress.com>. Recuperado el 04 de diciembre de 2012, de <http://mediosfera.wordpress.com/2010/04/20/el-fenomeno-twitter-2/>

Sexenio. (07 de Julio de 2012). *www.sexenio.com.mx*. Recuperado el 09 de Julio de 2012, de <http://www.sexenio.com.mx/articulo.php?id=16932>

Tendencias21. (18 de Mayo de 2009). <http://www.tendencias21.net>. (C. Franco, Productor) Recuperado el 06 de Noviembre de 2012, de http://www.tendencias21.net/Facebook-principal-exponente-del-marketing-viral_a3280.html

TODD, A. (07 de septiembre de 2012). *www.youtube.com*. Recuperado el 13 de diciembre de 2012, de <http://www.youtube.com/watch?v=vOHXGNx-E7E>