



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES

NARCISISMOS DE LA VIDA COTIDIANA: ANÁLISIS DE PROCESOS DE
CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDADES VIRTUALES EN FACEBOOK

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos
para optar por el título de Licenciada en Periodismo

Profesor Guía
MSc. María Laspina

Autora
Cinthia Nicole Valencia Sánchez

Año
2015

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

María Laspina
Magíster en Ciencias Sociales con Mención en Comunicación
C.I. 170748944-7

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

.....
Cinthia Nicole Valencia Sánchez
C.I: 1714996434

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres Sandra Sánchez y Eduardo Valencia por todo el apoyo incondicional, por su esfuerzo y sabiduría.

A mi querida tutora María Laspina que aparte de ser una excelente docente ha llegado a convertirse en una buena amiga. Gratitud a mi querida hermana quien me ha guiado durante todos estos años.

Agradezco a mis amigas de carrera que han sido un apoyo a diario, y a mis amigos de toda la vida que vieron y formaron parte de este proyecto.

Finalmente agradezco a Dios por ponerme otra meta en mi vida y saberlo terminar con cansancio, pero con logros.

DEDICATORIA

Agradezco a Dios, a mis padres Sandra Sánchez, Eduardo Valencia y a mi hermana quienes han sido los pilares fundamentales de mi vida. Quiero compartir esta alegría con ustedes.

RESUMEN

Este trabajo de investigación periodística pretende analizar de qué manera el individuo se presenta y muestra su actividad ante otros dentro de la plataforma virtual Facebook. Este proyecto parte de un seguimiento diario durante seis meses para verificar y estudiar los elementos que prueban la representación de la identidad de una persona en la red por medio de una etnografía virtual.

Los principales ejes que sustentan esta investigación es el cambio en las relaciones interpersonales, el desarrollo de los aparatos móviles; que sustituyen el contacto presencial. Los elementos dentro de la red como emoticones, fotografías, videos, enlaces, noticias, grupos que reemplazan el lenguaje verbal.

Es importante también señalar el lenguaje dinámico usado por los usuarios, quienes deciden qué datos mostrar, compartir con el resto de la comunidad virtual, por esta razón dentro de la plataforma se genera una dicotomía entre lo que verdaderamente es un individuo, y lo que desea ser ante el resto de la comunidad, contexto que se reafirma en los contenidos publicados.

La investigación se realizará en base a la teoría del Interaccionismo Simbólico en presentación del 'self' (sí mismo) de Erving Goffman. Esta propuesta parte como enfoque relativamente definido al estudio de la vida de los grupos humanos y del comportamiento del hombre, en que los seres humanos interactúan con símbolos para construir significados. Mediante esta teoría, esta investigación será abordada desde los términos que plantea el autor en términos metafóricos que serán explicados a largo del desarrollo de la teoría.

Finalmente este proyecto permite profundizar minuciosamente cada elemento que se maneja dentro de la red social Facebook. Estudiar y comprender el espacio que frecuentan los individuos, que llegarían a ser los perfiles que habitan en este lugar.

ABSTRACT

This research aims to analyze reporter how the individual presents and shows its activity to others within the virtual platform Facebook. This project is monitored daily for six months to check and study the elements that prove the representation of a person's identity on the network through a virtual ethnography.

The main thrusts behind this research is the change in interpersonal relations, development of mobile devices; replacing face contact. The elements within the network as emoticons, photographs, videos, links, news groups that replace verbal language.

It is also important to note the dynamic language used by users who decide what data to display, share with the rest of the virtual community, therefore within the platform is a dichotomy between what is truly an individual is generated, and what you want be to the rest of the community context reaffirms the contents published.

Throughout the thesis it will be discussed in the theory of Symbolic Interaction in presentation of the self (self) Erving Goffman. This proposal is relatively defined as an approach to the study of the life of human groups and human behavior, in which human beings interact with symbols to construct meaning. By this theory, this research will be addressed from the terms posed by the author in metaphorical terms will be explained throughout the development of the theory.

Finally this project allows further detail each item to be handled within the social network Facebook. Study and understand the individuals who frequent the space that these would become the profiles that inhabit this place.

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| 1. MARCO TEÓRICO | 9 |
| 1.1. Identidad virtual | 9 |
| 1.2. Interaccionismo simbólico | 12 |
| 1.3. Principios básicos del Interaccionismo Simbólico | 14 |
| 1.4. Elementos de la interacción simbólica | 15 |
| 1.5. Ciencia, Tecnología y Sociedad | 20 |
| 1.6. La Web 2.O..... | 21 |
| 1.7. Cibercultura | 23 |
| 1.8. Mundos virtuales | 25 |
| 1.9. Lo en línea y lo fuera de línea..... | 26 |
| 1.10. Comunidades virtuales | 28 |
| 1.11. Facebook | 29 |
| 2. FACEBOOK COMO PLATAFORMA DE INTERACCIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDADES.... | 32 |
| 2.1. Origen de Facebook..... | 32 |
| 2.2. Facebook desde varios autores..... | 35 |
| 2.3. Facebook en Ecuador..... | 36 |
| 2.4. Representaciones que se generan en Facebook..... | 38 |
| 2.5. Cómo se construyen las personas en Facebook..... | 41 |
| 2.6. Qué interacciones se generan en la plataforma | 45 |
| 3.CONSTRUCCIÓN Y REPRESENTACIÓN DE IDENTIDADES VIRTUALES | 49 |
| 3.1 Diseño Metodológico..... | 50 |
| 3. 2 Perfiles dentro de Facebook..... | 50 |

| | |
|---|------------|
| 3.3 Perfiles en línea y no en línea | 52 |
| 3.4 Un “estatus” en la plataforma virtual | 53 |
| 3.5 Ver la vida del otro: Público y privado | 54 |
| 4. PRODUCTOS PERIODÍSTICOS..... | 88 |
| 4.1. Revista..... | 88 |
| 4.2. Radioteatro - Tu vida está en línea..... | 89 |
| 4.3. Reportaje..... | 90 |
| 4.4. Página web..... | 90 |
| 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 91 |
| 5.1. Conclusiones..... | 91 |
| 5.2. Recomendaciones | 93 |
| REFERENCIAS | 96 |
| ANEXOS | 103 |

INTRODUCCIÓN

Hoy en día las personas habitan más los espacios virtuales. El uso de las nuevas tecnologías de la información en las redes está generando cambios culturales dentro de las sociedades. Es por eso que es importante estudiar en este caso como se da este fenómeno en las personas, qué sentidos se generan, qué nuevas prácticas simbólicas se dan y cuáles son las identificaciones, como es el caso del narcisismo de la gente que tienden a aparentar en un espacio virtual como es el Facebook. El estudio de los sentidos y las prácticas permitirá comprender otras dinámicas otras formas de ser y estar en la sociedad. Comprender la diversidad social y sus interacciones. A partir de este acercamiento, se pretende describir la interrelación que se construye en las juventudes y los sentidos que se forman en la plataforma virtual, la necesidad de reconocimiento, y de performar una imagen perfecta, como elementos narcisistas.

Para entender un poco más sobre la red social Facebook, que tan solo tiene diez años de trayectoria, desde el 2004, se debe saber el porqué de su gran éxito. Su ranking se debe a que este es un espacio creado para la interacción social entre amigos, conocidos y empresas. Esta red además cuenta con otro tipo de mercado, que son publicistas, artistas, empresarios que han logrado promocionar sus marcas para conocer la opinión de los demás y mejorar su producto. A su vez, cuenta con diferentes herramientas que permite al usuario participar constantemente en la plataforma como por ejemplo poner 'Me gusta', señalar la ubicación actual, subir fotos, cargar música de preferencia, compartir información, entre otras cosas más. Actualmente la red social Facebook, hasta el 2014, cuenta con más de 1.28 billones de usuarios creados en todo el mundo (Go&Web, 2014). Esta red llegó a alcanzar el primer puesto de las redes sociales después de Youtube, Google Plus y Twitter (Go&Web, 2014). Si bien la red que está activa hace pocos años, ha llegado a tener su mayor cantidad de usuarios en Estados Unidos, India, Brasil, Alemania y Reino Unido (Alexa, 2014).

El Ecuador, como otros países, también llegó a tener un fuerte impacto con esta red. El en top 10 de las páginas más visitadas en el país, el primero se encuentra, "Facebook for every phone" (Facebook para todo celular), con una suma de 5 031 672 usuarios, y en el tercer puesto se encuentra la misma red pero con el uso de cualquier portátil o tablet, con un total de 1 548 433 usuarios Facebook (SocialBakers, 2014). De aquí parte el interés de estudiar este caso. Según las últimas estadísticas del 2013 por el Instituto de Estadísticas y Censos (INEC), el Ecuador reporta que el 40,4 % de la población ha utilizado Internet en los últimos 12 meses. De acuerdo al INEC en menos de 10 años se ha pasado del 3% al 40% de acceso a internet y el 50% de acuerdo al Ministerio de Telecomunicaciones y la Superintendencia de Telecomunicaciones del Ecuador. Con estos datos parto la investigación, con el crecimiento de la tecnología en el país, acceso a la información, con el enfoque en la red Facebook.

Este proyecto, de igual manera aporta de una manera importante al Plan Nacional del Buen Vivir. En el objetivo 11 se habla que la información y el conocimiento tienen un nuevo rol primordial en la construcción de una nueva sociedad. Por lo que el gobierno ha generado un nuevo impulso en los medios digitales. Es decir la tecnología y el cambio de matriz productiva hacen que las personas tengan más accesibilidad a una conexión más rápida, educativa, y participativa en la sociedad. Todo esto direccionado hacia una estructura productiva al conocimiento e innovación que ayuda al crecimiento y evolución del país, como el aprendizaje de nuevas herramientas tecnológicas. (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013- 2017).

La comunicación como motor de la producción de la vida social, es un factor importante que se debe analizar, porque las investigaciones que se registran hasta el momento, solo lo han abordado principalmente desde la psicología, o desde otras áreas como es la sociología y educación. Es por eso el interés de estudiar este caso que todavía no se profundizó y estudiado desde los ámbitos planteados, cómo también conocer el comportamiento de las personas que forman parte de esta plataforma. Así como la evolución de estos

conceptos a lo largo del tiempo, que se describe la esencia comunicativa, constructiva y funcional de la red social digital Facebook.

ANTECEDENTES

En febrero del 2004, un estudiante de la Universidad de Harvard, Mark Zuckerberg creó un sitio web denominado 'The Facebook', como un servicio de conexión exclusivo para los estudiantes de su Universidad. Su creación hizo que después esta red se divulgara entre más Universidades Norteamericanas en el que los estudiantes formaran parte de esta red, llegando alcanzar luego de poco tiempo dos millones de usuarios. Para el año 2005, se abrevió su denominación a "Facebook". En el año 2006, el fundador dio ya la apertura para que no solo sea una red estudiantil, sino también una red que se pueda interactuar con otras aplicaciones. Hoy en día esta red es la más famosa del mundo, y se encuentra disponible para cualquier usuario que tenga una cuenta de correo electrónica. (Torres, 2008, p 682)

Esta red satisfizo la necesidad de conectar gente por medio del uso de perfiles, lo que la hizo exitoso y popular a pesar de no haber sido la primera en crearse. Entre sus antecesoras estuvieron el antiguo sistema de tablón de anuncios The Well –creado por Stuart Brand en 1985– y la comunidad The Globe –iniciada en 1994 por Stephan Paternot y Todd Krizelman–. (Piscitelli, 2010, p. IX)

En la actualidad, Facebook está catalogada como la red social de ocio más famosa del mundo ya que facilita hacer nuevas amistades, ayuda a encontrar contactos del pasado, crea relación a través de la interacción del usuario con su red mediante: opiniones, videos, noticias, el intercambio de fotos, juegos, uso de aplicaciones y otros recursos que sean de interés común entre los registrados en la plataforma. (Social Networking Watch, 2011)

Con el paso del tiempo esta red se convirtió en una de las más populares del mundo y está en el segundo puesto del rango mundial. De acuerdo al ranking y número de visitas sacadas de Alexa, página web que provee información

acerca de la cantidad de visitas de un sitio web en el mundo. Facebook tiene más visitas de mujeres que de hombres, y países como los Estados Unidos, India y Brasil, son los que más frecuentan esta plataforma. (Alexa Internet, 2014)

Entre las investigaciones y su desarrollo, uno de los problemas en la actualidad que presenta Facebook es la privacidad y las denuncias que se hacen a diario por medio de sus usuarios, así lo explica Lucrecio Rebollo, autor del libro “El Derecho Fundamental a la Intimidad” Madrid (2005), la intimidad es algo innato en cada persona y, desde una perspectiva filosófica, dos elementos clave la componen: la libertad y la voluntad. Según Rebollo, la intimidad tiene un fuerte condicionante personal, individualizador, frente a un conjunto social. Lo que significa en esencia que el humano sustrae ideas, sentimientos, pensamientos que surgen a partir de una relación de comunidad humana. (Rebollo, 2005, p 37-41)

Gabriela Sued, una de las participantes en el Proyecto Facebook, menciona al creador de la plataforma como el que define las reglas del juego: “La arquitectura permite o prohíbe. También consolida, establece, los límites entre lo público y lo privado, entre lo prohibido y lo permitido. La arquitectura de una red social implica limitaciones impuestas «desde arriba» de ese «jefe» que «construye» los parámetros mediante los cuales los habitantes podrán circular y convivir en ese espacio.” (Piscitelli, 2010, p. 60)

En la red, para poder mostrar los términos de uso de la plataforma, en cuanto a la privacidad, se debe señalar la declaración de principios de Facebook como su fundamento. En esta declaración se dice que, para lograr un mundo más abierto y transparente, Facebook promueve la sinceridad y la transparencia, ofreciendo a los usuarios mayor poder para comunicarse y compartir. (Facebook, 2014)

La comunicación como eje principal de la vida social, es un factor importante que se debe analizar, porque las investigaciones que se registran hasta el

momento, solo lo han abordado principalmente desde la psicología, o desde otras áreas como es la sociología y educación desde el 2007 y su crecimiento a diario. Es por eso que es importante estudiar este caso que todavía no se profundizado, y también conocer el comportamiento de los usuarios que forman parte de esta plataforma.

OBJETIVOS

- 1. Tema del trabajo de titulación:** Narcisismos de la vida cotidiana: análisis de procesos de construcción de identidades virtuales en Facebook
- 2. Título:** Narcisismos de la vida cotidiana: análisis de procesos de construcción de identidades virtuales en Facebook
- 3. Pregunta de investigación:** ¿Cómo se construyen las “identidades virtuales” en la red social Facebook y qué tipo de interacciones se generan en torno a ellas?
- 4. Objetivo general:** Analizar la construcción de identidades virtuales en la red social Facebook y las interacciones que se generan a partir de ellas.
- 5. Objetivos específicos:**
 - 1:** Identificar la estructura y componentes de Facebook como plataforma virtual
 - 2:** Analizar la construcción y representación de identidades virtuales
 - 3:** Comprender las dinámicas de interacción y problemáticas que se generan en Facebook.

JUSTIFICACIÓN

Hoy en día las personas habitan más los espacios virtuales. El uso de las nuevas tecnologías de la información en las redes está generando cambios culturales dentro de las sociedades. Es por eso que es importante estudiar en este caso como se da este fenómeno en las personas, qué sentidos se generan, qué nuevas prácticas simbólicas se dan y cuáles son las identificaciones, como es el caso del narcisismo de la gente que tienden a aparentar en un espacio virtual como es el Facebook. El estudio de los sentidos y las prácticas permitirá comprender otras dinámicas otras formas de ser y estar en la sociedad. Comprender la diversidad social y sus interacciones. A partir de este acercamiento, se pretende describir la interrelación que se construye en las juventudes y los sentidos que se forman en la plataforma virtual, la necesidad de reconocimiento, y de performar una imagen perfecta, como elementos narcisistas.

Para entender un poco más sobre la red social Facebook, que tan solo tiene diez años de trayectoria, desde el 2004, se debe saber el porqué de su gran éxito. Su ranking se debe a que este es un espacio creado para la interacción social entre amigos, conocidos y empresas. Esta red además cuenta con otro tipo de mercado, que son publicistas, artistas, empresarios que han logrado promocionar sus marcas para conocer la opinión de los demás y mejorar su producto. A su vez, cuenta con diferentes herramientas que permite al usuario participar constantemente en la plataforma como por ejemplo poner 'Me gusta', señalar la ubicación actual, subir fotos, cargar música de preferencia, compartir información, entre otras cosas más. Actualmente la red social Facebook, hasta el 2014, cuenta con más de 1.28 billones de usuarios creados en todo el mundo (Go&Web, 2014). Esta red llegó a alcanzar el primer puesto de las redes sociales después de Youtube, Google Plus y Twitter (Go&Web, 2014). Si bien la red que está activa hace pocos años, ha llegado a tener su mayor cantidad de usuarios en Estados Unidos, India, Brasil, Alemania y Reino Unido (Alexa, 2014).

El Ecuador, como otros países, también llegó a tener un fuerte impacto con esta red. El en top 10 de las páginas más visitadas en el país, el primero se encuentra, "Facebook for every phone" (Facebook para todo celular), con una suma de 5 031 672 usuarios, y en el tercer puesto se encuentra la misma red pero con el uso de cualquier portátil o tablet, con un total de 1 548 433 usuarios Facebook (SocialBakers, 2014). De aquí parte el interés de estudiar este caso. Según las últimas estadísticas del 2013 por el Instituto de Estadísticas y Censos (INEC), el Ecuador reporta que el 40,4 % de la población ha utilizado Internet en los últimos 12 meses. De acuerdo al INEC en menos de 10 años se ha pasado del 3% al 40% de acceso a internet y el 50% de acuerdo al Ministerio de Telecomunicaciones y la Superintendencia de Telecomunicaciones del Ecuador. Con estos datos parto la investigación, con el crecimiento de la tecnología en el país, acceso a la información, con el enfoque en la red Facebook.

Este proyecto, de igual manera aporta de una manera importante al Plan Nacional del Buen Vivir. En el objetivo 11 se habla que la información y el conocimiento tienen un nuevo rol primordial en la construcción de una nueva sociedad. Por lo que el gobierno ha generado un nuevo impulso en los medios digitales. Es decir la tecnología y el cambio de matriz productiva hace que las personas tengan más accesibilidad a una conexión más rápida, educativa, y participativa en la sociedad. Todo esto direccionado hacia una estructura productiva al conocimiento e innovación que ayuda al crecimiento y evolución del país, como el aprendizaje de nuevas herramientas tecnológicas . (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013- 2017).

La comunicación como motor de la producción de la vida social, es un factor importante que se debe analizar, porque las investigaciones que se registran hasta el momento, solo lo han abordado principalmente desde la psicología, o desde otras áreas como es la sociología y educación. Es por eso el interés de estudiar este caso que todavía no se profundizó y estudiado desde los ámbitos planteados, cómo también conocer el comportamiento de las

personas que forman parte de esta plataforma. Así como la evolución de estos conceptos a lo largo del tiempo, que se describe la esencia comunicativa, constructiva y funcional de la red social digital Facebook.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Identidad virtual

Desde su aparecimiento las tecnologías de información y comunicación (Tics) han incidido en la transformación de los procesos comunicacionales desarrollados por las personas, ya que actualmente, gracias al uso de dispositivos móviles inalámbricos y al acceso a la red de internet, es posible enviar mensajes de una forma mucho más rápida, acortando distancias que antes resultaban difíciles de franquear, provocando una reconfiguración de las relaciones sociales humanas, ya que gracias a la tecnología, ahora se puede mantener un contacto frecuente con amigos y familiares, sin importar la hora, ni el lugar donde se encuentren.

Además como lo señalan Tully y Alfara (2012), gracias al uso de dispositivos tecnológicos, las relaciones grupales de pertenencia territorial que las personas establecen en torno a su barrio o comunidad, empiezan a transformarse por aquellas desarrolladas a través de la red, dando lugar a comunidades virtuales que reúnen a individuos de todo el mundo que comparten distintos tipos de intereses asociados a su personalidad y cultura.

En este contexto es importante referir que las nuevas herramientas de interacción que han surgido gracias a la actual revolución tecnológica ha dado lugar a las denominadas redes sociales virtuales, a través de las cuales se reconfiguran elementos fundamentales en la constitución del individuo, como la misma identidad, término que desde la perspectiva de Marcús (2011), citando a Taylor (1993), Hall y Bauman (2003), y Goffman (2001) se establece como el “resultado de interacciones negociadas en las cuales se pone en juego el reconocimiento de una persona por parte del resto de una colectividad.” (p. 108)

En ese sentido, la identidad se concibe a través de la interacción social que se genera de manera permanente entre los individuos, mientras que la reconfiguración mencionada depende de los intercambios sociales que se van generando en la realidad social, razón por la cual al hablar de identidad es necesario entender los tres elementos que la integran: “el reconocimiento de sí mismo, el reconocimiento hacia otros y el reconocimiento de otros hacia nosotros.” (Marcús, 2011, pág. 108)

Es fundamental señalar que debido a que la identidad de una persona se construye a partir de las interacciones que desarrolla con otros individuos y su entorno, en el campo de lo virtual, los mecanismos de interacción se transforman así como el espacio en el cual se establecen aquellas relaciones que surgen a partir de distintos tipos de intereses y necesidades.

Por su parte Goffman (2001) haciendo uso del teatro explica a través de una metáfora el proceso de construcción de la identidad, ya que manifiesta que la vida cotidiana puede analizarse como una puesta en escena, puesto que es allí donde las personas interactúan y regulan “los aspectos de la personalidad que presentan hacia los demás y aquellos que se ocultan o se intentan ocultar.” (p. 26 – 27)

La identidad se remite a un proceso de continua construcción social que depende de las relaciones que se generan en una colectividad, por ello Goffman (2001) da por sentado “que cuando el individuo se presenta ante otros, tendrá muchos motivos para tratar de controlar la impresión que ellos reciban de la situación” (p. 27) generando todo un conjunto de significantes, símbolos y representaciones, que les permiten sentirse parte de una misma colectividad, incluyendo a su relación e interacción con la misma tecnología.

Por lo referido, la identidad se establece a través de un proceso mediante el cual una persona se construye a sí misma, gracias a la relación que establece con otros individuos, así como por la manifestación de sus propias características que le permiten ser aceptado por un colectivo en particular, por

ello este concepto resulta pertinente en esta investigación debido al interés de comprender de qué manera se establecen los procesos de construcción de identidad en la virtualidad.

Así que una vez explicado el concepto de identidad es necesario remitirse a la construcción de la identidad virtual que se comprende como:

Un nuevo formato de relación social en el que los diferentes colectivos acuden a ella para satisfacer unas expectativas o necesidades, para aportar su colaboración y para sentirse parte de un colectivo. A diferencia de la identidad tradicional, la virtual se caracteriza por el anonimato y la carencia del contacto humano, (...) dando lugar a una sociedad mediática producida por un cambio en las normas sociales, por la capacidad de transmitir ideología o inducir comportamiento; en definitiva, por la generalización de una cultura de masas extensible a todas las clases sociales y colectivos, convirtiendo a internet en una comunidad virtual como medio para unificar las comunicaciones. (Moreno & Suárez, 2010, pág. 1)

Lo referido por los autores permite entender que la identidad virtual también se construye a partir de una serie de interacciones sociales que se generan en espacios virtuales como las redes sociales (Facebook, Twitter, entre otras), ya que como lo señala Muros (2011) en este tipo de identidad “confluyen tanto fenómenos de identidad colectiva (que me asemejan o alejan del grupo) como individual o personal (identificándonos con diferentes identidades).” (p. 53)

Por su parte, Muros (2011) manifiesta que la identidad virtual está sujeta a un cambio de paradigma en relación al tiempo y el espacio, ya que gracias a la tecnología, las personas pueden comunicarse de manera instantánea y superando grandes distancias, además de conectarse y desconectarse de las comunidades virtuales según sus intereses y necesidades.

Por esta razón, no se puede hablar de identidad virtual sin entender su adscripción al ciberespacio, que desde la perspectiva de Levy (1997) citado por

Martínez, Ceceñas y Ontiveros (2014) se constituye como “el universo de redes digitales y un mundo de interacción y aventura, [es] el espacio de conflictos globales y una nueva frontera económica y cultural.” (p. 46)

Además Caracena (2007) manifiesta que la identidad virtual posee un conjunto de rasgos asociados con “elementos del ciberespacio, tanto desde un punto de vista físico individual (una dirección personal de correo electrónico, un blog) como desde un punto de vista de identidad colectiva, relacionada con la intersubjetividad (conocimiento compartido y reconocido por los miembros de una comunidad virtual)” (pág. 4) los cuales indudablemente afectan al tipo de relaciones sociales que se establecen entre las personas que interactúan en el espacio virtual.

En cambio, Coll y Monereo (2008) manifiestan que a diferencia de la identidad de una persona que se genera a través de elementos como la ropa, el cuerpo y los gestos, la identidad virtual “es mucho menos predecible y requiere una continua actualización, pues obedece a producciones conjuntas contextuales y situadas, ligadas al aquí y ahora” (pág. 125), es decir, este elemento se fortalece a partir de las interacciones que los usuarios desarrollan en la red, ya sea a través de publicaciones, estados u otro tipo de intervenciones, que le generan un mayor o menor estatus que el resto de visitantes de la red.

En lo que respecta a la gestión de la identidad virtual, Giones y Serrat (2010) refieren que esta se configura “de forma activa, aportando textos, imágenes y vídeos a Internet, participando del mundo web (...) además que está ineludiblemente ligada al desarrollo de habilidades tecnológicas, informacionales y una actitud activa en la red, participativa, abierta y colaborativa.” (p. 1)

1.2. Interaccionismo simbólico

Otro de los aspectos que también han sido modificados por el uso de las Tics corresponde a las interacciones simbólicas que a través de la red establecen

las personas entre sí, debido al cambio que se genera en su forma de comunicarse y en las herramientas que utilizan para enviar mensajes.

Al respecto de ello, Blumer (1969) manifiesta que la teoría del interaccionismo simbólico permite explicar los factores que inciden en las conductas de las personas, para lo cual se analizan los símbolos y significados intersubjetivos que generan los diferentes actores que participan en un contexto social. De esta manera, a través de las interacciones humanas es posible comprender los significados que las personas comparten con otros individuos a través de sus distintas relaciones y cómo estas inciden en la realidad.

Precisamente uno de los elementos claves en las interacciones humanas corresponde a la categoría del “self” o sí mismo, a través de la cual “el individuo es capaz de auto percibirse, tener una concepción de sí mismo y actuar reflexivamente hacia sí mismo.” (Mead, 1986, pág. 1) Es importante señalar que a través de este término se pueden comprender las relaciones que se generan entre las personas y el contexto que los rodea, así como los significados y símbolos que los identifican, ya que en el caso de las redes y comunidades virtuales, muchas personas suelen exagerar sus atributos, generando una distorsión de su identidad, con el objetivo de ser aceptados por el resto de usuarios que se encuentran en la red.

La percepción que las personas tienen de sí mismas influye sobre las interacciones sociales que desarrollan con otras, ya que como lo señala Goffman (2001), toda interacción social se constituye como una actuación en donde el individuo representa un papel frente a una audiencia o público, mostrando lo mejor de sí mismo para agradar y ser aceptado por los demás, generando una especie de información artificial, que en muchos de los casos supone una descontextualización de la realidad, ya que a través de las denominadas redes sociales es común que las personas distorsionen su apariencia para ser aceptado por el resto de la comunidad virtual.

1.3. Principios básicos del Interaccionismo Simbólico

Es importante mencionar que las interacciones que se desarrollan entre las personas se encuentran actualmente mediadas por distintos dispositivos tecnológicos, lo cual ha provocado que su forma de relacionarse se transforme sobre todo en relación a la ruptura de barreras temporales y espaciales, ya que ahora es posible transmitir información de manera inmediata y a cualquier hora. Por esta razón, Tijoux (2013) señala que entre algunos de los principios básicos que permiten entender las interacciones humanas que establecen las personas se deben señalar los siguientes:

1. A diferencia de los animales inferiores, los seres humanos están dotados de capacidad de pensamiento.
2. La capacidad de pensamiento está modelada por la interacción social.
3. En la interacción social las personas aprenden los significados y los símbolos que les permiten ejercer su capacidad de pensamiento distintivamente humana.
4. Los significados y los símbolos permiten a las personas actuar e interactuar de una manera distintivamente humana.
5. Las personas son capaces de modificar o alterar los significados y los símbolos que usan en la acción y la interacción sobre la base de su interpretación de la situación.
6. Las personas son capaces de introducir estas modificaciones y alteraciones, debido en parte, a su capacidad para interactuar consigo mismas, lo que les permite examinar los posibles cursos de acción, y valorar sus ventajas y desventajas relativas para luego elegir uno.
7. Las pautas entrelazadas de acción e interacción constituyen los grupos y las sociedades. (p. 26 – 27)

En ese sentido es necesario indicar que las redes sociales generan una forma particular de interacción simbólica, a través de la conformación de identidades

virtuales, que en criterio de Moreno y Suárez (2010) se comprenden como una nueva forma de relación social caracterizada por la virtualidad, donde las personas tratan consciente o inconscientemente de manipular la impresión que los demás reciben de ellas.

Además como lo manifiesta Goffman (2001), en toda interacción social existen elementos que condicionan las relaciones que establecen las personas como el mismo “medio en el que se mueven los actuantes, así como la «máscara» que llevan puesta, asociada al «rol» que desempeñan, elementos a través de los cuales los actuantes tratan de controlar las impresiones de su público.” (p. 80)

Estos dos elementos indudablemente también se encuentran presentes en las interacciones virtuales generadas a partir de herramientas como las redes sociales, donde las personas construyen una especie de máscara que los identifica, y la cual se muestra ante los demás, a través de elementos gráficos como fotografías y las publicaciones que los usuarios realizan constantemente, ya que una de las principales características de estos sitios es la velocidad con que la información se publica diariamente.

Cabe señalar que tal como lo señala Johnson (2010), la información que se publica en las redes sociales, no necesariamente refleja la realidad de las personas, ya que muchos de los estados determinan lo que las personas quisieran ser, y no lo que realmente son, razón por la cual las situaciones de interacción de copresencia que los individuos ejercen unos a otros, se constituyen como una influencia recíproca de sus acciones.

1.4. Elementos de la interacción simbólica

Es importante señalar que debido a que el 73% de los usuarios de internet utiliza redes sociales en la actualidad Reason Why (2014), resulta fundamental analizar los elementos que surgen en estas nuevas formas de interacción simbólica, los cuales desde la perspectiva de Goffman (2001) se clasifican de la siguiente manera:

a) Confianza en el papel que desempeña el individuo

De acuerdo a lo manifestado por Goffman (2001), cuando un individuo ejecuta un papel en su vida diaria espera que el resto de personas logre creer en cada una de las acciones que realiza, de tal forma que las cosas que aparenta sean lo que realmente ocurren en la realidad.

Este elemento indudablemente está presente en las interacciones que se desarrollan virtualmente en las redes sociales, ya que cuando una persona crea un perfil establece un conjunto de información que los demás usuarios asumen como real, sin embargo estos datos no siempre corresponden con la realidad de la personas, ya que muchas veces las fotografías o los estados publicados no se corresponden con la realidad de los usuarios.

b) Fachada

Debido a que Goffman (2001) manifiesta que la interacción simbólica se comprende como una especie de actuación, el término fachada hace referencia a “la dotación expresiva de tipo corriente empleada intencional o inconscientemente por el individuo durante su actuación.” (p. 14)

Desde la perspectiva de este autor, la fachada se adscribe al medio donde se presentan distintos elementos que establecen el escenario en el cual se desarrollen las acciones humanas. Cabe señalar que también se puede hablar de una fachada personal donde se establecen todo un conjunto de elementos que identifican al actuante tales como “las insignias del cargo o rango, el vestido, el sexo, la edad y las características raciales, el tamaño y aspecto, el porte, las pautas de lenguaje, las expresiones faciales, los gestos corporales y otras características semejantes.” Goffman (2001, pág. 15).

En el caso de las interacciones virtuales desarrolladas por las personas se puede señalar que las fachadas se construyen en base a los elementos que los usuarios establecen en sus perfiles como la fotografía que los representa,

datos relacionados con sus estudios académicos, sus intereses musicales, incluso sus estados, a través de los cuales el resto de usuarios establece una visión acerca de la persona que genera dicha información.

Además como lo señala, Wallace (2001), internet “permite a los usuarios moldear la realidad a través de juegos de rol, mentiras y exageración, experimentando con su identidad. Este engaño no es fácil detectar cara a cara, porque no hay pistas visuales o auditivas, y no existe autoridad que filtre la verdad.” (p. 2)

c) Realización dramática

En relación a este elemento, Goffman (2001) manifiesta que cuando un individuo se encuentra frente a otras personas, a través de sus acciones reafirma sus decisiones, para lo cual “el individuo dota a su actividad de signos que destacan y pintan hechos confirmativos que de otro modo podrían permanecer inadvertidos y oscuros.” (p. 19)

Este aspecto en las interacciones virtuales se evidencia a través de elementos visuales como emoticones, imágenes y videos que las personas publican para reafirmar sus estados o la información publicada. Por ejemplo es común que cuando una persona se encuentra triste, incluya en su estado emoticones que reafirman su ánimo, así como canciones tristes, a través de las cuales expresa al resto de la comunidad como se siente en un determinado momento. Wallace (2001)

d) Idealización

Al respecto de este elemento de la interacción simbólica, Goffman (2001, pág. 21) manifiesta que cuando una persona se presenta ante otras de su comunidad, generalmente su interacción social tiende a incluir y reproducir los valores que son aceptados oficialmente por la sociedad, a fin de que sus conductas sean aceptadas de manera general, situación que en la mayoría de

ocasiones genera toda una serie de conflictos entre la forma de pensar de la persona y lo que socialmente es adaptado como adecuado.

Este elemento también se evidencia en las interacciones generadas en la red, ya que las personas tienden a reproducir cierto tipo de valores y conductas compartidas por la comunidad virtual, que generan una especie de status que permite que una persona tenga una mayor presencia ante el resto de usuarios Serrano (2013), además que es común que un determinado momento surjan tendencias que direccionan las actitudes y comportamientos de los usuarios.

e) El mantenimiento del control expresivo

En relación a este punto, Goffman (2001) expresa que cuando un individuo interactúa con el resto de la sociedad, confía en que la mayoría de sus acciones serán entendidas por la mayoría de personas, pese a sus diferencias de pensamiento; sin embargo es importante señalar que este aspecto se ve influenciado por algunos gestos que comunican impresiones, que en ocasiones resultan contradictorias con el mensaje que se está transmitiendo.

En el caso de las interacciones virtuales se puede referir que bajo el criterio de Goffman (2001), los usuarios también generan dificultades en la comunicación desarrollada con otras personas, ya que debido a la inmediatez con que se transmite la información, en muchas ocasiones se producen malos entendidos a causa de los “textismos” utilizados, además que el doble sentido también puede ser mal interpretado, ya que al no existir refuerzos no verbales como los establecidos en la comunicación oral, se generan malas interpretaciones respecto al mensaje transmitido.

f) Tergiversación

En referencia a este aspecto, Goffman (2001) señala que si bien en una interacción social, las personas aceptan el mensaje transmitido por un actuante, tomando sus acciones como verdad, también corren el riesgo de ser

engañados a través de conclusiones erróneas, ya que existen “pocos signos que no puedan ser empleados para atestiguar la presencia de algo que no está realmente allí, ya que muchos actantes tienen una gran capacidad y motivo para tergiversar los hechos.” (p. 33)

Es por esta razón que en la interacción virtual, tal como lo señala Goffman (2001) un elemento que siempre está en cuestionamiento es la veracidad de la información que es transmitida por las personas a través de las distintas actuaciones que generan, sin embargo la falsedad de la información presentada, así como las acciones desarrolladas de manera consciente por las personas dependerán del contexto en el cual se desarrolla dicha interacción.

g) Mistificación

En torno a este punto, Goffman (2001) plantea que las personas cuentan con la capacidad de dosificar la información que generan en cada una de las actuaciones que desarrollan en relación con otros individuos, estableciendo un estado de mistificación en relación con el actante, que permite establecer un cierto nivel de control en la interacción social que desarrollan hacia este grupo, a fin de lograr el cumplimiento de sus objetivos personales que pueden ir mucho más allá de la simple comunicación.

Este elemento sin duda es el que más prevalece en las interacciones virtuales, ya que al no existir un contacto directo entre las personas, el nivel de información que se transmite es limitado por cada uno de los usuarios, contribuyendo a generar una especie de mitificación en cuanto a una publicación o un perfil en particular.

Por ejemplo si una persona muestra en su perfil varias imágenes y publicaciones en contra del maltrato animal, el resto de la comunidad la asociará a un activista social que defiende y promueve el derecho a la vida de estos animales, estableciéndose una especie de idolatría hacia “su aparente forma de ser”; sin embargo esta información puede tratarse de una simple

fachada construida, ya que en la realidad las cosas pueden ser totalmente distintas a lo expresado virtualmente.

1.5. Ciencia, Tecnología y Sociedad

Bruno Latour (1991), sociólogo de la Ciencia, Tecnología y Sociedad señala que la ciencia y la tecnología están entrelazando a las comunidades y sujetos, ya que gracias a las nuevas formas de comunicación es posible mantener cerca de una persona toda la información que necesita, aunque esté muy lejos, para de esa manera generar nuevo conocimiento.

Además Latour (1991) señala que las nuevas sociedades se caracterizan porque las personas transforman y transportan sus intereses, para lo cual manejan la información que poseen, estableciendo una distinción entre lo real y lo que desean mostrar a los demás, es decir, una de las formas a través de las cuales se puede comprender la interacción social que se generan entre las personas es gracias a las publicaciones que realizan en herramientas como las redes sociales, ya que estos mensajes se entienden como “las huellas o los rastros que dejan los actores, su materialización en signos para que se pueda trabajar con ellos sin su presencia.” (García, 2007, pág. 77)

Cabe señalar que la visión de Latour (1991) permite comprender que la ciencia, la tecnología y la sociedad conforman un entorno global, donde se generan nuevos elementos que participan en la interacción social para pensar nuevos medios de representación, concepción, articulación y acercamiento comunicacional, donde precisamente se construyen elementos virtuales como las redes sociales.

La unión entre tecnología e información sería lo que está dando forma a una nueva sociedad, “En el último cuarto de siglo una revolución tecnológica, centrada en torno a la información, ha transformado nuestra forma de pensar, de producir, de consumir, de comerciar, de gestionar, de comunicar, de vivir, de morir, de hacer la guerra y de hacer el amor”.

El desarrollo de estas tecnologías abriría paso a la conformación de una nueva estructura social: la sociedad red. Las redes, apoyadas por el funcionamiento de las nuevas tecnologías constituirían la nueva forma de organización social. (Gainza, 2003, pág. 5)

De esta manera las comunidades virtuales, en los últimos tiempos estén tomando tanta fuerza entre las personas, quienes establecen realidades virtuales en la red, donde además asumen una identidad, que por lo general produce información distinta a la de la realidad, generando un conflicto comunicacional en relación a la interpretación que las personas realizan sobre el mensaje transmitido.

1.6. La Web 2.0

Uno de los principales avances que se ha generado alrededor de las tecnologías de comunicación e información corresponde al surgimiento de la web 2.0 que desde la perspectiva de Ruíz (2013) se comprende como “el cambio de rol del usuario de la red, que pasa de ser un mero lector a lector-escritor” (p. 1), quien gracias al surgimiento de herramientas como los blogs, puede construir conocimiento gracias al aporte de otros usuarios.

Por su parte, Cobo y Pardo (2007, pág. 16) señalan que la Web 2.0 nació a mediados del 2004 y “creció hasta ser portada de los principales semanarios mundiales en el 2006. Este fenómeno tecno-social se popularizó a partir de sus aplicaciones como Wikipedia, YouTube, WordPress, Blogger, MySpace, Facebook, y de la sobreoferta de herramientas intentando captar usuarios / generadores de contenidos.”

Además según lo manifiesta, O'Reilly (2005), los principios constitutivos de la web 2.0 son:

- La World Wide Web como plataforma de trabajo.
- El fortalecimiento de la inteligencia colectiva.
- La gestión de las bases de datos como competencia básica.

- El fin del ciclo de las actualizaciones de versiones del software.
- Los modelos de programación ligera junto a la búsqueda de la simplicidad.
- El software no limitado a un solo dispositivo, y
- Las experiencias enriquecedoras de los usuarios. (p. 1)

De esta manera una de las principales características de la Web 2.0 está relacionada con la capacidad de los usuarios para interactuar entre sí, generando nuevos conocimientos a través de su participación, además de fortalecer los canales de comunicación, gracias a herramientas tan importantes como las redes sociales, contexto por el cual no resulta extraño que en el 2012 “Internet haya registrado 2.400 millones de usuarios en todo el mundo.” (Royal Pingdom, 2013, pág. 1)

Como lo señala Pistecilli et al. (2010) es importante señalar que la Web fue uno de los sueños de Ted Nelson (1987) de convertir la totalidad de un documento legible en una inmensa liga de conexiones, además de proyectar cualquier experiencia humana, pero de forma visual, musical o multimedia, razón por la cual fue adoptando diferentes cambios que los mismos usuarios exigen, de tal manera que no exista la necesidad de que se indique qué rutas deben tomar, cómo hacer y para dónde ir, cambios y demandas que han permitido que el uso de Web para el usuario sea de mayor facilidad.

En este contexto se puede referir que la Web 2.0 no solo crea nuevas herramientas, sino que también se puede ver en tiempo real lo que está pasando en otros lugares del mundo, como por ejemplo un concierto en vivo o las plataformas de comunicación que todo el tiempo se están actualizando en segundos.

- La web como uso de trabajo.
- La unión de inteligencia colectiva.
- La recolección de las bases de datos.
- Las actualizaciones de versiones del software.

- Los modelos de programación ligera junto a la búsqueda de la simplicidad.
- El software no limitado a un solo dispositivo, y
- Las experiencias enriquecedoras de los usuarios.

Cabe señalar que estos principios han permitido que el usuario tenga la capacidad de interactuar de una manera dinámica a través de distintos dispositivos y software que le generan nuevas ventajas en cuanto al uso de programas y aplicaciones ya sean destinadas para el área de trabajo, educación y entretenimiento, entre los cuales se encuentra las redes sociales que se constituyen como herramientas interactivas que han generado toda una nueva manera de comprender las relaciones humanas en la actualidad.

1.7. Cibercultura

El uso de la tecnología ha supuesto toda una serie de transformaciones que han modificado la realidad social y todos sus elementos, incluidas las relaciones humanas que las personas establecen entre sí y su relación con los dispositivos tecnológicos, por esta razón y en criterio de Ardèvol (2003), este contexto ha dado lugar a “un cambio de paradigma en la manera de concebir la naturaleza y la relación con lo artificial, y no solo a las realidades encerradas en un chat” (p. 2), motivo por el cual se habla una nueva forma de entender la cultura a través de lo virtual, es decir, desde la cibercultura.

De acuerdo a lo manifestado por Lévy (2007), la cibercultura se comprende como el conjunto de “técnicas, prácticas, actitudes, modos de pensamiento y valores que se desarrollan en el crecimiento del ciberespacio, es decir, en el lugar donde se agrupan los usuarios, servicios de internet y aplicaciones, que en conjunto suponen la revolución de las redes digitales.” (p. 14)

A lo referido por este autor, Salinas y Thompson (2011, pág. 1) añaden que la cibercultura se comprende como un sistema dialéctico integrado a la sociedad, donde se evidencian todo un conjunto de antagonismos y luchas provenientes

de los deseos y necesidades de las personas, así como de sus prácticas simbólicas, las cuales se desarrollan a partir de una nueva modalidad comunicacional que genera un conjunto de cambios semiológicos en la misma cultura, entre los cuales se pueden mencionar:

1. 'Un nuevo régimen de significación'...2. La 'cibercultura' en tanto sistema de signos altamente complejo se distribuye de manera 'simétrica y homogénea'...3. Cada usuario deja de ser identificable por referencia a un estrato social; la tercera tendencia de la cibercultura es hacia la 'sinestratía'¹ 4. La 'cibercultura' ha elevado a la enésima potencia la capacidad colectiva de representar realidades miméticas y abstractas... 5. La 'cibercultura' constituye, según hemos visto, un nivel de complejidad semiótica, inédita en la historia humana." (Salinas & Thompson, 2011, pág. 1)

Gracias a lo planteado por estos autores se establece que la cibercultura se estructura sobre la base de una serie de elementos propios de la misma cultura, que se han transformado debido a la irrupción de la tecnología, que condiciona la forma de vida de las personas y su manera de relacionarse entre sí.

Según el criterio de Lévy (2007), es importante comprender que una de las características de la cibercultura tiene relación con la "ausencia pura y simple de existencia, presuponiendo la «realidad» como una realización material, donde lo real estaría en el orden del «yo lo tengo», en tanto que lo virtual estaría dentro del orden del «tú lo tendrás», o de la ilusión". (p. 6)

El ciberespacio entendido como una red global, es el medio de comunicación por excelencia, constituido gracias a la interconexión mundial de distintos computadores, que generan todo un universo de información, así como de usuarios conectados entre sí, razón por la cual es importante señalar que para

¹ Término relacionado con la posibilidad que tienen las personas o comunidades virtuales de representar su propia realidad y conocer otras.

que una red exista deben existir seres humanos, es decir, las personas que generan una estructura y orden que los sustente.

En este contexto se debe entender además que la tecnología guarda una estrecha relación con la cultura de las personas, razón por la cual es comprensible la formación de cibercomunidades y redes sociales que surgen mediante distintas plataformas virtuales que ofertan distintos servicios de información personalizada y medios de información pública.

De esta manera se desarrollan las interacciones de manera pública en estos medios de información abierta, permitiendo que en el ciber espacio se genere un extenso horizonte, que marca múltiples posibilidades constructivas y una nueva forma de comunicación e interacción simbólica entre las personas.

1.8. Mundos virtuales

De acuerdo a lo señalado por Martínez (2013, pág. 22) citando a Castronova (2006), los mundos virtuales se definen como “cualquier espacio físico generado por una computadora (...) que puede ser experimentado por muchas personas al mismo tiempo.”

Klastrup (2003, p. 23) señala que el mundo virtual se comprende como “una representación persistente online que ofrece la posibilidad de interacción sincrónica entre usuarios, y entre estos y el mundo, dentro del marco de un espacio diseñado en la forma de un universo navegable.”

Además como lo señala Bartle (2004) citado por Martínez (2013, pág. 22), el mundo virtual “ofrece reglas automatizadas que permiten a los usuarios representarse (...) además que se comparte y se caracteriza por la persistencia, la preservación y la duración, ya que permite existir y desarrollarse incluso si los participantes no interactúan.”

De esta manera y según los conceptos dados por los autores se comprende que un mundo virtual es un espacio generado en la web, donde los usuarios desarrollan una suerte de *segunda vida*, a través de los diferentes tipos de interacciones sociales que se desarrollan ahí. Además, como lo señala Estrella (2011, pág. 18), este espacio se cataloga como un mundo que está distribuido en una amplia red de servidores y al que se puede acceder a través de Internet.

Estrella (2011, pág. 24), manifiesta que existen también “grupos de personas que se conocen en el mundo actual y deciden participar en conjunto en los mundos virtuales, haciendo de estos espacios una parte importante de su vida social, es decir que utilizan el juego como un punto de encuentro”.

Por esta razón y según el criterio del mismo autor, a través del uso de un computador, las personas pueden acceder a nuevas formas de interacción social, donde pueden proyectar sus ideas y fantasías, razón por la cual el mundo virtual se ha convertido en la plataforma donde miles de personas interactúan de forma libre, dedicándole gran parte de su vida, y estableciendo nuevas formas de comunicación distintas a las realizadas de forma presencial.

1.9. Lo en línea y lo fuera de línea

En relación a la división que existe entre lo real y virtual, Boellstorff (2008) señala que lo virtual hace referencia a la domesticación que el ser humano ha hecho de la tecnología que le ha permitido crear y desarrollar toda una cultura a su alrededor, además de integrar a la sociedad dentro de una construcción simbólica dentro de las distintas redes informáticas que la integran.

Por su parte, Trujillo (2010) citando a Boellstorff (2008) señala que la sociedad en línea se traduce como una comunidad imaginada, un espacio social en el que se pueden crear distintas interacciones mediante un sistema que es el internet, y donde además se generan distintas interacciones sociales, “de poder, de economía política, que se construyen de manera virtual,

estableciendo “una ciber-sociedad o “cultura en línea”, terminología que explora la autoconstrucción social que se expresa en las ciber-culturas.” (p. 111)

Además según este mismo autor, el mundo virtual y el mundo real son parte de la construcción de la mente del ser humano, ya que a través de la creación de la tecnología y de sus nuevos lenguajes, las personas tienen la posibilidad de vivir en varios mundos con nuevas representaciones y nuevas formas de cultura e identidad, ya que:

El mundo virtual y el no virtual de la tierra son mundos de la vida real, donde la gente que habita puede crear lazos sociales, identidad, lealtades, comprar o alquilar bienes, crear obras de arte, construir edificios, tener animales y mascotas, comprar en centros comerciales autos de lujo, lanchas rápidas, ropa o bailar toda la noche en discotecas y otros sitios de diversión. (Trujillo, 2010, pág. 112)

Castronova (2006) señala que existen tres elementos fundamentales que se encuentran presentes en todos los mundos virtuales: el lugar, que está poblado por personas, y habilitado por las tecnologías, elementos a través de los cuales los seres humanos crean distintos símbolos que establecen mundos imaginarios que se manejan bajo un parámetro de reglas y que en cierta manera imitan y toman información del mundo real, de acuerdo a las necesidades de cada uno de los usuarios que interactúan en la red.

De esta manera se puede concluir que tanto la realidad virtual como la no virtual se construyen a partir de las distintas interacciones que generan las personas de acuerdo a sus intereses y necesidades, para lo cual establecen canales de intercambio de información y ciertas reglas que limitan sus conductas, sin embargo es importante señalar que las herramientas utilizadas para transmitir un mensaje varían, ya que en lo virtual es común el uso de redes y programas informáticos que incluso generan una comunicación sin limitaciones de espacio y tiempo, mientras que en la realidad es común el uso de canales directos de comunicación como el lenguaje verbal, de una manera mucho más presencial.

1.10. Comunidades virtuales

Actualmente las sociedades interactúan dentro de una época caracterizada por el exceso de realidad o hiperrealidad ligada a lo virtual, donde las personas desarrollan distintas relaciones sociales que han dado lugar a las denominadas comunidades virtuales.

Al respecto de este término, Meirinhos (2009) citando a Johnson (2001) manifiesta que “las comunidades virtuales son comunidades en red que vencen barreras temporales y geográficas, las cuales existen a través de las tecnologías de la red, especialmente Internet.” (p. 47)

Mientras que por su parte, Rheingold (1996) añade que las comunidades virtuales son “agregados sociales que surgen de la Red cuando una cantidad suficiente de gente lleva a cabo (...) discusiones públicas durante el tiempo suficiente, con suficientes sentimientos humanos como para formar redes de relaciones personales en el espacio cibernético.” (p. 20)

Según el criterio aportado por estos dos autores se comprende entonces que una comunidad virtual se establece como un grupo de personas que se conectan entre sí, a través de las distintas herramientas que existen en la red como plataformas virtuales, redes sociales, blogs, entre otros, que facilitan su interacción a través de herramientas comunicacionales como salas de chat, mensajes instantáneos, grupos de discusión, publicación de videos, e incluso, video llamadas.

Por su parte, Cabero (2006) citando a Hildreth (1997) y Rheingold (2001) señala que entre algunas de las características de las comunidades virtuales se pueden señalar las siguientes:

- Se organizan alrededor de las afinidades de personas que no necesariamente deben conocerse antes del encuentro en línea.
- Se desarrollan desde el texto hasta la comunicación basada en gráficos.

- La comunicación se produce de forma más regular que en la comunicación cara a cara.
- Utilizan un lenguaje común.
- Existe un conocimiento compartido.
- Existe un propósito común o una visión compartida que apunta más allá que la simple intervención
- Son dinámicas y evolucionan con el tiempo.

Además según el mismo autor, las comunidades virtuales se clasifican en tres grandes categorías: centrada en las personas, centrada en el tema y centrada en un acontecimiento.

1.11. Facebook

Una de las herramientas tecnológicas que ha cobrado un enorme impacto en la forma de interactuar y comunicarse entre las personas es sin duda el surgimiento de las redes sociales y de la plataforma Facebook, que facilita a sus usuarios, ya sean personas u organizaciones, el intercambio de información a través de distintas formas, ya sea a través de la publicación de imágenes, textos o videos. Comunidad Facebook (2015)

Es importante señalar además que esta red social se ha popularizado de tal forma, que cada día miles de usuarios se conectan a ella para obtener toda clase de información, así como para comunicarse con otras personas que se encuentran en distintas partes de todo el mundo. También se debe indicar que dentro de la plataforma de Facebook, existen todo un conjunto de políticas de uso que se remiten a seis puntos:

- La información recibida y cómo se utiliza: En este punto se encuentra los primeros pasos para ser parte de Facebook, aquí se añade la información personal del usuario que desea crear el perfil, junto a su email y número de teléfono.

- Cómo se comparte contenidos y cómo se encuentra a una persona en Facebook: aquí se controla que publicaciones pueden ser vistas por otros. Se puede configurar para que sea como público, para amigos o sea configurado para un grupo específico. También cuenta con el enlace de etiquetas de fotografías y lugares, en las que se puede ocultar o ser público en la red.
- Otros sitios web y aplicaciones: Otra de las cosas que tiene la plataforma es compartir información acerca de otras actividades que se realiza en Facebook, como juegos y aplicaciones.
- Publicidad y contenido de Facebook: Esta red social además ofrece anuncios con contexto social, que una persona ha realizado, por ejemplo un proyecto o un restaurante.
- Cookies, píxeles y otras tecnologías similares: Con esta herramienta, ayuda a que Facebook pueda navegar más rápido y pueda proteger información del usuario. Así mismo saber cuándo un perfil está conectado.
- Otras cosas que se debe saber: En este punto se hace referencia a los cambios que se generan en la plataforma y si algún usuario tiene problemas con algún contenido. Aquí se encuentra las direcciones donde uno puede mandar una queja directa de algún problema. (Comunidad Facebook, 2015)

Además es importante señalar que en esta red social es posible establecer dos tipos de entidad: el perfil personal y la página. En el caso de los perfiles se deben señalar que estos representan a personas que se mantienen bajo un nombre individual. En cambio las páginas permiten mantener una presencia profesional en Facebook, ya sea para un producto, servicio, empresa, organización o personaje público, esta cuenta no es independiente debe ser creada por un representante oficial de la entidad.

Al respecto de ello, Hall (1997) señala que la representación es un concepto muy importante para explicar la información que las personas simbolizan a través del uso del lenguaje, de los signos y las imágenes que utilizan. Por eso

para este autor, la representación significa usar el lenguaje para decir algo con sentido sobre, o para representar de manera significativa el mundo a otras personas.

En este contexto, la representación no solo se refiere al lenguaje que un individuo utiliza sino también a los símbolos que se generan en sus interacciones con otras personas dentro de redes sociales como Facebook, ya que como lo señala el autor, en toda representación está presente “el sistema mediante el cual toda suerte de objetos, gente y eventos se correlacionan con un conjunto de conceptos o representaciones mentales que llevamos en nuestras cabezas. Sin ellas no podríamos de ningún modo interpretar el mundo.” (Hall, 1997, pág. 14)

Por lo señalado por el autor, es importante comprender que dentro de las redes sociales se comparten distintas representaciones por parte de las comunidades, ya que no “existe una identidad sin representación y las representaciones se dan dentro del discurso. Un proceso por el cual los miembros de una cultura usan el lenguaje para producir sentido.” (Hall, 1997, pág. 42)

CAPÍTULO II

2. FACEBOOK COMO PLATAFORMA DE INTERACCIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDADES

2.1. Origen de Facebook

De acuerdo a las investigaciones realizadas por Corral (2008), el origen de Facebook se remonta al trabajo que Zuckerberg, los hermanos Cameron, Tyler Winklevoss y Divya Narendra venían desarrollando desde el 2003, en las aulas de la Universidad de Harvard, con el fin de establecer una red social para dicha institución.

Tiempo después, esta red social se expandió para “permitir que los estudiantes agregaran a miembros de otras instituciones ajenas a ese sitio. Así, en el 2004 terminó siendo abierta al público en general, ya que sólo bastaba con tener una cuenta de correo electrónico para utilizarla de forma gratuita.” (Carrizo, 2012, pág. 39)

Por su parte, Déleg (2014) manifiesta que esta red social, cuenta, según los últimos estudios, con “más de 400 millones de usuarios activos, de los cuales, un 50% lo utiliza a diario, además que más de 60 millones de personas actualizan cada día su estatus, y, en la actualidad, cuenta con alrededor de 3 millones de páginas activas”, (p. 32) contexto que determina la enorme importancia de su uso social.

Según esta misma autora, Facebook posee todo un conjunto de herramientas que facilitan la interacción entre sus usuarios y entre las cuales se encuentran:

El Muro

El muro se constituye en el sitio principal donde los usuarios pueden visualizar los comentarios, frases, imágenes y noticias que otras personas publican de

manera permanente, y que se actualizan constantemente de acuerdo al número de publicaciones emitidas por día. Este elemento es importante ya que se constituye como la imagen que el usuario genera para el resto de la comunidad virtual, estableciéndose como una especie de fachada. (Regalado, 2011)

Fotos

En esta red social, las personas tienen la posibilidad de postear distintas imágenes que pueden ser propias o tomadas de otros sitios web, a través de las cuales se genera una mayor interacción entre los usuarios, ya que estos elementos pueden generar debate, o simplemente provocar que la comunicación que se desarrolla entre los usuarios se torne mucho más dinámica.

Sin embargo cabe señalar que una de las políticas establecidas por Facebook, es que una vez que una imagen o fotografía ha sido subida a esta plataforma, los derechos recaen sobre la misma red social. (Regalado, 2011)

Videos

Otra de las herramientas que dispone Facebook es la opción que permite subir y compartir videos que pueden ser de los mismos usuarios, o a su vez tomados de portales como YouTube, DailyMotion HD, MSN Video, entre otros, lo cual permite una mayor interacción con otras redes, fortaleciendo la posibilidad multimediática de este tipo de recursos tecnológicos. (Regalado, 2011)

Notas

Otra herramienta de la que dispone esta red social es la posibilidad de redactar notas como en un Blog, ya que según lo manifiesta Déleg (2014), las noticias se pueden publicar como texto a modo de una entrada en un blog, sin embargo esta opción no se la utiliza frecuentemente, mientras que varios medios

estadounidenses las usan para crear blogs dentro de esta red social, ya que, permiten incluir publicidad o alguna acción de marketing.

E-mail

Otra herramienta utilizada por Facebook corresponde a la posibilidad que tiene el usuario de publicar una noticia en forma de carta con los temas más destacados que puede ser leída por los usuarios suscritos a una página en particular, además que posibilita la selección de las personas según su edad, sexo, sitio de residencia o un interés en particular, lo cual facilita la selección de las personas a las cuales se desea dirigir un mensaje en particular. (Regalado, 2011)

De acuerdo a estas herramientas Facebook se constituye como una plataforma virtual que genera un gran nivel de interacciones, ya que los usuarios pueden compartir información a través de distintos mecanismos tanto escritos como audiovisuales, lo cual fortalece el tipo de comunicación que se genera a cada instante en todo este mundo virtual.

Por su parte, Sanabría (2011) señala que en cuanto a la presentación de Facebook, el sitio muestra una mezcla de colores entre azul y blanco, además que:

La mayor cantidad de enlaces, aplicaciones y servicios se encuentran en la página central de cada usuario, ubicados de manera estratégica a la izquierda y derecha (...) La funcionalidad de la página central o perfil se distribuye de la siguiente manera: al lado izquierdo se ubica una representación cualquier por ejemplo una fotografía con información del usuario, adicionalmente se indica hobbies, aficiones, intereses. En la parte central se sitúan los blogs, -es un área destinada a escribir y subir videos-, fotos que están ordenadas cronológicamente en series de ocho imágenes, u finalmente mensajes o comentarios sobre lo que se desea opinar.” (Sanabría, 2011, pág. 60)

Debido a lo expuesto por el autor se puede concluir que la estructura de esta red social se establece de tal manera, que facilita el acceso a sus usuarios, así como la aplicación de las distintas herramientas que posee y que están pensadas para facilitar la interacción generada en toda la comunidad virtual, a diferencia de otras herramientas como Hi5 donde era el mismo usuario quien podía generar sus propios diseños de acorde a sus intereses personales y los contenidos seleccionados.

2.2. Facebook desde varios autores

Una de las razones por las cuales Facebook se ha convertido en una de las herramientas más usadas por las personas se debe a su fácil uso, ya que los usuarios únicamente deben poseer un correo electrónico y acceso a internet, además que una vez que se accede a una cuenta en esta red social, navegar a través de ella es fácil y sencillo, debido a la forma en como ha sido diseñada su estructura, que permite que cualquier persona pueda acceder a este servicio, pese a la limitación de conocimientos informáticos que puede presentar.

Por su parte, Carrizo (2012) manifiesta que otro de los factores que vuelve atractiva a esta red social tiene relación con su capacidad de generar actividades lúdicas para el usuario, ya sea a través de la aplicación de juegos, conocer “el ranking de amigos con los que ha realizado intercambios en Facebook, descubrir qué le depara el destino de acuerdo a su horóscopo, a qué famoso personaje se parece, cuáles son las características de su personalidad, (...) entre otras posibilidades.” (p. 42)

Pese a las ventajas que al parecer Facebook brinda a sus usuarios, uno de los aspectos que más críticas ha recibido corresponde a la falta de privacidad de las personas, ya que debido a la libertad que la plataforma brinda para subir imágenes, muchas personas han sido etiquetadas en fotografías que comprometen su vida privada, razón por la cual Carrizo (2012) señala que muchas personas protestaron obligando a Facebook a activar la opción de “que el usuario deba pedirle autorización a otro individuo antes de etiquetarlo en cualquier material.” (p. 43)

Este contexto además ha provocado que la línea entre la vida pública y privada resulte muy delgada, ya que ahora las personas deciden exponer sus vivencias diarias como si se tratase de un verdadero espectáculo, donde “el sexo hasta la muerte, se presentan como si fueran un show para que sea consumido.” (Litvinoff, 2012)

Desde otro punto de vista, Borbór (2011) refiere que a través del uso de Facebook se ha logrado desarrollar nuevas formas de “aprendizaje y enseñanza, que se gestan a partir de la colaboración participativa entre pares, fortaleciendo el aprendizaje que contribuye a la generación del conocimiento a fin de estimular el desarrollo de habilidades técnicas y sociales básicas, para ser protagonistas en la sociedad contemporánea.” (p. 62)

Según lo planteado por el autor, esta red social también es responsable de que los usuarios puedan interactuar entre sí, discutiendo y generando debate en cuanto a la información que se publica a través de este medio, que además conlleva a la generación de nuevos conocimientos, lo cual se constituye como una herramienta fundamental del interaccionismo simbólico desarrollado por los usuarios de esta clase de servicio virtual.

2.3. Facebook en Ecuador

De acuerdo a lo manifestado por Espinosa (2013), el uso de las redes sociales en el Ecuador es un fenómeno que se remonta al 2005, año en el que se instala la plataforma web Hi5, fundada por Ramun Yalamanchis, y cuyo objetivo era establecer un perfil personal de una persona a través del cual podía entablar relaciones con otros usuarios de esta red.

Cinco años más tarde, la aparición de Facebook provoca que Hi5, pierda a varios de sus usuarios, quienes decidieron crear una cuenta en esta nueva plataforma que generaba una mayor dinámica en cuanto a las herramientas generadas en base a su estructura, al punto que en mayo del 2010, Facebook llegó a registrar un millón de cuentas, mientras que al final del 2011 dicha cifra

casi se triplicó ubicándose en 2 millones 800 mil, mientras que en el 2014, el número de ecuatorianos que utilizan esta red ascendió a 7 millones. (Espinosa, 2013)

Además se conoce que “la mayoría de usuarios de Facebook se sitúan en ciudades del Ecuador como Quito y Guayaquil (3.400 000), mientras que Ambato y Machala son las ciudades con mayor usuarios después de Guayaquil, Quito y Cuenca.” (Espinosa, 2013, pág. 1)

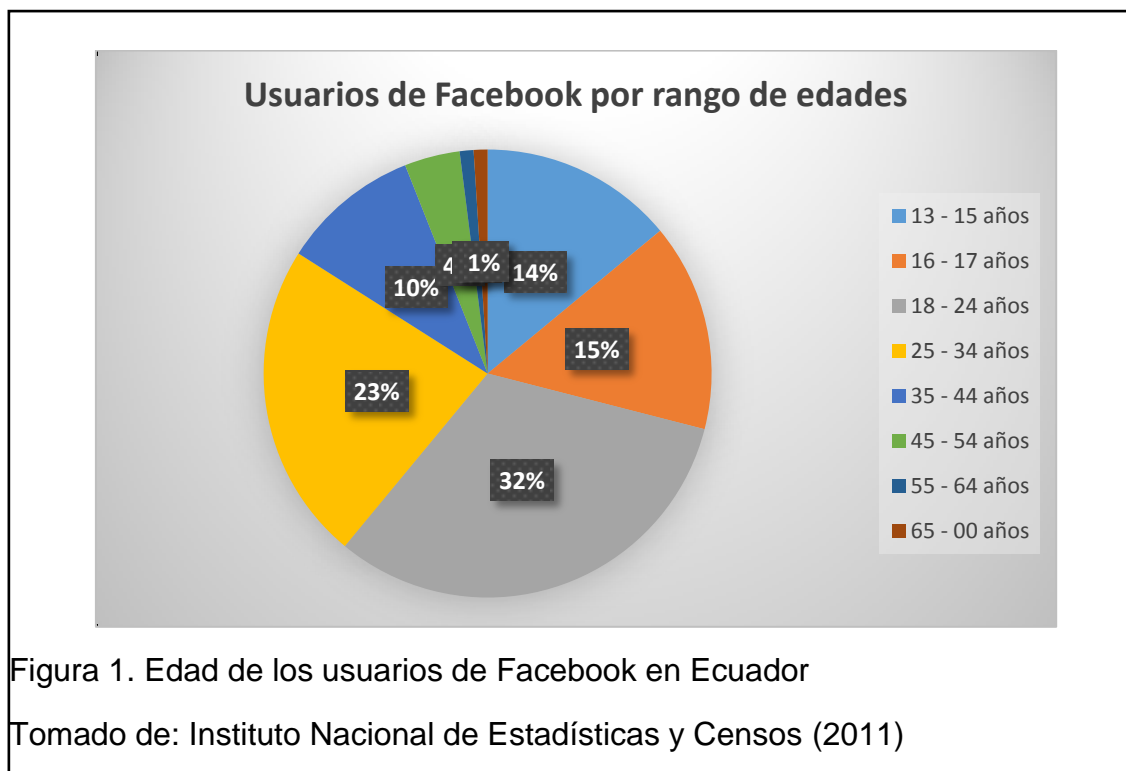
En la tabla que se describe a continuación se detallan las ciudades con el número de usuarios que consumen Facebook en Ecuador.

Tabla 1. Número de usuarios de Facebook por ciudades en Ecuador

| Ciudad | Número de usuarios |
|-----------------------------|--------------------|
| 01. Guayaquil | 1.277.760 personas |
| 02. Quito | 1.226.240 personas |
| 03. Cuenca | 286.560 personas |
| 04. Portoviejo | 227.800 personas |
| 05. Manabí | 224.660 personas |
| 06. Machala | 204.000 personas |
| 07. Babahoyo | 135.620 personas |
| 08. Ambato | 290.060 personas |
| 09. Azogues | 288.760 personas |
| 10. Guaranda | 244.700 personas |
| 11. Riobamba | 244.460 personas |
| 12. Latacunga | 193.140 personas |
| 13. Ibarra | 117.780 personas |
| 14. Loja | 97.080 personas |
| 15. Zamora | 90.600 personas |
| 16. Esmeraldas | 57.080 personas |
| 17. Nueva Loja | 41.980 personas |
| 18. Francisco de Orellana | 41.260 personas |
| 19. Puyo | 36.900 personas |
| 20. Tena | 34.720 personas |
| 21. Tulcán | 19.200 personas |
| 22. Macas | 18.140 personas |
| 23. Puerto Baquerizo Moreno | 2.320 personas |

Tomado de: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2011)

Cabe señalar que según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2011) Ecuador ocupa “el lugar 36 de una lista de 213 países que acceden a Facebook, mientras que del total de sus usuarios, el 52% corresponde a hombres, mientras que el 48% restante se trata de mujeres.



De acuerdo a los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2011) se puede evidenciar que el grupo de población que posee una mayor presencia en las redes sociales corresponde a jóvenes cuya edad se encuentra entre los 18 y 24 años de edad, mientras que el grupo con un menor acceso a este servicio corresponde a aquellas personas mayores de 65 años, situación que se justificaría debido a la dificultad que poseen para manejar tecnologías, así como el limitado acceso a un computador con internet.

2.4. Representaciones que se generan en Facebook

Facebook se constituye como una plataforma generadora de distintas interacciones a través de las cuales sus usuarios intercambian todo un conjunto

de representaciones, que se constituyen como elementos claves en la construcción de su identidad.

Hall (1997) plantea que la representación es un término a través del cual se puede:

Expresar algo con sentido sobre, o para representar de manera significativa el mundo a otras personas, es una parte esencial del proceso mediante el cual se produce el sentido y se intercambia entre los miembros de una cultura. Pero implica el uso del lenguaje, de los signos y las imágenes que están por, o representan cosas. (p. 15)

Las redes sociales, las personas también construyen representaciones correspondientes a su identidad, exponiendo distintos aspectos de su interioridad y exterioridad que se expresan a través de los relatos y contenidos que publican y comparten con el resto de usuarios.

Al respecto de ello, Pistecilli et al. (2010) manifiestan que:

En Facebook, la interioridad del yo se refleja, por ejemplo, a través del microblogging, en el que el usuario expresa a sus contactos su estado de ánimo.

También los quizzes y tests exteriorizan algunos aspectos interiores de nuestro yo. Asimismo, el yo exterior se proyecta a partir de fotos y videos, en los que los usuarios se muestran, en general, en situaciones deseables y aceptadas. Pero tanto en uno como en otro caso, los usuarios construyen estrategias basadas en reforzar los aspectos aceptados socialmente y ocultar los no aceptados. Así, la tristeza o la queja tienen poco espacio en los comentarios, los muros y los estados. En lo que se refiere al uso de la imagen, las fotos que se publican representan momentos felices, ausentes de todo conflicto. (p. 63)

Luengo (2004) manifiesta que las redes sociales posibilitan a las personas “la opción de representar “el deber ser” (...) generándose identidades que son posibles en lo que (Belting, 2002:32) denomina como “espejos electrónicos” que nos representan tal como deseamos ser, pero también como no somos.” (p. 9)

De esta manera y de acuerdo a lo señalado por los autores se comprende entonces que en Facebook es común que las personas apelen a distintas representaciones de sí mismas con el objetivo de ser aceptadas por el resto de la comunidad virtual, lo cual contribuye a establecer una especie de situación ideal sobre su vida, que poco a poco se ha ido desvelando, ya que muchos usuarios han decidido ser honestos consigo mismos, y utilizar la plataforma para denunciar distintos problemas sociales que se generan en la realidad, lo cual ha provocado una ruptura sobre ese mundo aparentemente ideal que se intentaba construir en las redes sociales.

Es importante señalar además que las imágenes publicadas por los usuarios de Facebook se constituyen como elementos fundamentales que establecen significados para quienes las colocan, así como para quienes las observan, ya que como lo señala Guzmán (2012):

El poder de la imagen digital rompe los límites entre artificial-natural, autenticidad ficción, realidad-virtualidad que generan nuevas paradojas en las prácticas de representación y representaciones sociales. En este escenario virtual la imagen no se conforma con ser significante del referente, sino sustituirlo imponiéndose como nueva unidad del signo. Ya no es la fotografía una reproducción análoga de la realidad (Barthes, 1980:20) sino que en la era digital la imagen no sólo pretende ser un fiel retrato de la realidad sino además constituirse en su propia creación, que la sustituye. (p. 74)

Es por esta razón que las imágenes que utilizan los usuarios de Facebook se constituyen como representaciones de las actividades más importantes que

desean mostrar al resto de personas, “mostrando esa idealización del yo que, como estado narcisista, quiere borrar cualquier defecto y presentar un sujeto completo, sin falencias.” (Guzmán, 2012, pág. 85)

Al respecto de este punto, El - Sahil (2014) manifiesta que varios estudios como el desarrollado en el 2010 por la doctora Soroya Mehdizadeh, en la universidad canadiense de York, han permitido demostrar que existe una evidente vinculación entre el uso de Facebook, el narcisismo y la inseguridad psicológica de sus usuarios ya que:

Se investigó a 100 estudiantes con Facebook y se descubrió que los que puntuaban más alto en narcisismo consultaban su cuenta con mayor frecuencia; también los que tenían baja autoestima. Estos hallazgos se han explicado diciendo que aquellos que presentan más narcisismo e inseguridad tienen mayores deseos de hablar de sí mismos; en consonancia con esto, las personas inseguras están más al pendiente de saber qué dicen de ellas. (p. 44)

De esta manera y como lo refiere El - Sahil (2014), Facebook se constituye como una especie de reflejo social de los temores e intereses de sus usuarios que se reconocen a partir de la mirada y la aprobación del resto de la comunidad, razón por la cual el retoque de fotografías y la exaltación de cualidades positivas de las personas se constituye en uno de los aspectos claves en esta red social.

2.5. Cómo se construyen las personas en Facebook

Indudablemente el contexto que rodea a una persona condiciona su construcción de identidad como sujeto social, además de aquellas características físicas de su cuerpo y por supuesto sus experiencias cognitivas y afectivas que determinan su forma de actuar y comportarse ante los demás. Sin embargo es importante mencionar que estas condiciones en el mundo virtual se transforman, ya que según lo referido por Borbór (2011), por ejemplo en la plataforma de Facebook, las personas construyen una imagen que:

Resulta confusa y hasta contradictoria, pues se elabora una identidad separada del mundo exterior, donde siempre se pretenderá ser lo más socialmente agradable para obtener la aceptación de los otros, acción que puede desencadenar en la formación mental de dos identidades: lo que me hubiera gustado ser (red) y lo que soy (mundo). (p. 63)

Por su parte Turkle (1997) citado por Uman y Venesio (2010), manifiesta que la construcción de la identidad en Facebook se caracteriza por la fragmentación de las “fronteras entre lo animado y lo inanimado, el yo unitario y el yo múltiple. Vivimos en el umbral entre lo real y lo virtual, lo que implica estar reinventándonos sobre la marcha.” (p. 97)

Según lo propuesto por los autores, a través de Facebook, las personas construyen su identidad a partir de lo que desean ser y lo que el resto de la comunidad gusta ver, influyendo de manera relevante en la información publicada, que en muchos casos no corresponde con la realidad, ya que elementos como la imagen del usuario puede ser modificada para generar una mayor aceptación entre el resto de usuarios, razón por la cual se establece una especie de identidad virtual que se encuentra condicionada a la estructura del ciberespacio, y a las condiciones impuestas por las comunidades que se generan en este espacio.

Una muestra de ello corresponde a las fotografías que los/as usuarios suelen colocar en su perfil, que en algunas ocasiones son retocadas por programas digitales para mejorar su apariencia y ser aceptados por el resto de usuarios de la comunidad, lo cual genera una suerte de ficción, que sin embargo se constituye como la realidad de la red virtual.

Cabe señalar que esta realidad analizada desde afuera sería considerada como falsa en relación a la información publicada, ya que es común observar que las imágenes que son colgadas en los perfiles responden a la asimilación de estereotipos que definen socialmente, el patrón de belleza en el cual todos desean incluirse, ejemplo de aquello son las publicidades que difunden

imágenes exitosas vinculadas a un cuerpo que debe cumplir con cualidades específicas, medidas, músculos, entre otros; sin embargo es importante señalar que esto no implica necesariamente que todo lo publicado por los usuarios sea falso, puesto que el rol de este tipo de acciones en la plataforma se direcciona a llamar la atención del resto de la comunidad de una forma de juego para captar su interés e interacción. (El - Sahili, 2014, pág. 57)

También es importante referir que otro de los aspectos que contribuyen a que una persona construya su identidad en Facebook corresponde a los datos informativos que presenta al resto de usuarios, y que definen sus gustos musicales, libros, películas, juegos y páginas que le gusta visitar, datos que se constituyen como indicativos que en ocasiones no están del todo separados de la realidad física, sin embargo en muchos casos esta información se establece de manera intencional con el objetivo de generar una imagen idealizada de la persona, constituyéndose en una relato de ficción sobre la identidad construida por el usuario.

De esta manera, en esta construcción se realiza un proceso de selección de lenguajes, de imágenes, de contactos, de información a publicar, de aplicaciones a utilizar, que constituyen el perfil de usuario pero que hacen mucho más que eso. Es así que en este proceso de selección se narra la vida de una persona a través de la elección de algunos materiales y el descarte de otros, donde además se despliega una narrativa y una estrategia de construcción de identidad. (Pistecilli & al, 2010, pág. 63)

En este sentido el muro de cada usuario constituye una ventana a partir de la cual invita a los demás a entrar en su vida, a través de la actualización permanente de la información sobre los acontecimientos que ocurren en su cotidianidad, generando una especie de cronología virtual sobre lo que ocurre cada día, y que, según los usuarios, merece ser conocida por la comunidad virtual, es decir, por los otros.

A todo lo señalado, Pistecilli et al. (2010) Señalan que en Facebook, las personas construyen su identidad de una manera colectiva, construida en relación a las interacciones con otros usuarios, ya que su opinión se hace presente a través de “comentarios, tags, pulgares hacia arriba y la opción «me gusta»” (pág. 63) además que se construyen tres tipos de relación entre la identidad y la alteridad de la persona:

- En primer lugar, construyo mi yo para el otro. En Facebook no hay autismo: un perfil sin amigos sería invisible.
- En segundo lugar, para ser yo, también tengo que ser otro: comento para que me comenten, miro para que me miren.
- En tercer lugar, el otro construye mi yo: comenta en mi muro, me etiqueta en fotos, sube fotos en mi perfil, elige, o no, mostrarme y mostrarse mostrándome. (Pistecilli & al, 2010, pág. 63)

De esta manera, la construcción de la persona en Facebook se encuentra contextualizada por la presencia del otro, razón por la cual mucha de la información que se expone suele ser modificada por los usuarios con el objetivo de mostrar una imagen ideal que busca lograr la aceptación de los demás.

Sin embargo desde la perspectiva de Belén Albornoz, investigadora y coordinadora docente de Flacso en Ecuador, en Facebook, los usuarios construyen una identidad única, que no se sitúa en contextos distintos como lo que suele ocurrir en la realidad, ya que debido a la estructura standard de esta plataforma, las personas se representan ante esta audiencia de una misma forma unificada, que es válida tanto para sus familiares, amigos, compañeros de trabajo y desconocidos, descartando ciertas jerarquías y ordenes establecidos socialmente entre los miembros de una misma comunidad. (Albornoz, 2015)

También no se puede olvidar que a partir de las actitudes desarrolladas por los usuarios de Facebook, esta plataforma ha aprendido a establecer parámetros

para controlar y delimitar las conductas de los usuarios en cuanto a su forma de comportarse, que al mismo tiempo ha permitido establecer cambios en las políticas de privacidad propuestas por esta red en cuanto a la emisión de contenidos.

2.6. Qué interacciones se generan en la plataforma

En criterio de Borbór (2011), una vez que las personas han creado un perfil en Facebook otros usuarios se convierten en sus amigos y pueden acceder a las información que cada miembro actualiza, ya que cada persona es quien decide si sus actividades pueden ser observadas por todos sus contactos o solo por sus amigos. “De esa manera se establece un enlace de protección y otro que extiende las posibilidades mucho más allá de la red, y permite integrar de manera bastante transparente aplicaciones de otras personas.” (p. 62)

Es importante señalar además que una característica principal en Facebook corresponde a la interacción que genera el usuario con otras personas, y donde es evidente un mayor grado de participación en la producción de distintos contenidos que pueden incluir textos, imágenes y videos; es decir, ahora el usuario dejó de ser un simple receptor, para convertirse en emisor de contenidos, ya que como lo señala El - Sahili (2014), a partir de la publicación de una noticia por parte de un usuario se genera toda una serie de debates por el resto de persona que integran la comunidad virtual, generando una interacción mucho más dinámica en la red.

Principalmente Facebook es visitado por la posibilidad de ver o publicar fotografías, hacer comentarios de ellas, participar en grupos específicos con intereses particulares (dichos grupos pueden cerrarse posteriormente o ir en incremento); también para realizar, programar y asistir a diversos eventos, y por la posibilidad de realizar ventas, o encontrar artículos novedosos, sitios de interés, noticias, etc. (El - Sahili, 2014, pág. 10)

En Facebook también se generan nuevas formas de socialización entre las personas, estableciendo comunidades virtuales que se construyen a partir de intereses compartidos y gustos afines como la literatura, política, entre otros, donde además se establecen lazos afectivos entre sus usuarios, que permiten superar barreras como la distancia en un tiempo real, es el caso de los grupos de familias que se encuentran en diferentes países, igualmente como ocurre con amistades, grupos de trabajo, entre otros.

Al respecto de ello, Albornoz (2015) manifiesta que a través de Facebook se constituye como un espacio a través del cual existe la posibilidad de que las personas pueden comunicarse en un tiempo real, superando la limitación del propio espacio, ya que lo virtual se constituye como “un desanclaje entre el tiempo y el lugar” que es posible gracias a la mediación que este tipo de herramientas generan en el campo de la comunicación.

Además Pistecilli et al. (2010) Manifiestan que se debe mirar a Facebook no como un medio en sí mismo, sino como “un espacio emergente de la convergencia de medios de comunicación preexistentes, culturas colaborativas heterogéneas y audiencias participativas.” (p. 60)

Otro aspecto que también se debe tomar en cuenta en las interacciones que se generan en Facebook corresponden al sentido de los contenidos, que en palabras de Pistecilli et al. (2010), estos se comprimen y aceleran, ya que la mayoría de personas actualizan su estado de manera constante, lo cual no permite una verdadera reflexión sobre estas acciones, es decir, “el tiempo se acelera y el espacio se expande. Así, la creación de sentido no es para sí sino para otros; significa dar cuenta, comunicar. La creación de conocimiento es el comentario de las actividades cotidianas, en este sentido Facebook promueve la experiencia colaborativa.” (p. 61)

Además estos mismos autores manifiestan que las herramientas que manejan Facebook permiten que la información compartida por sus usuarios circule de cuatro maneras distintas:

- “En primer lugar, la información va de puerta a puerta, es decir, a través del uso de eventos, avisos, recomendaciones, notas, el muro y algunas aplicaciones. El emisor hace llegar información a muchos destinatarios, pero de manera personalizada.
- Una segunda forma corresponde a la información que circula en los grupos y páginas de fans. Aquí la información circula hacia varios usuarios miembros de un mismo colectivo.
- En tercer lugar, se denomina «barrilete» al tipo de información que se observa en «posteos» de videos, álbumes de fotos, publicidad y algunas aplicaciones como los tests. Los usuarios los envían, los publican, salen en todas las páginas de inicio y quedan como a la expectativa de que otro usuario los comente, se sume o interactúe con ellos.
- Por último, se encuentra la información de ámbito privado, persona a persona, denominada «boomerang», y que tiene lugar en el chat y la bandeja de entrada del correo electrónico.”
(Pistecilli & al, 2010, pág. 62)

De esta manera se puede evidenciar que las interacciones que desarrollan las personas tienen una relación directa con el tipo de contenidos e información que se publica en la red, ya que se establecen distintas dinámicas de comunicación entre los usuarios, además de que generan distintos vínculos sociales, que surgen a partir de temas de interés, gustos y toda clase de afinidades.

Al respecto de las interacciones que ocurren dentro de Facebook, Pistecilli et al. (2010) señalan que corresponden a la “construcción del yo”, que se genera a partir de distintas estrategias y narrativas, que le permiten a una persona contar varios aspectos relacionados con su vida –desde diferentes formatos, como los estados, las fotos, videos, ubicación geográfica- a otros usuarios, quienes además pueden generar distintos comentarios que pueden ser tomados en cuenta o no por parte de quien emite la publicación.

Miranda (2012) manifiesta que algunas interacciones estratégicas que se generan en Facebook corresponden a la facilidad para obtener contacto profesional, ya que en esta red social, a pesar de no ser un sitio para contacto con de profesionales –al estilo linkedin- se encuentran registrados mucha gente que oferta sus servicios por este medio. (Ver anexo 1)

Facebook además posibilita crear fan pages que tienen como fin la publicidad de productos, servicios o personajes, razón por la cual esta red social se ha convertido en una herramienta muy importante para la difusión de contenidos, noticias, no solo por parte de empresas, sino por las mismas personas, que ahora se convierten en emisores de contenidos, dejando a un lado su estado de pasividad frente a la tecnología, gracias a las distintas interacciones virtuales que se llevan a cabo en la red de internet.

Finalmente como lo señala Albornoz (2015), Facebook tiene la posibilidad de actuar como una especie de reflejo, a través del cual los usuarios pueden observar los detalles que integran la máscara que han construido y que se muestra ante los demás; por esta razón no resulta del todo descontextualizado el hecho de que esta red se constituya como una herramienta para intercambiar información, que ha sido aprovechada por sus creadores a nivel comercial, ya que los datos obtenidos pueden ser usados por distintas empresas e instituciones para comprender la lógica de consumo y tendencias de determinados sectores de población suscrita a esta red de redes, incluso como lo plantea esta autora, Facebook a futuro podría constituirse en un nuevo buscador semántico, capaz de competir con google.

CAPITULO III

3. CONSTRUCCIÓN Y REPRESENTACIÓN DE IDENTIDADES VIRTUALES

Para recolectar información acerca de los mecanismos a través de los cuales las personas en Ecuador construyen sus identidades virtuales se recurrió a una investigación con enfoque cualitativo, basada en la realización de una etnografía virtual que permitió tener un acercamiento directo con la red social Facebook, con el objetivo de conocer a través de qué elementos se construyen las identidades virtuales en esta red, así como las distintas interacciones que los usuarios de la plataforma de mantienen entre sí.

Por otra parte se debe señalar que la unidad de análisis de esta investigación lo constituye la red social Facebook, sin embargo y debido a la complejidad del análisis se tomará en cuenta dos perfiles personales de usuarios y dos páginas de fan page, (ver anexo 2 y 3) a través de las cuales se identificarán las principales características de esta plataforma y las especificaciones que establecen las personas para interactuar con otros usuarios.

Además es importante mencionar que las técnicas utilizadas durante la investigación corresponden a:

Observación: a través de la cual se logró conocer las características de Facebook, así como las formas de interacción y participación de los usuarios. Durante seis meses estuve como investigadora y durante un mes específico analicé todos objetivos correspondientes de mi investigación.

Entrevistas: las cuales fueron aplicadas a profesionales en distintas áreas para conocer su punto de vista sobre el uso de Facebook, y su impacto en la forma de comunicarse e interactuar entre las personas a través de esta plataforma.

Observación y análisis tablas de frecuencia: mediante las cuales se logró evidenciar los diferentes elementos que las personas usan para construir su

identidad virtual, tanto en su perfil personal como en las páginas denominadas fan page.

3.1 Diseño Metodológico

Esta investigación tiene un enfoque cualitativo, ya que el objetivo de la misma es determinar la manera a través de la cual se construyen las identidades virtuales en la red social de Facebook, así como las interacciones que circulan alrededor de las prácticas en línea; es decir, se desean describir características y cualidades en torno a la problemática de estudio.

Por otra parte se debe señalar que la unidad de análisis de esta investigación lo constituye la red social Facebook, sin embargo y debido a la complejidad del análisis se tomará en cuenta dos perfiles personales de usuarios y dos páginas de fan page, a través de las cuales se identificarán las principales características de esta plataforma y las especificaciones que establecen las personas para interactuar con otros usuarios.

Las técnicas de investigación utilizadas en esta investigación corresponden a la observación y el análisis de contenido. En el caso de la primera se la utilizará para observar en la red social de Facebook, los diferentes elementos a través de los cuales las personas construyen su identidad virtual, mientras que el análisis de contenido permitirá analizar la función de cada uno de estos elementos que permita establecer una comparativa entre la forma de uso y aplicación que los usuarios realizan tanto en su perfil personal como en el de fan page.

3.2 Perfiles dentro de Facebook

Facebook en la actualidad se constituye como una de las herramientas más usadas dentro de las redes sociales, de acuerdo a cifras presentadas por su creador Mark Zuckerberg, a través de las cuales se conoce que en el 2014, la cifra de usuarios activos de esta plataforma aumentó hasta ubicarse en 1.350

millones, evidenciando su enorme influencia en las relaciones e interacciones que se generan entre las personas y las empresas, a través del espacio virtual.

Al respecto del éxito de esta red social, Albornoz (2015) señala que Facebook se constituye como un instrumento socio técnico que se nutre tanto de tejido tecnológico como de tejido social, permitiendo que las personas puedan introducirse en el ciberespacio y establecer distintos tipos de interacciones que dependerán de sus intereses y necesidades.

Sin embargo para ser parte de esta red de redes, las personas deben crear un perfil que se constituye como “la página personal del usuario/a que le permite compartir información personal con otros usuarios, además de ofrecer diferentes funcionalidades, similares a las que se aplican en una relación entre amigos.” (Fundación Enredar, 2011, pág. 1)

También se debe señalar que en el perfil que establece una persona pueden colocarse distintos elementos que lo identifican, como una foto de presentación, información relacionada con su trabajo y formación académica, lugares en los cuales ha vivido, algún número de teléfono o dirección de contacto, las relaciones familiares que tiene con otros usuarios, así como detalles personales y acontecimientos importantes que describen la personalidad del usuario. (Ver anexo 4)

Por su parte, la Fundación Enredar (2011) señala que mediante el muro correspondiente a cada perfil, las personas pueden compartir información sobre si mismas a través de recursos como fotografías, notas, páginas y aquellos eventos que pueden ser compartidos dentro de un grupo o de una manera mucho más general con todos los usuarios que consten en su lista de amigos/as.

Además es importante señalar que este muro se encuentra en constante transformación, gracias a los cambios realizados por los usuarios y por los administradores de la plataforma, generando una mayor dinámica a la hora de

construir las identidades virtuales, ya que a través de cambios en la forma de colocar fotografías en sitios como la portada, los usuarios generan un mayor protagonismo a la imagen en relación a la palabra, transformando la forma de interacción con otros usuarios.

Por consiguiente estos cambios en principio, pueden generar molestias entre algunos de los usuarios, sin embargo con el paso del tiempo son asumidos de manera natural, sin cuestionar las decisiones realizadas por los administradores de la plataforma, estableciendo una falta de libertad del usuario en relación a los cambios de diseño y administración de recursos dentro de esta red social.

3.3 Perfiles en línea y no en línea

Una vez que una persona ha creado un perfil en Facebook es común que acceda a este de una manera constante y permanente para estar en contacto con otros usuarios, informarse de distintos acontecimientos, compartir publicaciones, eventos o fotografías, o simplemente para conversar con sus amigos a través del chat, estableciéndose así un perfil en línea.

Sin embargo existen personas que por diversas razones no acceden de manera frecuente a esta plataforma, generando un perfil no en línea, que se caracteriza por la falta de publicaciones y por la limitada visita a la plataforma generando interacciones mínimas. (Ver anexo 5)

En contraparte a esta posición, la psicoterapeuta Gilda Moreno manifiesta que existen personas que desarrollan una adicción por conectarse a Facebook, sobre todo si se considera que en la sociedad actual, la tecnología se constituye como un elemento fundamental en las interacciones que desarrollan con otras personas, así como para su acceso a la información, por esta razón:

Las redes sociales se convierten en un caparazón que permiten decir y expresar situaciones, emociones y sentimientos que en ocasiones no

son verdaderas, o que en la realidad no seríamos capaces de hacer. (...) Los más jóvenes son la población más activa, pero también más vulnerable. Subir fotos con frecuencia y hacer comentarios constantes son parte de sus actividades en sitios como Facebook (...) debido a su necesidad de ser aceptados por los demás, de ser populares para recibir a cambio un elogio, palabras bonitas que los hagan sentir bien, haciendo que su autoestima se eleve y se sientan más seguros de sí mismos. Moreno (2012)

3.4 Un “estatus” en la plataforma virtual

Una de las características del éxito en Facebook es su capacidad para transmitir información o vincular al usuario con su comunidad a partir de los estados que comparten en sus perfiles y que pueden ser visualizados por sus contactos, para lo cual la persona debe dirigirse al cuadro que se sitúa en la parte superior de la página de Perfil, donde aparece la leyenda "¿Qué estás pensando?", la misma que proporciona una serie de posibilidades, como: me siento: triste, alegre, decepcionado, enojado... estoy comiendo, leyendo.

De igual forma, dichos estados se vinculan a una serie de opciones que el usuario puede escoger para etiquetar a otros usuarios en el momento de realizar sus publicaciones, incluso a través de dichos estados compartidos, el resto de usuarios puede conocer la ubicación en donde se realiza la publicación, así como la fecha y hora de la misma, además de añadir otros detalles asociados a las acciones que realiza la persona. (Ver anexo 6).

Además como lo señala, la Fundación Enredar (2011), en dicha sección el usuario de Facebook puede “compartir la dirección de una página web, un artículo, (escribiendo directamente la URL) o simplemente informar a sus amigos de lo que hace introduciendo el texto y pulsando la opción "Publicar".” De igual forma, esta plataforma permite que sus usuarios puedan generar estados a partir de otras herramientas como dirigir preguntas a sus contactos, agregar fotos que pueden ser capturadas con la webcam o un teléfono móvil, y

también extraídas de un computador o de sitios web, las cuales se pueden etiquetar a otros usuarios para que comenten sobre las mismas o indiquen que les gusta.

Es importante señalar que estas herramientas permiten que el usuario de Facebook puede transmitir todo un conjunto de información al resto de contactos, acción que se denomina estado y que contribuye con el nivel de interacción que se genera en las redes, ya que por lo general mientras mayor es el número de estados que se publican, existe una mayor interacción en la red, a través de debates y comentarios en torno a las publicaciones realizadas. Cabe señalar además que según lo planteado por Albornoz (2015), las redes sociales como Facebook exigen la actualización de los contenidos que se muestran en cada una de las páginas de los perfiles personales y fan pages, ya que de lo contrario no se genera una verdadera interacción en la plataforma, puesto que el individuo pierde visibilidad y protagonismo con el resto de la comunidad virtual; por ello no resulta extraño que los usuarios inviertan gran parte de su tiempo en actualizar sus estados, generándose una especie de hipnotismo hacia los distintos contenidos de esta herramienta comunicacional.

3.5 Ver la vida del otro: Público y privado

Uno de los aspectos que más discusión generado Facebook es la aparente o real ruptura de la esfera privada de la información, generada por la dinámica de los usuarios por compartir diariamente, los momentos más relevantes e irrelevantes de su vida, ya que no solamente al actualizar el estado/estatus, el usuario “publicita” su vida privada, sino que lo hace también al utilizar el resto de herramientas que posee esta red virtual.

Al respecto de ello, Casassus (2010) señala que una de las principales razones por las cuales los usuarios de Facebook comparten información de sus vidas privadas con el resto de la comunidad virtual se debe a su necesidad de ser reconocido y adquirir un cierto nivel de popularidad.

En este sentido, otros autores como Cappucci y Davini (2010) manifiestan que “la privacidad no posee fronteras definidas y tiene diferentes significados para cada persona, por ello los mismos individuos son responsables de mantener sus vidas y actos personales fuera de la vista del público, o de controlar el flujo de información sobre sí mismos” (p. 13).

Sin embargo, este criterio no siempre se aplica en las redes sociales o en el caso de Facebook, ya que cada vez es más evidente la presencia de información que antes del apareamiento de las nuevas tecnologías de comunicación, estaba destinada a circular entre los amigos y familiares de una persona, y no ante desconocidos que desde la red establecen una especie de vigilancia virtual.

Según lo expresa Casassus (2010), muchos usuarios de Facebook no son realmente conscientes de que con sus publicaciones están traspasando la delgada línea de lo privado a lo público, exponiéndose de tal forma que su intimidad puede ser violentada, ya que no solo sus amigos logran acceder a esta información, sino que incluso con la creación de perfiles falsos, personas desconocidas pueden acceder a detalles de su vida que pueden ponerlos en peligro.

Intentar comunicar un secreto en un entorno con millones de testigos potenciales como sucede en Facebook, es casi imposible, y la probabilidad de que alguien ajeno sea partícipe o testigo, de una conversación entre dos interlocutores se incrementa. Una característica principal de las redes sociales en general, es la cantidad de participantes indirectos existentes, como los llama Hymes en su modelo Speaking. Dado que esta red social es verdaderamente global, ningún secreto de valor debería ser comunicado a través de ella. (...) Si bien existen contraseñas y configuraciones que regulan la privacidad que una persona espera tener de su perfil de Facebook, nadie es capaz de asegurar que eso se cumpla, debido a que amigos de amigos (y así sucesivamente), son testigos de la información compartida. La realidad

es que aun tomando todas las precauciones que las redes sociales ofrecen, no es suficiente ni se garantiza una total protección de la información, sino que la privacidad se mantiene de forma parcial. (Casassus, 2010, pág. 14)

De esta manera se puede señalar que en las redes sociales como Facebook se establece un tipo de reality show que permite vigilar la vida del otro desde la pantalla de un computador, invadiendo la privacidad que miles de usuarios sacrifican a cambio del reconocimiento y aceptación por parte del resto de la comunidad virtual, y “a cambio de beneficios percibidos, pero a menudo con un beneficio mínimo y con pérdidas y riesgos específicos.” (Casassus, 2010, pág. 14)

En relación a este aspecto, Regueiro y Levinton (2008) refieren que en la plataforma Facebook, lo que siempre está en juego es la continua acción de mirar al otro, ser mirado y mirarse a uno mismo, que genera un estado de satisfacción, ya que como lo señala Lacan, “la conexión fundamental con el otro como sujeto tiene que remitirse a la permanente posibilidad de ser visto por el otro, ya que sólo a partir de un semejante que lo sostenga, el sujeto puede percibirse a sí mismo.”

Por ello, la ruptura de lo público y lo privado en esta plataforma se constituye como una de sus principales características, ya que los usuarios se interesan por el mundo del otro, y por tanto el mundo personal o privado se abre, ya que el mundo de las otras personas se abre y es necesario que para que exista una adecuada interacción, ambas partes lleven a cabo la misma acción en igualdad de condiciones, ya que de lo contrario, el resultado sería la invisibilización del individuo en las redes sociales.

a. Dinámicas que se generan en la plataforma

El surgimiento de las redes sociales ha generado toda una serie de cambios en las distintas formas de interacción que establecen las personas, puesto que los

canales de comunicación se han modificado, además de que gracias a la tecnología, las personas pueden comunicarse a cualquiera hora del día, superando grandes distancias y de una manera mucho más rápida.

Por su parte, Ramírez (2002) señala que las interacciones que se desarrollan a nivel social se establecen mediante las distintas relaciones que se desarrollan de persona a persona y de persona a grupo. De esta manera en el caso de las redes sociales también se evidencian distintas dinámicas que las personas establecen a través de sus publicaciones, las cuales se constituyen como el mensaje que permite comunicar un contenido.

Dinámicas de persona a persona

En el caso de las interacciones que los usuarios de Facebook realizan de persona a persona se puede señalar que estas se realizan a través del chat personal y mediante el sistema de etiquetado de publicaciones en el muro de un perfil, que posteriormente puede ser observado por el resto de usuarios. (Ver anexo 7)

Es importante señalar que el contenido que un usuario recibe en su muro puede ser eliminado o desactivado, ya que la plataforma permite ocultarlo de la biografía o eliminarlo, sin embargo esta publicación puede aparecer bajo otro criterio de búsqueda, ya que Facebook se reserva el derecho de dicha publicación dentro de su base de datos. (Ver anexo 8)

Dinámicas de persona a grupo

Otro tipo de dinámicas que se generan en las redes sociales corresponden a aquellas que se establecen entre una persona y el resto de la comunidad virtual, para lo cual la personas publican desde su muro, toda clase de contenidos como fotografías, textos, enlaces y videos, que pueden ser visualizados por el resto de usuarios.

Es importante señalar que dichos contenidos publicados por un perfil pueden ser comentados y compartidos por el resto de usuarios, lo cual genera una mayor dinámica en la interacción que se generan entre las dos partes, ya que incluso en muchos casos la publicación de una persona puede generar una serie de debates que generan un feedback en cuanto al contenido emitido. (Ver anexo 9)

Además se debe especificar que otra de las opciones que los usuarios tienen para interactuar con otros perfiles es a través de su pertenencia a distintos grupos generados en Facebook, los cuales se generan a partir de intereses en particular adscritos al deporte, la música, entre otros. (Ver anexo 10)

Cabe señalar que debido a las constantes actualizaciones que Facebook ha realizado en la plataforma, también es posible que una persona a partir de su chat personal pueda añadir a otros perfiles para conformar un grupo que permite establecer un diálogo colectivo, a través del cual también se pueden compartir diferentes contenidos como imágenes, emoticones, textos y enlaces. (Ver anexo 11)

b. Facebook en constante cambio (actualizaciones)

De acuerdo a lo señalado por Zamora (2014), Facebook se constituye como una plataforma que presenta distintos cambios aplicados desde el 2004 hasta la actualidad con el objetivo de mejorar su diseño y facilitar el acceso a los usuarios a la plataforma, generando una mayor dinámica en cuanto al uso de esta herramienta de comunicación e interacción digital.

Cabe señalar que el primer diseño de Facebook generado en el 2004 correspondía a una plantilla básica que no permitía una mayor interacción en torno a las relaciones establecidas por sus usuarios como ocurre en la actualidad, tal como se evidencia en las siguientes figuras.



Figura 2. Diseño de Facebook 2004

Tomado de: Facebook (2004)



Figura 3. Facebook 2015

Tomado de: Facebook (2015)

Otro de los cambios más importantes realizados en Facebook corresponde a la implementación del “Atajo de Privacidad”, que se puede visualizar en cada perfil, al costado del nombre de la persona en la barra superior, en forma de un ícono de candado que permite establecer quién tiene acceso a las publicaciones de un perfil, además de observar el registro de actividad y mirar el perfil como un usuario para probar los distintos cambios.

Gracias a esta herramienta también se puede agregar la opción de mensajería para señalar quiénes pueden solicitar permiso para ver un determinado perfil; además que si el usuario lo desea puede bloquear a otro perfil para que no sea su amigo, y evitar así conversaciones o que aparezca públicamente en el timeline, tal como puede observarse en la siguiente figura.

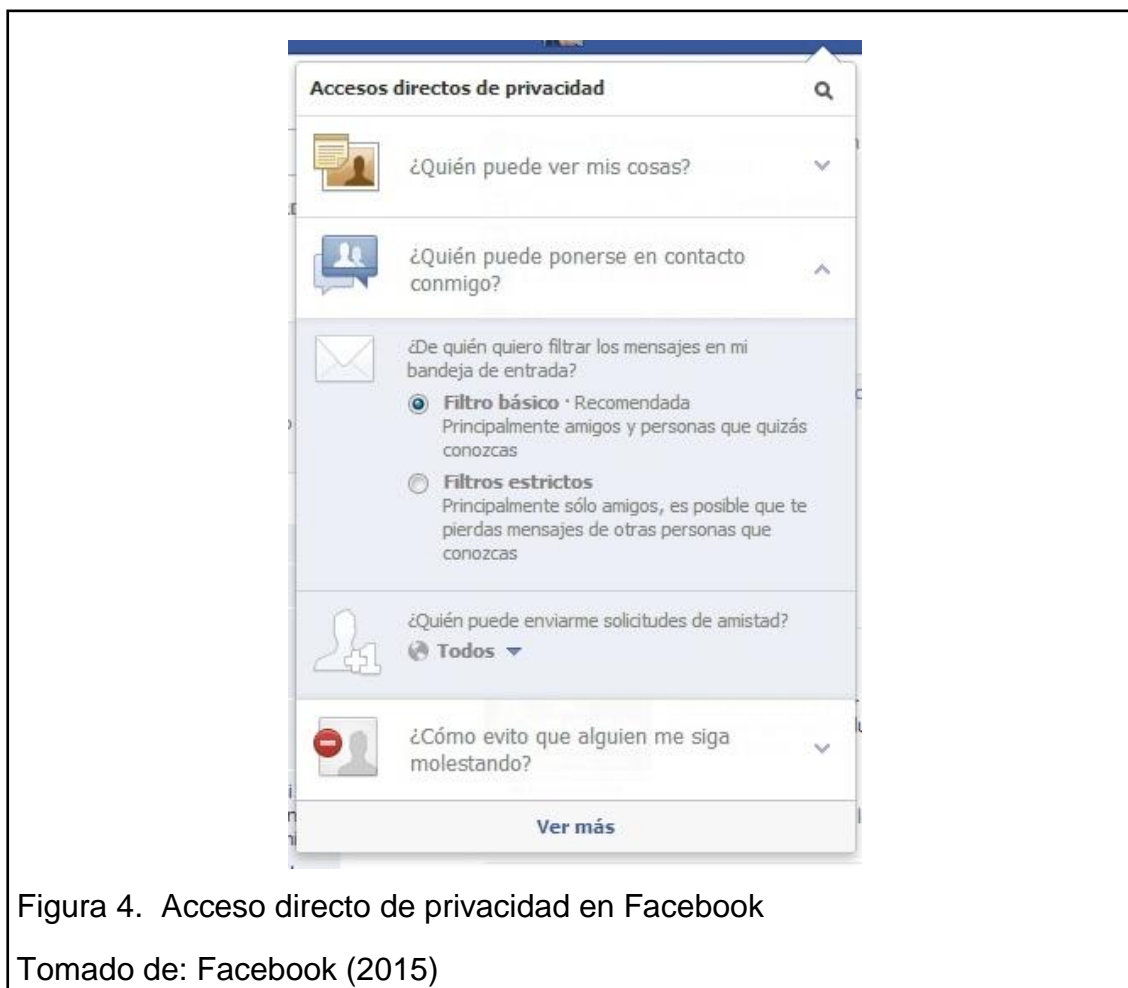


Figura 4. Acceso directo de privacidad en Facebook

Tomado de: Facebook (2015)

c. Análisis de la construcción de identidad en Facebook

Es necesario explicar que esta investigación se desarrolló mediante tres etapas mediante las cuales se logró recoger información relevante sobre la forma en que las personas construyen su identidad de manera virtual. De esta manera en la primera etapa se llevó a cabo una observación generalizada acerca del universo completo de investigación integrado por todas aquellas personas con una cuenta en Facebook, que permitió establecer los mecanismos de funcionamiento de esta red.

Durante una segunda etapa de esta investigación se recurrió a la realización de tres entrevistas realizadas a profesionales expertos en el tema de redes sociales e identidades virtuales, con el objetivo de fortalecer la construcción teórica acerca del tema de investigación a través de una triangulación de expertos en el tema.

Además durante esta etapa de investigación se delimitó a un mes, el tiempo para el análisis de la información publicada por los perfiles y fan pages seleccionados por el investigador en la plataforma de Facebook, ya que debido a la complejidad del análisis fue necesario delimitar dicha información.

Finalmente durante la tercera etapa se procedió a analizar los elementos mediante los cuales los perfiles seleccionados construyen su identidad virtual en la plataforma de Facebook, para lo cual se relacionó los contenidos planteados a nivel teórico en esta investigación con los elementos evidenciados en la práctica por los distintos usuarios.

De esta manera para establecer los elementos a través de los cuales se construyen las identidades en Facebook se seleccionaron cuatro cuentas, de las cuales dos de ellas corresponden a dos perfiles personales que fueron seleccionados en base al alto nivel de interacción que generan con otros usuarios, así como las publicaciones que generan día a día en las redes sociales.

Por otro lado, las otras dos cuentas seleccionadas corresponden a las fanpages más populares e importantes en el Ecuador, de acuerdo al sitio de tendencias socialbakers.com, que establece que las cuentas de Rafael Correa y Jaime Nebot se ubican entre las más influyentes y visitadas por cientos de usuarios en todo el país, tal como se muestra en la siguiente figura.

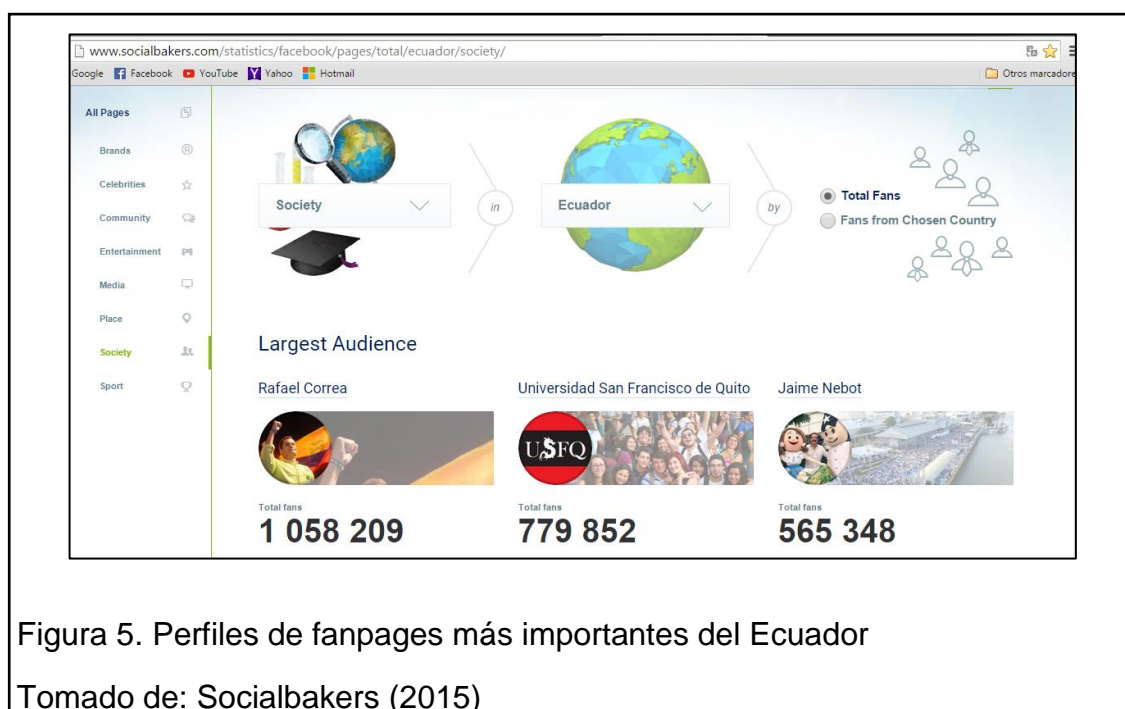


Figura 5. Perfiles de fanpages más importantes del Ecuador

Tomado de: Socialbakers (2015)

Es importante señalar que el criterio usado para la selección de estos perfiles corresponde a los argumentos anteriormente mencionados, así como el criterio del investigador, ya que este grupo de perfiles reúnen aquellos elementos a través de los cuales se construye la identidad virtual, tal como se ha especificado en los capítulos descritos anteriormente.

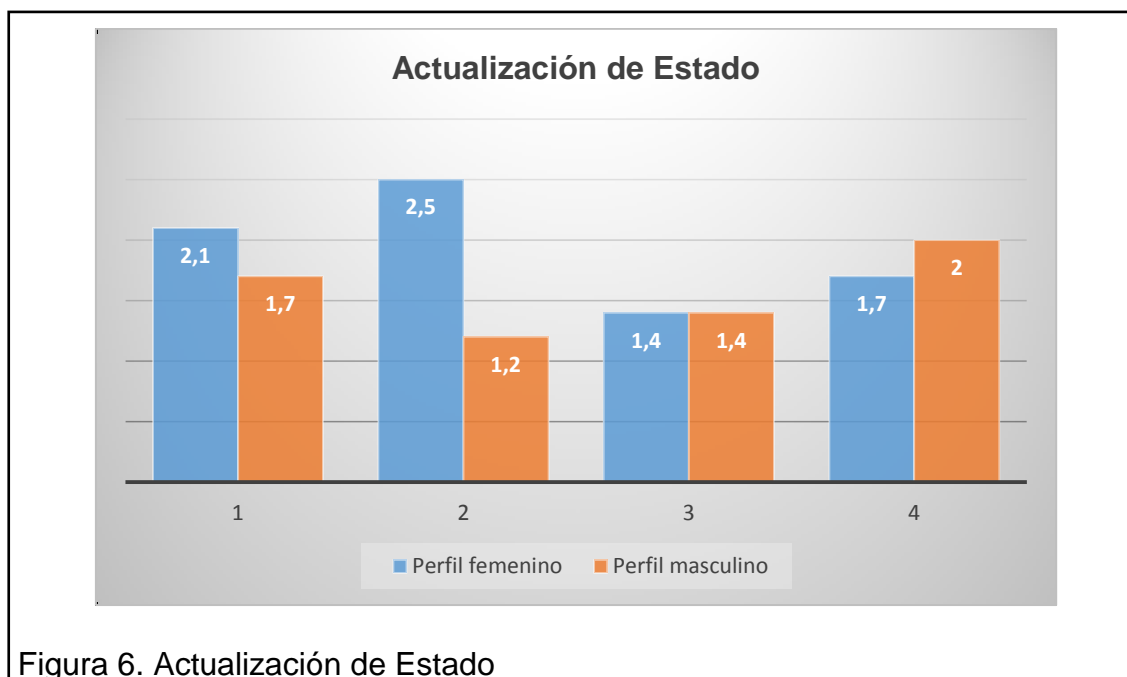
d. Construcción de identidad en Facebook - Perfiles personales

Para llevar a cabo el análisis de la construcción de identidad en Facebook se tomó en cuenta las publicaciones realizadas por los perfiles seleccionados, a partir del 01 de mayo al 31 de mayo, en los cuales se analiza el alto o bajo nivel de publicaciones realizadas diariamente, en base a un conjunto de elementos,

a través de los cuales se construye la identidad en las redes sociales, tal como se detalla a continuación en las siguientes tablas de frecuencia realizadas a partir de los datos que fueron analizados durante el mes delimitado para la observación

Cuadros comparativos de frecuencia de publicación de contenidos.

Perfiles personales



Análisis

Como se puede apreciar en la gráfica, la frecuencia de actualizaciones de estado es mucho más elevada en el caso del perfil del usuario de sexo femenino, ya que durante las tres primeras semanas de mayo superó a las actualizaciones realizadas por el perfil de sexo masculino, situación que se debe al número de fotografías publicadas, así como por la cantidad de comentarios realizados, razón por la cual se puede establecer que existe una mayor interacción por parte del usuario femenino hacia la comunidad virtual.

Cabe señalar que dichos estados se constituyen como los elementos que permiten que los usuarios construyan una identidad virtual que es transmitida hacia y validada por el resto de integrantes de la comunidad digital, ya que el resto de usuarios son quienes comentan y califican la información publicada, situación que genera una demanda de información actualizada para generar un mayor status en la red.

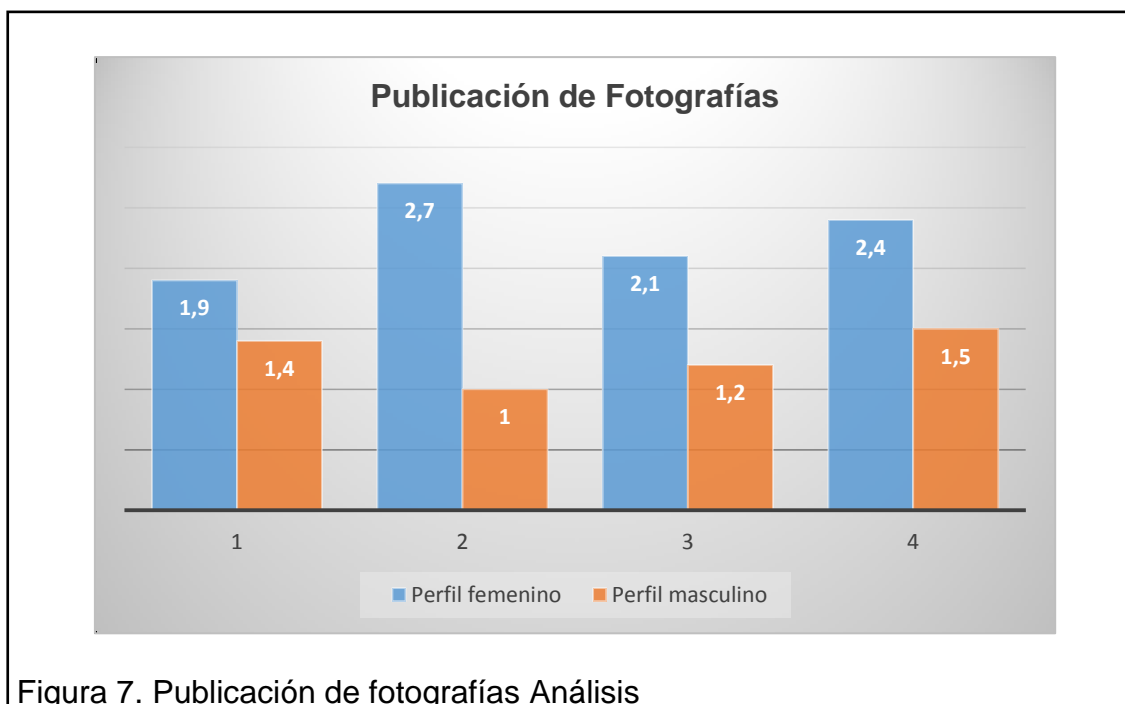


Figura 7. Publicación de fotografías Análisis

Como puede visualizarse en la gráfica, el nivel de publicación de fotografías en la plataforma Facebook es mucho más alta en el caso del perfil femenino, ya que durante las cuatro semanas del mes de mayo se mantienen en un puntaje medio que oscila entre 1,9 y 2,4 puntos, a diferencia del perfil masculino que se ubica en un puntaje bajo, lo cual determina que en este caso particular, las mujeres sienten un mayor interés en publicar fotografías que detallen las acciones que realizan fuera de la realidad virtual.

Además es importante señalar que el interés de publicar imágenes por parte del perfil de usuario femenino se debe a la demanda de este tipo de recursos por parte del resto de usuarios de la red (en su mayoría de sexo masculino), razón por la cual se genera una interacción entre las dos partes, que permite establecer un status en la red a través de la publicación de imágenes subidas

tanto para promocionar la propia imagen de la persona, así como para construir una línea de tiempo sobre los fragmentos y episodios de su vida que desea mostrar al resto de usuarios de la comunidad virtual.

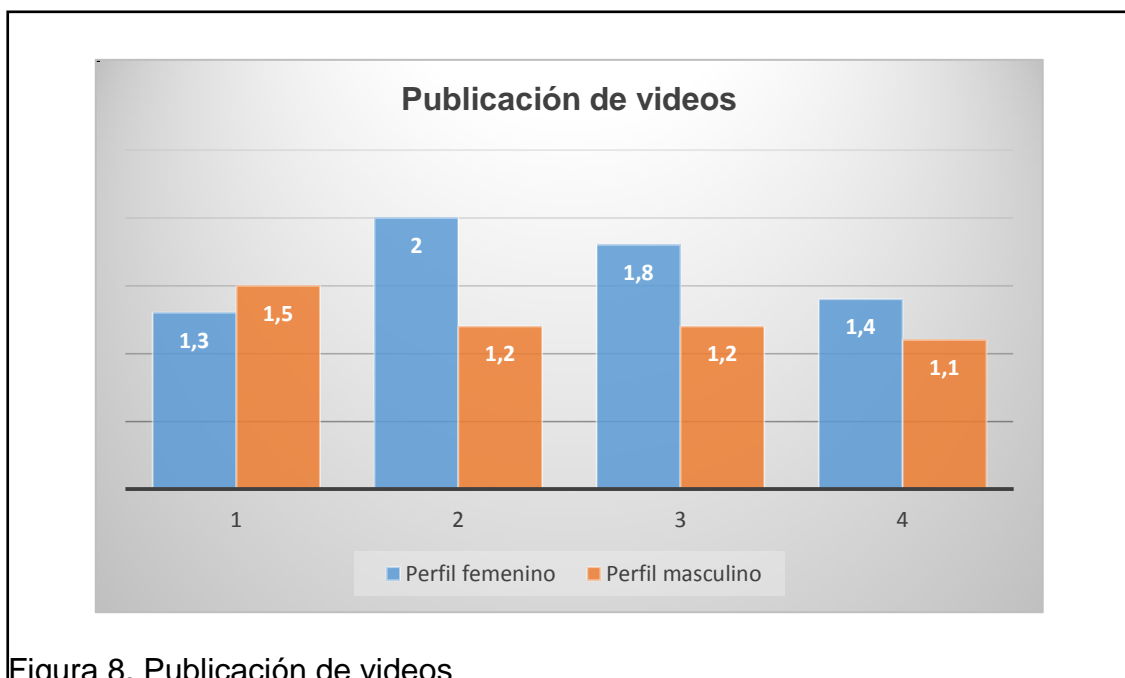


Figura 8. Publicación de videos

Análisis

Como se puede observar en la gráfica presentada, el nivel de publicación de videos es mucho más alto en el caso del perfil de usuario femenino, ya que durante las cuatro semanas se evidencia un puntaje que oscila entre 1,3 y 2, a diferencia del perfil de usuario masculino que empieza a disminuir durante el transcurso de las semanas del mes entero.

Es importante señalar que esto se debe en parte a los distintos intereses que demuestra el perfil de usuario femenino, quien publica videos de portales como youtube, vevo, entre otros, sobre distintos temas como salud, belleza, noticias, familia e incluso política, a diferencia del perfil de usuario masculino que se limita a videos asociados al deporte y salud; aspectos que en conjunto determinan la manera en que los usuarios se muestran ante el resto de internautas de la comunidad virtual, quienes construyen una imagen mental sobre un perfil en particular, en base al tipo de contenidos compartidos como los mismo videos.

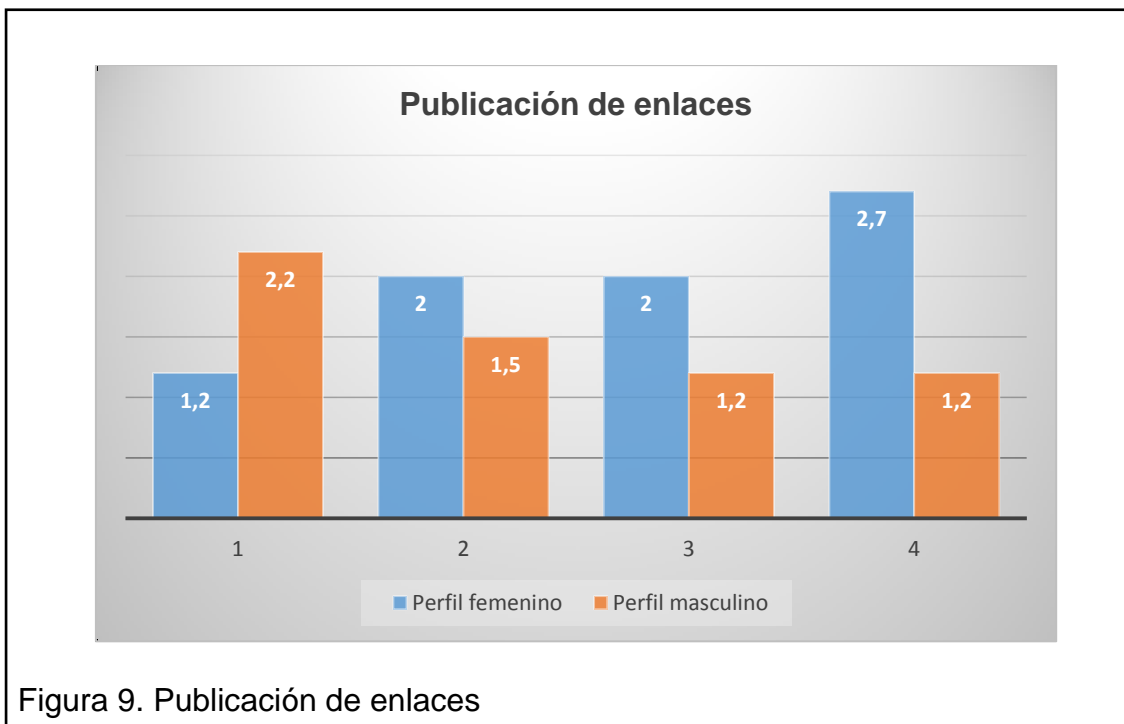


Figura 9. Publicación de enlaces

Análisis

Como se puede apreciar en esta gráfica, el usuario de perfil femenino es quien mantiene un mayor nivel de publicaciones de enlaces en la plataforma, ya que incluso la cuarta semana de mayo, casi logra colocarse en 3 puntos, a diferencia del usuario de perfil masculino que se mantiene en 1,2 puntos, determinando que generalmente son las mujeres quienes mantienen un mayor número de publicaciones dentro de la comunidad virtual, ya que a través de este elemento reflejan su opinión acerca de los temas que les resultan interesantes, y que en cierta forma determinan su identidad virtual.

Además cabe señalar que la publicación de enlaces genera una mayor interacción en la plataforma, ya que a través de noticias de otros sitios web, los internautas pueden generar comentarios y críticas hacia los contenidos expuestos, generando debates entre el usuario del perfil, quien a su vez gana un mayor status dentro de la comunidad virtual.

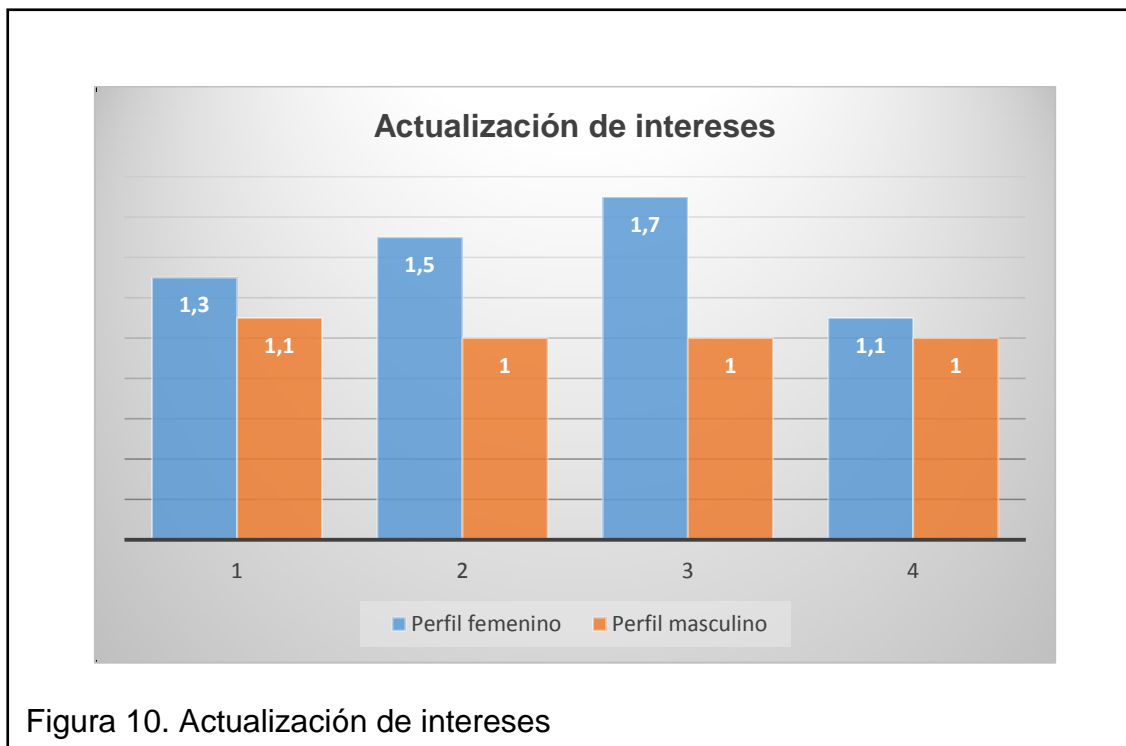
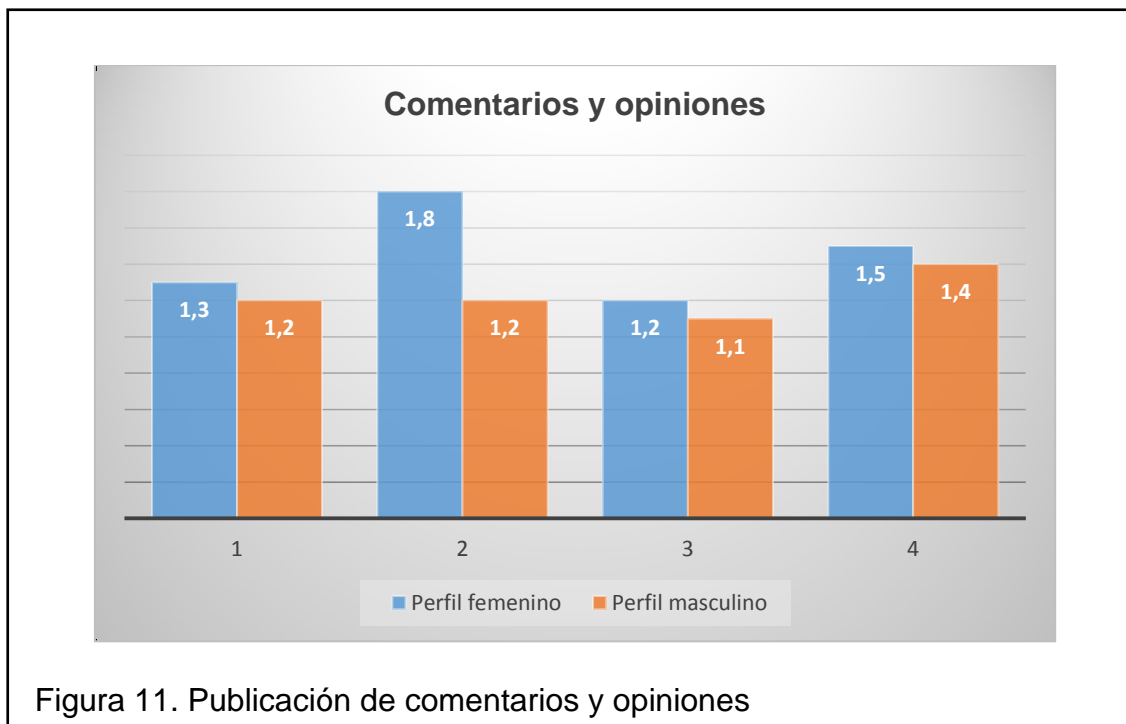


Figura 10. Actualización de intereses

Análisis

Como se puede visualizar en la gráfica, este es uno de los elementos que menos se utiliza dentro de la plataforma de Facebook tanto por parte del perfil de usuario femenino como masculino, debido a que la mayoría de personas prefieren realizar otro tipo de publicaciones relacionadas con fotografías o videos, ya que los intereses se establecen a partir de la evaluación de distintos productos culturales como películas, artistas musicales, equipos de fútbol, entre otros.

Sin embargo es importante señalar que a través de estos elementos también se construyen las identidades virtuales, ya que definen los gustos particulares de una persona hacia el resto de usuarios de la comunidad virtual, razón por la cual muchos usuarios antes de aceptar un nuevo amigo en la plataforma, revisan esta información para tener una referencia de que persona se trata.



Análisis

Como se puede visualizar en la gráfica, el perfil de usuario femenino es quien establece un mayor nivel de comentarios y opiniones respecto al resto de publicaciones realizadas por parte de otros usuarios, ya que como se puede observar durante las cuatro semanas de mayo, el puntaje se incrementa, a diferencia del perfil de usuario masculino que se mantiene por debajo de 1,4 puntos.

Este elemento sin duda determina que por lo general son las mujeres quienes establecen una mayor interacción dentro de Facebook, debido a la opinión que transmiten hacia las publicaciones realizadas, a diferencia de los hombres, quienes en mucho de los casos prefieren no debatir acerca de los contenidos publicados, exceptuando aquellas publicaciones que incluyen fotografías de mujeres.

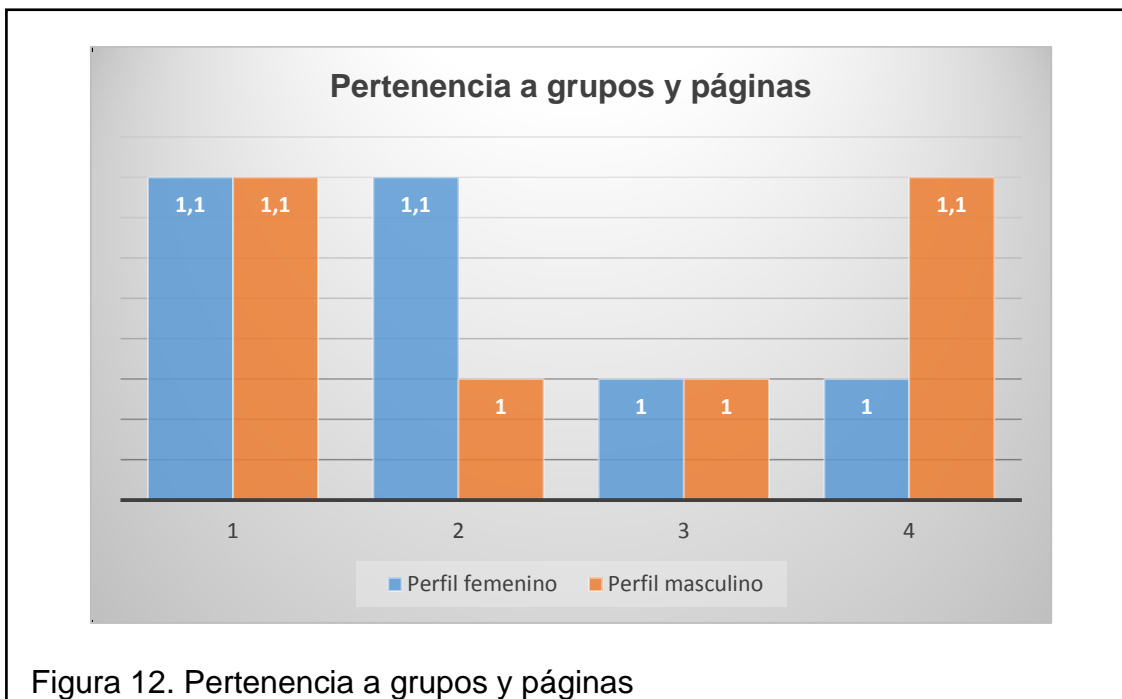


Figura 12. Pertenencia a grupos y páginas

Análisis

Como se puede apreciar en esta gráfica, el nivel de pertenencia a grupos y páginas es bajo tanto en el perfil de usuario masculino como femenino, determinando que no existe un alto interés de estas personas por ser parte de grupos virtuales creados dentro de Facebook en base a grupos e intereses comunes, lo cual determina que esta es una de las herramientas menos utilizadas dentro de la red.

Sin embargo es importante señalar que esta herramienta es muy importante dentro de la construcción de identidad virtual, ya que permite que las personas puedan conocer a otros usuarios de la red, a partir de gustos e intereses similares, lo cual facilita una mayor comunicación, ya que el objetivo primordial de estos grupos y páginas es que se pueda intercambiar información referente a un tema o interés en particular.

Análisis de resultados

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede determinar que los usuarios correspondientes al perfil femenino y masculino actualizan de manera frecuente

la información en cada uno de sus muros, donde además colocan diversos contenidos, entre los que cuales las fotografías, los enlaces y las opiniones tienen una mayor relevancia.

Al respecto de ello, en una entrevista concedida en el 2015 por Albertina Navas, consultora y experta en periodismo digital, se refiere que las publicaciones realizadas por los usuarios en Facebook se constituyen como la fuente principal de información para el resto de la comunidad virtual, ya que a través de los contenidos compartidos se puede establecer el story line que la persona construye en la red, en relación a su propia vida y los estados emocionales que exteriorizan ciertos detalles de su propia personalidad.

Este aspecto es sumamente importante, ya que el usuario es quien brinda información al resto de la comunidad virtual, estableciendo una especie de filtro sobre aquello que desea que los demás conozcan, y que como puede observarse en la mayoría de las publicaciones realizadas corresponde a situaciones positivas sobre la vida de las personas que han sido escogidas para la investigación, generando una especie de idealización de lo perfecto y armonioso, que incluso se refleja en las fotografías de los perfiles donde gestos como sonrisas y momentos de alegría son totalmente evidentes.

Además como lo manifiesta, Daniela Heinemann, coordinadora de Redes Sociales en Ecuador TV y Radio Pública del Ecuador, en el campo de la comunicación digital como en las redes sociales, lo visual es un aspecto muy importante, ya que cada vez existe una migración mucho más fuerte de los usuarios hacia la construcción de contenidos a través de videos, puesto que las personas dedican menor tiempo a la lectura de textos; por esta razón resulta importante el uso de infografías, y recursos creativos que apelen al uso de la imagen, donde el culto a una belleza estereotipada está presente, reforzando las ideas de estereotipos de la mujer y el hombre perfecto.

Por ello, no resulta nada extraño observar en Facebook fotografías que incitan a la sensualidad y provocación hacia el resto de la comunidad, con el objetivo

de llamar la atención del resto de usuarios, tal como se puede observar en la siguiente fotografía extraída de uno de los perfiles de estudio.



Figura 13. Imagen de Facebook

Tomado de: Facebook (2015)

Por otra parte y gracias al análisis realizado con los dos perfiles seleccionados para la investigación, es evidente la publicación de distintos videos e información compartida por otros usuarios, los cuales generan distintos tipos de interacción entre el resto de actores de la comunidad virtual, estableciendo una mayor presencia y status en la red, ya que como lo señala Pistecilli et al. (2010), las personas construyen su identidad de una manera colectiva, construida en relación a las interacciones con otros usuarios, ya que su opinión se hace presente a través de “comentarios, tags, pulgares hacia arriba y la opción «me gusta»”.

Este aspecto resulta fundamental para la construcción de identidad en las redes sociales, ya que un perfil no existe por sí solo, sino que se construye a partir de su interacción con los demás, su pertenencia a otros grupos y el nivel de aceptación que pueda recibir por parte del resto de usuarios, situación que permite comprender el tipo y cantidad de publicaciones que se emiten diariamente en la plataforma con el objetivo de captar la atención y la aprobación de la comunidad virtual, fenómeno que incluso puede confluir en una especie de cyber adicción a la red, sobre todo en el caso de aquellas personas que presentan dificultades para relacionarse socialmente con otras personas de manera tradicional, ya que como lo plantea el psicólogo Enrique Echeburúa, la adicción a Facebook está provocando problemas alarmantes en el trastorno de la personalidad de muchos jóvenes y adolescentes, quienes debido al contexto tecnológico en el que se encuentran terminan por someterse a una vida virtual que les genera muchas depresiones y frustraciones en cuanto a su vida afectiva.

Desde otra perspectiva se debe referir que mediante los resultados obtenidos a través de la información publicada por estos perfiles es indudable que estas personas construyen representaciones de su identidad, mediante la exposición de distintos aspectos de su interioridad y exterioridad, manifestados gracias a los relatos y contenidos que publican y comparten con el resto de usuarios, ya que se constituyen como elementos simbólicos que permiten contar a los demás, su estado de ánimo o su opinión respecto a una determinada sensación que los afecta, tal como se puede observar en las siguientes capturas de pantalla.



Figura 14. Imágenes de Facebook

Tomado de: Facebook (2015)

En cuanto al material gráfico compartido por los usuarios se debe referir que las imágenes publicadas se constituyen como representaciones de las actividades más importantes que desean mostrar al resto de personas, estableciendo una especie de idealización del yo que genera un estado narcisista sobre la persona, quien busca borrar cualquier defecto y presentar un sujeto completo, sin falencias, totalmente positivo.

Al respecto de ello, Navas (2015) manifiesta que las imágenes se constituyen como un elemento clave en la construcción de identidad de los usuarios de Facebook, ya que estas transmiten varias ideas que las personas desean construir en el imaginario del resto de la comunidad virtual, por ello las imágenes seleccionadas son escogidas cuidadosamente por los usuarios de Facebook con el objetivo de generar una idea positiva y agradable sobre sí mismas, y así lograr la aceptación y reconocimiento de los demás, lo cual se establece como una especie de tergiversación y manipulación de la información brindada, ya que no corresponde a la que se podría reconocer de forma física en la realidad.



Figura 15. Imágenes de Facebook

Tomado de: Facebook (2015)

Finalmente es importante establecer que desde la perspectiva de esta experta, uno de los rasgos significativos en las interacciones que constituyen los perfiles personales de Facebook está asociado con el intercambio de información particular e íntima, puesto que el tipo de relación que se establece dentro de la plataforma se genera en base a los vínculos afectivos generados en la vida real de estas personas, puesto que la mayoría de amigos virtuales que poseen se remiten a familiares, amigos de la infancia o compañeros de distintos espacios como el trabajo o la universidad.

Perfiles de Fan page

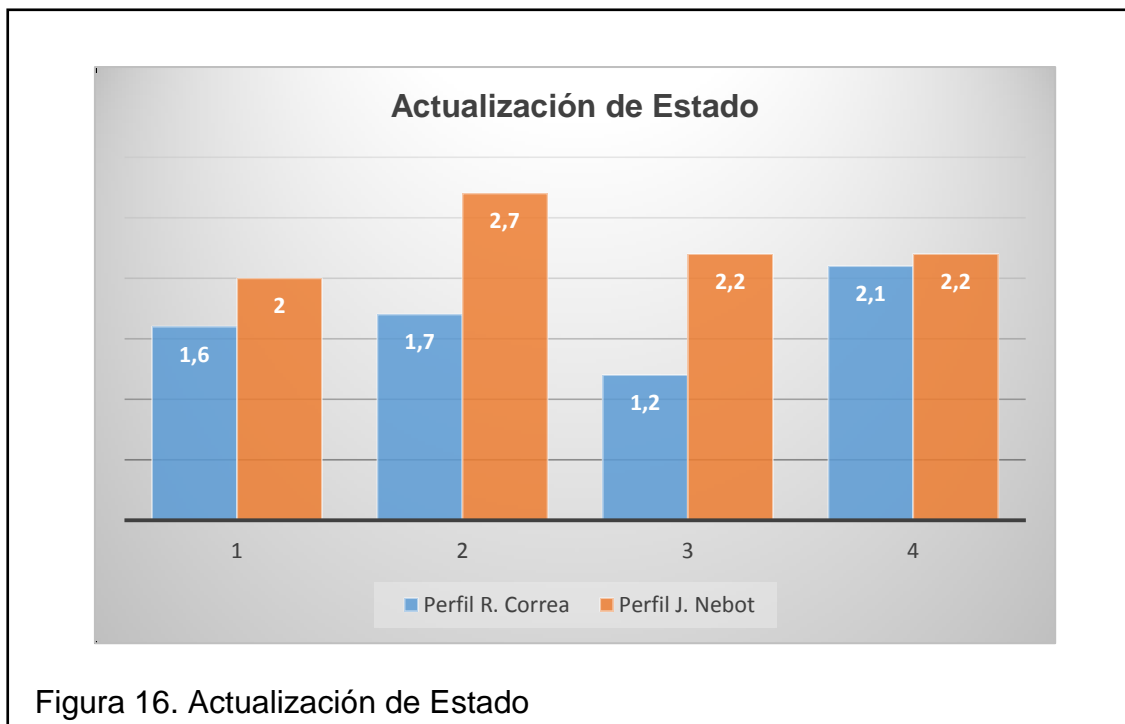


Figura 16. Actualización de Estado

Análisis:

Como se puede visualizar en la gráfica, en el caso de los fan pages se debe señalar que la página de Jaime Nebot es la que tiene un mayor nivel de actualizaciones de estado, durante el mes, ya que casi alcanza los tres puntos, a diferencia de la de Correa que se mantiene por debajo de 2,1 puntos.

Este contexto sin duda refleja que la actualización de Estado es uno de los recursos más utilizados por estos perfiles públicos, ya que a través de estas publicaciones se informa a las personas acerca de la gestión desarrollada por estos personajes de la política dentro del país, razón por la cual la mayoría de posts realizados corresponde a sus gestiones gubernamentales.

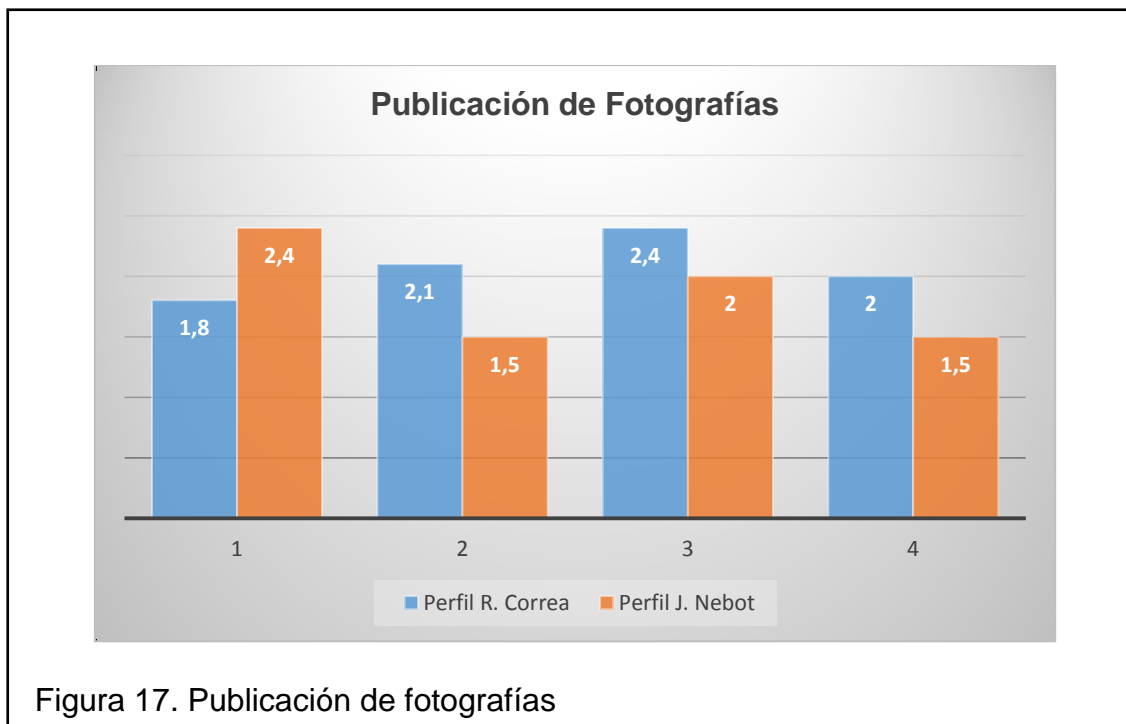
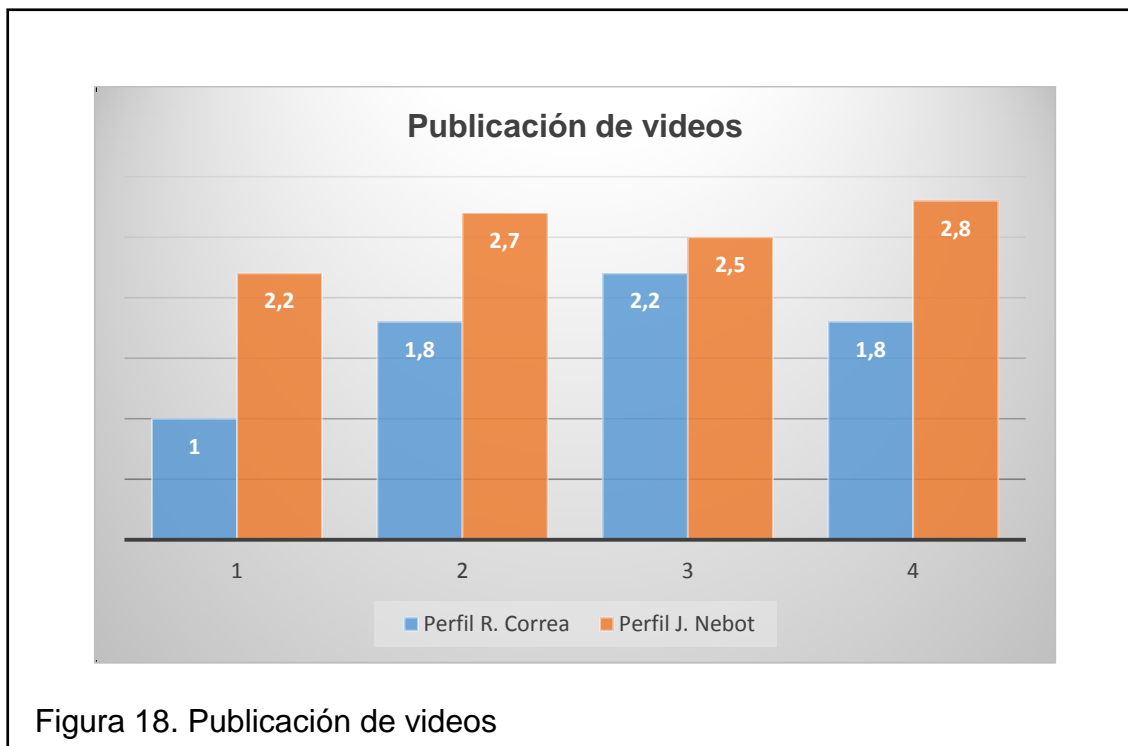


Figura 17. Publicación de fotografías

Análisis:

Como se puede apreciar en esta gráfica, la página de Rafael Correa es la que publica una mayor cantidad de fotografías, ya que durante el mes de mayo, es la que mayor puntaje obtuvo, sin embargo cabe mencionar que la página de Jaime Nebot también presentó la publicación de distintos tipos de fotografías.

Es importante señalar que este elemento se constituye en uno de los más importantes, ya que refleja la imagen que ambos personajes políticos desean consolidar en la opinión del resto de usuarios de la plataforma, además que muchas de las fotografías publicadas corresponden a la gestión realizada durante su administración, acción que se establece como un mecanismo de marketing político de una marca que se desea promocionar a través de las redes sociales.



Análisis:

En lo que respecta a este elemento se debe señalar que la página del candidato Jaime Nebot es la que publica una mayor cantidad de videos, ya que como se demuestra en la gráfica durante todo el mes de mayo se generó un incremento de publicaciones de videos asociados a distintos recorridos realizados por este personaje, a fin de comunicar a la comunidad virtual la gestión desarrollada en la ciudad de Guayaquil.

Es importante señalar que los videos publicados por estas dos páginas corresponden a los posteados por otras páginas, ya que en el caso de las fan pages, es más relevante que otras fuentes o personas publiquen información acerca del personaje, pues la imagen que se construye se torna en una especie de marca, que resulta más interesante de consumirla o visitarla, si el resto de usuarios de la red la recomiendan o visitan.

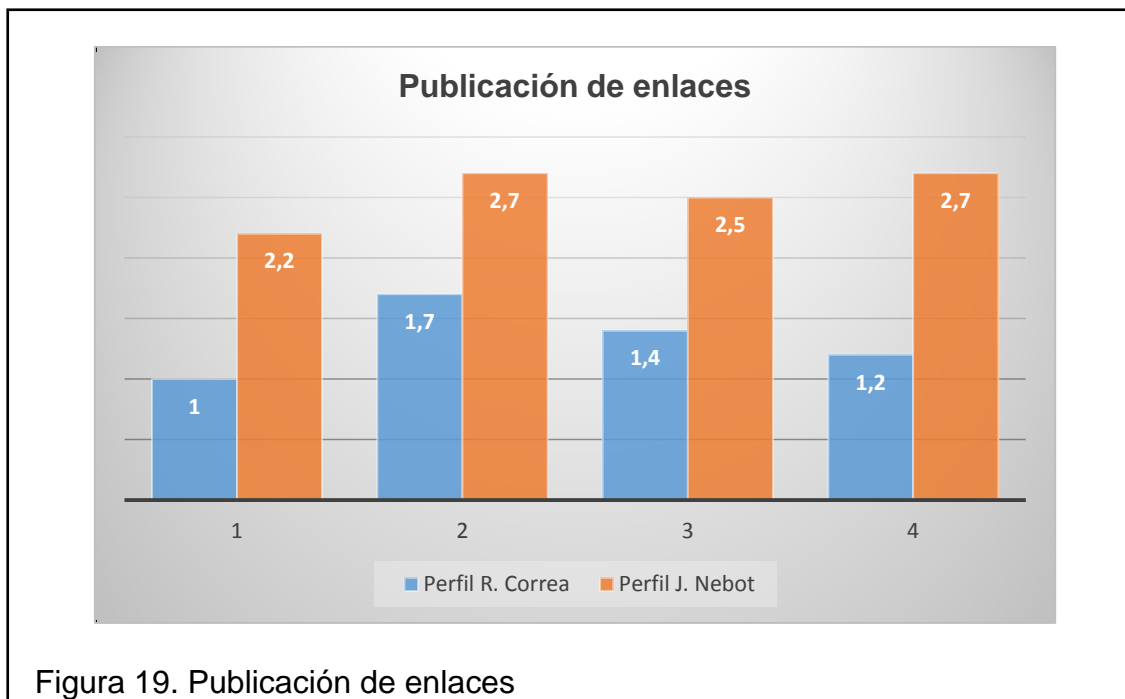


Figura 19. Publicación de enlaces

Análisis:

Como se puede apreciar en esta gráfica, la página de Jaime Nebot es la que realizó durante el mes de mayo un mayor número de publicaciones de enlaces, sobre todo aquellos provenientes de fuentes como medios de comunicación, con el fin de dar a conocer la labor realizada sobre su gestión política y para denunciar irregularidades de otros partidos políticos.

Es importante señalar que a través de este elemento, las fan pages adquieren una mayor interacción con los usuarios de la red, de una manera indirecta, ya que no son los perfiles los que generan información propia, sino que por el contrario utilizan otras fuentes para dar a conocer lo que se está hablando de la persona a la cual pertenece dicha página, estableciéndose como una especie de marketing indirecto de opinión pública.

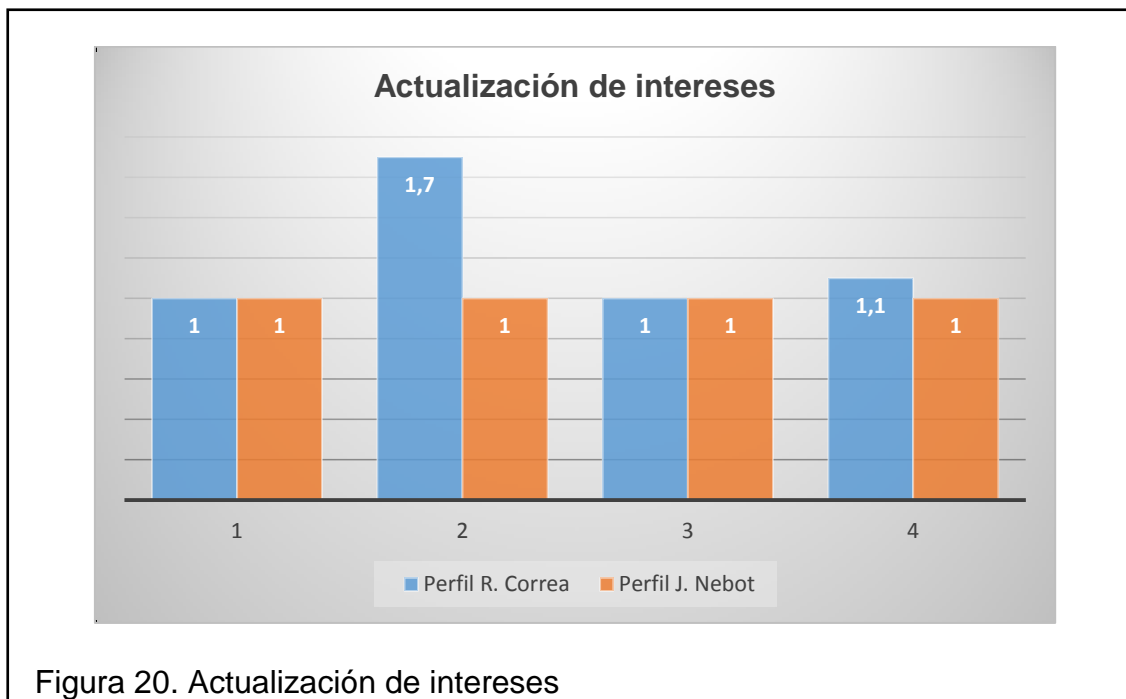


Figura 20. Actualización de intereses

Análisis:

Como puede apreciarse en esta gráfica, tanto la página de Rafael Correa como la de Jaime Nebot presentan un bajo nivel de intereses, debido en parte a que ambos personajes se tratan de figuras públicas, y por lo tanto, no pueden establecer publicaciones que remitan a sus gustos personales, a diferencia de lo que ocurre en los perfiles personales de Facebook.

Sin embargo es importante mencionar que las publicaciones asociadas con intereses se remiten a noticias, datos, o actividades asociadas a sus gestiones políticas, ya que a través del fan page se busca promocionar y fortalecer la imagen de estos personajes dentro de la opinión pública que se genera dentro de la plataforma virtual.

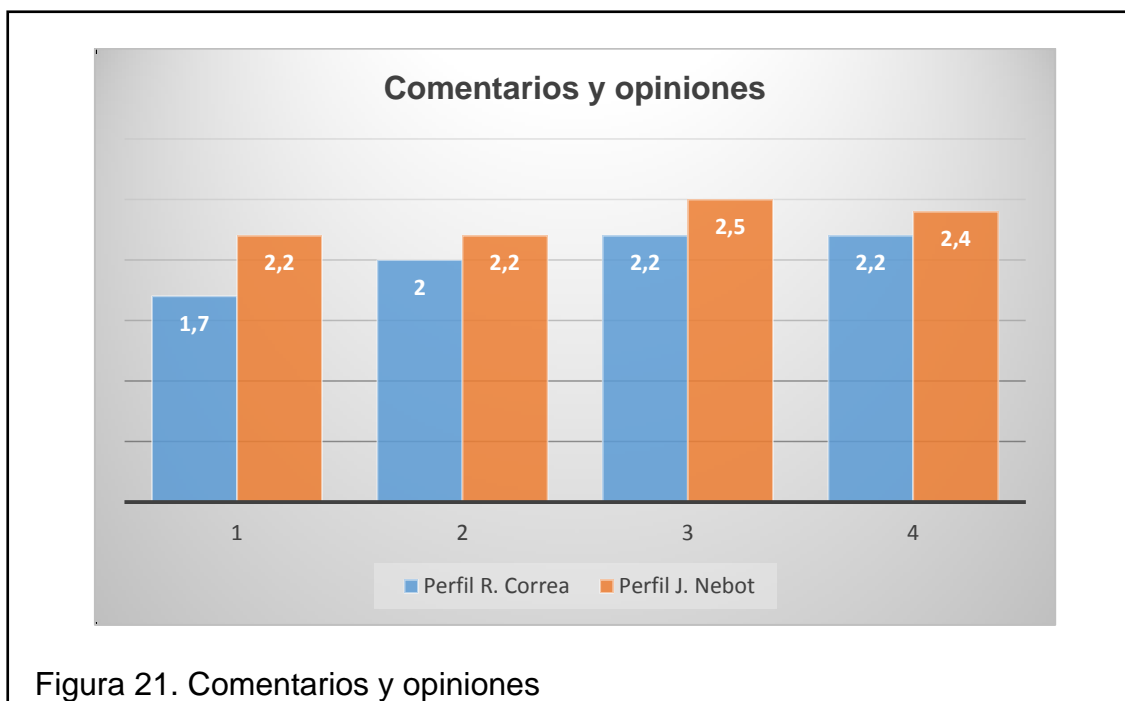
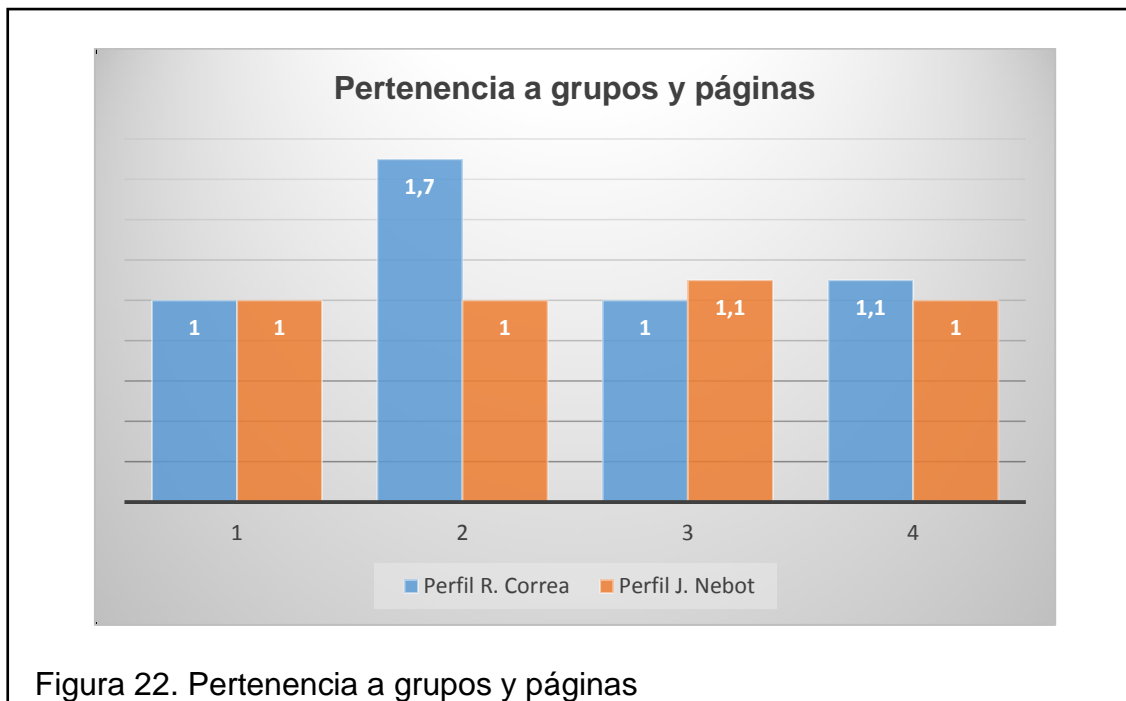


Figura 21. Comentarios y opiniones

Análisis:

En lo que respecta a los comentarios y opiniones se debe señalar que en ambos casos se presenta un alto nivel de publicación de los mismos, en las fan pages de ambos personajes, sin embargo Jaime Nebot es quien obtuvo una puntuación más alta en este aspecto, debido en parte a que responde a las opiniones de los otros usuarios a través de recursos como imágenes y videos posteados por otras páginas, recurriendo a la estrategia de generar opinión mediante otras opiniones.

Es importante señalar que este recurso se lo utiliza de una manera distinta que en los perfiles personales, ya que al tratarse de personajes públicos como en este caso, sus usuarios no pueden responder de una manera directa, sino que deben hacerlo a través de otros recursos, o como a través de otras personas, tal como lo realiza Rafael Correa, quien al recibir un comentario o denuncia de un usuario, lo direcciona a alguna institución del Estado o a alguna otra persona en un cargo público, evitando una confrontación directa dentro de las redes sociales.



Análisis:

Finalmente se debe señalar que en el caso de las fan pages analizadas, ambos personajes presentan un bajo nivel de pertenencia a grupos, situación que se debe a que como se lo había manifestado anteriormente, este tipo de perfiles se utilizan más para promocionar a una figura pública o marca, y por lo tanto no reflejan los intereses de las personas a quienes representan.

Sin embargo en algunos casos, se pudo evidenciar la suscripción del fan page a una página en particular con el objetivo de compartir información acerca del personaje que se promociona, así como para denunciar algún tipo de noticia asociada al contexto social en el cual se generó dicha información, promoviendo la imagen del personaje, y estableciendo un tipo de interacción directa con el resto de usuarios, quienes pueden comentar y debatir acerca de las publicaciones realizadas en dichas fan pages.

Análisis de resultados

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede determinar que los personajes correspondientes a las dos fan pages (Rafael Correa y Jaime Nebot) actualizan de manera frecuente la información en cada uno de sus muros, espacio donde a diferencia de los perfiles personales, se colocan noticias relacionadas con su gestión política, así como aquellas actividades realizadas de manera cronológica, ya que una de las principales funciones que cumplen sus publicaciones es la de informar a la ciudadanía.

Al respecto de ello, Navas (2015) señala que debido a que el fan page se constituye como un espacio comercial corporativo que permite promocionar un servicio, marca o una personalidad del ámbito público, las publicaciones que se realizan generalmente pertenecen a terceras fuentes y corresponden a noticias que resultan interesantes para el sector de la comunidad digital al que está dirigido este tipo cuenta, permitiendo reforzar la identidad y contenidos de la misma.



Figura 23. Imágenes de Facebook
Tomado de: Facebook (2015)

Este aspecto es muy importante, ya que la identidad que se construye sobre el fan page se genera a partir de lo que los “otros” dicen sobre mí, brindando una especie de credibilidad a través de las publicaciones que otras páginas o usuarios realizan sobre ésta, generando una interacción con el resto de la comunidad que se convierte en la fuente de información principal para ser visible dentro de Facebook.

Además se debe referir que en criterio de Heinemann (2015), en el caso del fan page es importante tomar en cuenta la calidad de información que se emite, ya que a través de esta herramienta se puede llegar a obtener una verdadera fidelidad por parte de los usuarios que siguen a una página, ya que lo fundamental es obtener públicos críticos e interactivos, ya que de nada sirve tener cientos de seguidores que no participan en las redes sociales.



Figura 24. Imágenes de Facebook

Tomado de: Facebook (2015)

Por ello, la actualización del fan page debe realizarse de manera constante y en base a la escucha activa de la audiencia, ya que a través de la publicación de los contenidos se puede medir la hora en que se genera una mayor interacción con los usuarios y sus intereses.

De esta manera es importante puntualizar que a diferencia de los perfiles personales de los usuarios, en las fan pages, los elementos a través de los cuales se construye la identidad de sus personajes corresponden a videos y enlaces relacionados con las actividades, entrevistas, recorridos y otro tipo de actividades que realizan cotidianamente, ya que este tipo de publicaciones permiten que el resto de usuarios comprendan la visibilidad que poseen estas páginas a través de la información publicada por otros usuarios y otros sitios, estableciendo una mayor confiabilidad sobre la información expuesta, ya que es “otro” quien la presenta.



Figura 25. Imágenes de Facebook

Tomado de: Facebook (2015)

Igualmente cabe señalar que en las fan pages de estos dos personajes es poco común el uso de la opción “me gusta” y de la publicación de intereses o suscripción a grupos colectivos como lo realizan las personas que tienen un perfil personal, ya que al tratarse de personajes públicos y políticos, no se representan a sí mismos, sino que representan a una ideología, y por lo tanto no cuentan con la libertad de expresar sus gustos personales o pertenencia a distintos grupos que se construyen de Facebook.

Sin embargo uno de los elementos que también es usado de manera frecuente como en el caso del perfil personal, corresponde a las fotografías que son recurrentes en este tipo de páginas, ya que a través de las mismas, los personajes definen su identidad y personalidad hacia el resto de usuarios, que en la mayoría de casos, solo actúan como emisarios de contenido, ya que no existen una retroalimentación o debate en cuanto a la información publicada en el muro por parte de estas dos personalidades del campo de la política en el Ecuador.



Figura 26. Imágenes de Facebook
Tomado de: Facebook (2015)

No obstante, en criterio de Navas (2015), el administrador puede obtener datos relevantes en cuanto a las personas que visitan el fan page, ya que cada perfil del usuario ofrece información importante como la edad de la persona, lugar de residencia, estudios realizados y otro tipo de datos que permiten fortalecer los contenidos emitidos con el objetivo de mejorar la promoción realizada por parte de la fan page al resto de la comunidad virtual.



En base a lo referido es evidente que en Facebook se establece una identidad virtual construida a través de distintos elementos publicados por parte del usuario, que permiten una verdadera interacción con otros usuarios, ya que como lo señala Heinemann (2015), en la red es habitual que la identidad virtual de una persona se construya a partir de lo que establece por sí misma y a través de aquellos datos que el resto de usuarios generan a través de sus comentarios, críticas y opiniones, generando una especie de reputación online, que en muchos de los casos puede salirse de control y generar una especie de crisis en la red.

Por esta razón y desde la perspectiva de esta comunicadora es importante que la identidad virtual que se construye en un fan page sea sólida y firme, a través de la emisión de información fiable, que permita enfrentar una crisis de identidad desde una voz validada por el resto de la comunidad virtual.

CAPITULO IV

4. PRODUCTOS PERIODÍSTICOS

Una vez que se ha logrado determinar los elementos a través de los cuales las personas construyen su identidad virtual en Facebook se ha desarrollado un conjunto de productos periodísticos en los cuales se transmite aquella información relevante recogida a lo largo de esta investigación.

Estos productos están direccionados para personas cuya edad se encuentra establecida en un rango de 18 a 44 años, ya que según estadísticas proporcionadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (gráfico 1), este grupo de población es el que posee un mayor número de cuentas en Facebook, razón por la cual son quienes ingresan a esta red con mayor frecuencia.

Además es importante señalar que la información contenida en estos productos periodísticos ha sido abordada desde una perspectiva dinámica, con el objetivo de captar la atención del público meta al cual se dirige dicho contenido, para lo cual se han seleccionado diferentes temas de interés que han sido acoplados a cada uno de los productos que se describen a continuación.

Producto periodístico

4.1. Revista

En la revista se incluyen todo un conjunto de artículos periodísticos como reportajes, entrevistas, crónicas, fotoreportajes y testimonios, donde se profundizan varios aspectos del uso de la plataforma Facebook y su influencia en la vida de los usuarios, tanto a nivel individual como colectivo.

Estos artículos han sido escritos en un lenguaje dinámico y de fácil comprensión con el objetivo de que los visitantes de la red puedan entenderlos

de una manera rápida y efectiva, además de relacionarlos con sus propias experiencias y con la información brindada por los expertos que han sido entrevistados para su realización.

Además es importante señalar que en estos artículos también se incluyen diversos testimonios de usuarios de Facebook en relación a las acciones que realizan en el momento de publicar información desde sus perfiles, para lo cual se han utilizado distintos elementos de la plataforma como fotografías, capturas de pantalla e incluso textos publicados a través de sus muros personales.

Producto radiofónico

4.2. Radioteatro - Tu vida está en línea

En el caso de este producto comunicacional se ha elaborado un radioteatro a través del cual se ha recreado una historia cotidiana donde se evidencia distintas situaciones que los usuarios enfrentan en sus vidas a partir del uso de Facebook. Es importante señalar que la historia recreada incluye la explicación de ciertos elementos técnicos propios de la plataforma con el objetivo de generar una mejor comprensión de los contenidos expuestos.

Además, debido al lenguaje dinámico y coloquial utilizado por los actores que interactúan en este producto comunicacional, los radioescuchas se sentirán identificados con las distintas anécdotas que se cuentan a lo largo de la historia, permitiendo establecer similitudes entre el contenido radiofónico y su propia vida, lo cual resulta positivo, ya que de esta manera se genera un aprendizaje mucho más interactivo y emocional, que puede ser recordado con mayor facilidad.

Producto audiovisual

4.3. Reportaje

En el caso de este medio periodístico se elaboró una crónica donde se incluyen testimonios de personas de distinta edad, en torno a diversos elementos relacionados con la plataforma de Facebook como el tipo de relaciones e interacciones sociales que se establecen entre las personas, el uso de la imagen y fotografía, el acceso a la información, el retoque digital de la imagen, y el panorama en caso de que esta red desapareciese el día de mañana.

Además gracias al lenguaje dinámico usado por los testimonios, así como el corto tiempo de duración de este producto se garantiza la atención del espectador y su comprensión sobre el impacto que Facebook ha generado en su cotidianidad y en la forma de relacionarse con el resto de personas a nivel social, comunicativo y afectivo.

Producto multimedia

4.4. Página web

En el caso de este producto se debe señalar que se trata de un sitio web donde se incluyen distintos contenidos relacionados con Facebook para lo cual se ha utilizado un diseño similar al de esta red social, con el objetivo de que los visitantes se sientan familiarizados al momento de navegar por el sitio.

Además es importante señalar que en esta plataforma se encuentran alojados distintos tipos de productos radiales, audiovisuales, gráficos y por supuesto escritos en forma de pequeñas publicaciones que permiten que los visitantes puedan obtener datos fundamentales sobre la historia de Facebook, su impacto en la vida de sus usuarios, y por supuesto los elementos a través de los cuales se construye una identidad virtual en las redes sociales.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Uno de los elementos principales que se puede ver en la plataforma Facebook, que muchas de las personas omiten y no se puede entrar en conciencia hasta analizar a profundo como se lo ha hecho en esta investigación, es que Facebook dejó de ser una red social y comenzó ser el máximo buscador de personas, es decir competir con Google.
- Las identidades virtuales en Facebook se construyen a partir de distintos elementos propios de la plataforma como fotografías, textos, videos y toda clase de publicaciones que un usuario comparte con el resto de la comunidad virtual, sin embargo es importante referir que esta identidad se constituye en torno a la interacción que se realiza entre todos los usuarios, ya que son ellos quienes validan, comentan y califican la información publicada, razón por la cual la actualización de información es clave para generar un mayor status en la red, ya que de lo contrario no existe una verdadera participación, que en muchos casos confluye en un perfil fuera de línea. Una vez explicado esto se puede concluir que se cumple el objetivo propuesto en la tesis al investigar cómo se construyen y representan las identidades virtuales en la red.
- Otro de los objetivos cumplidos e investigados fue conocer cómo Facebook se estructura y sus componentes. Se pudo observar que se constituye como una plataforma dinámica estructurada por distintas páginas donde confluyen diversas herramientas y aplicaciones tecnológicas que permiten una mayor comunicación e interacción entre sus usuarios, razón por la cual elementos como la imagen, el video y los textos se constituyen como los principales soportes de información que caracterizan a esta red social. Cada elemento hace que la plataforma sea útil y fácil para cualquier usuario. Es decir que el código que se usa sea entendible para todos.

- Las identidades virtuales generadas en Facebook se constituyen a partir de la información publicada por sus usuarios, puesto que son las personas, quienes deciden que datos mostrar compartir con el resto de la comunidad virtual; por esta razón dentro de la plataforma se genera una dicotomía entre lo que verdaderamente es un individuo, y lo que desea ser ante el resto de la comunidad, contexto que se reafirma en los contenidos publicados, y que en muchos casos corresponde a información manipulada como fotografías retocadas o datos que se alejan de manera parcial o total de la vida real de este grupo de personas.
- Las interacciones que se desarrollan en Facebook se establecen a partir de la información compartida entre usuarios de la comunidad virtual, permitiendo que el usuario se constituya en un emisor de contenidos, generando una interacción mucho más dinámica en la red.
- Además en Facebook se establecen nuevas formas de socialización entre las personas, gracias a la creación de comunidades virtuales que se construyen a partir de intereses compartidos, que permiten superar barreras como la distancia y el tiempo, ya que lo virtual se constituye como un desanclaje entre el tiempo y el lugar, gracias a la mediación de herramientas tecnológicas comunicacionales.
- El tercer objetivo cumplido fue comprender las dinámicas de la interacción y las problemáticas que se generan en la red. Entre las problemáticas más frecuentes en Facebook se pueden señalar la falta de privacidad de sus usuarios, ya que en la plataforma existen distintas maneras de acceder a la información publicada por cada uno de los perfiles pese a la activación de los distintos filtros de seguridad planteados por esta red social: por ello es importante analizar el tipo de datos subidos a esta red, con el objetivo de garantizar la seguridad de quien la visita.
- Debido a la dinámica que Facebook posee, es importante referir que otro de los problemas que surge en cuanto al uso de esta red social corresponde a la adicción que muchos usuarios desarrollan, perdiendo

control total sobre la cantidad de tiempo que invierten en permanecer en ella, descuidando sus actividades cotidianas, y perjudicando sus relaciones sociales que en muchos culmina en un verdadero aislamiento social.

- A causa de la influencia que Facebook ha generado actualmente en la sociedad es importante dar a conocer algunos aspectos claves sobre su funcionalidad e impacto, para lo cual se ha diseñado una revista digital donde se adscriben varios artículos respecto a su uso y la transformación en la forma de vida de aquellas personas que lo usan, tanto a nivel individual como colectivo.
- Además para comprender como el uso de Facebook ha transformado las relaciones sociales entre las personas se ha diseñado un radioteatro mediante el cual se evidencia situaciones cotidianas que las personas enfrentan a partir de la inclusión de esta red en sus vidas.
- Gracias a la investigación realizada se procedió con la realización de un reportaje audiovisual donde se incluyen testimonios de personas de distinta edad que permiten comprender los cambios generados en la actualidad gracias al uso de Facebook, sobre todo en relación a las relaciones e interacciones sociales que se establecen entre las personas, y el acceso a la información.
- Finalmente cabe señalar que todos estos productos periodísticos que se remiten a la importancia e influencia de Facebook en la vida de las personas, se encuentran recopilados en un sitio web, a fin de que los usuarios de la red puedan informarse acerca de la historia de Facebook, su impacto social en la humanidad, y los elementos mediante los cuales se construye una identidad virtual en las redes sociales.

5.2. Recomendaciones

- Es importante tomar en cuenta que cualquier red social nunca será del todo privada, es decir siempre se dejarán ventanas abiertas o “pasajes sueltos” para encontrar una información determinada. Un ejemplo : Uno no podrá ser amigo de alguien que no conozca en Facebook, pero se le

puede llegar a contactar mediante un 'inbox' sin ser necesariamente amigos.

- Cualquier persona que quiera tener una red social debe tomar en cuenta y conocer a detalle las condiciones que tiene Facebook, debido que esa información que se mete en la red puede ser utilizada legalmente en contra o en beneficio de la misma.
- Resulta fundamental profundizar en los elementos a través de los cuales se construyen las identidades virtuales en redes sociales como Facebook, ya que ello permite comprender el rol de la tecnología dentro de la comunicación humana, y la manera en que las relaciones sociales se transforman en cuanto a emisión de contenidos dentro del espacio digital.
- Es oportuno analizar la forma en que la selección y manipulación de la información publicada en las redes sociales como Facebook puede generar problemas en la comunicación humana, ya que las interacciones desarrolladas en esta red social se constituyen a partir de los datos publicados por sus usuarios, que en caso de no corresponder a los de la realidad, pueden generar un ruido comunicacional entre las dos partes.
- Uno de los problemas que se ha visto de fondo es la falta de contacto personal entre los individuos, es decir el contacto "Face to Face" se lo ha dejado atrás, ahora las herramientas tecnológicas han reemplazado las interrelaciones humanas. Un "Me gusta" en una foto es sinónimo de estoy pensando en ti ó me preocupas. Cuando en realidad es solo una tendencia de moda, sin conocer a profundidad el significado o valor.
- Algo que se debe tomar en cuenta y a profundidad es que Facebook no determina la persona que realmente eres, es decir en esta red una persona se construye para todos. Es decir solo tienes una personalidad para los que son usuarios de cada círculo social. No se puede determinar en verdad cómo es uno, porque la red solo tiene herramientas determinadas, pero no todas las que se puedan definir a cada uno. Por ejemplo, la red te pone estándares y reglas que seguir, no te deja poner ni colores, ni música ni tu propio diseño.

- Tener un límite de lo público y lo privado es fundamental, no todo lo que se cuenta en las redes es lo que pasa en la vida real. Aceptar solicitudes de invitación sin conocer a una persona no es recomendable porque puede llegar a ser peligroso.
- Es necesario desarrollar investigaciones sobre las ventajas del uso de redes sociales en cuanto al desanclaje del tiempo y el espacio que se generan en la comunicación entre sus usuarios, ya que la información recolectada permite reforzar la aplicación de este tipo de herramientas en campos como la educación y la misma gestión política.
- Es necesario que los usuarios de Facebook lleguen a comprender la verdadera magnitud de la información publicada en las redes sociales, puesto que como se lo ha demostrado a lo largo de esta investigación, resulta absolutamente sencillo acceder a todo tipo de datos compartidos por los usuarios de esta plataforma virtual, los cuales pueden ser usados de una manera peligrosa, atentando contra la seguridad de quien los publica.
- Saber utilizar de manera adecuada Facebook, su tiempo, su espacio y sus relaciones personales, ya que muchas veces las personas tratan de ser aceptadas media una fotografía o un “me gusta” para ser más reconocidas y populares. También como crear tendencias de modas como los “selfies” en lugares peligrosos por una simple aceptación o por una moda que puede llegar a terminar en una catástrofe, robo o violaciones.

Finalmente es importante recalcar que las personas deben ser conscientes de que Facebook únicamente se constituye como una herramienta tecnológica, a través de la cual se puede fortalecer las relaciones e interacciones que establecen con otras personas, ya que lamentablemente muchos usuarios invierten demasiado tiempo en navegar por estas redes sociales, generando un deterioro en otros aspectos de su vida, afectando su estabilidad física y emocional que pueden afectar su salud mental viviendo en un mundo digital y ficticio,

REFERENCIAS

- Albornoz, M. B. (18 de agosto de 2015). Identidad virtual en Facebook. (C. Valencia, Interviewer)
- Ardèvol, E. (julio de 2003). Cibercultura: un mapa de viaje: Aproximaciones teóricas para el análisis cultural de Internet. From https://eardevol.files.wordpress.com/2008/10/eardevol_cibercultura.pdf
- Blumer, H. (1969). Interacción simbólica: perspectiva y método. Englewood Cliffs - Estados Unidos: Prentice Hall.
- Boellstorff, T. (2008). Coming of age in Second Life: an anthropologist explores the virtually human. Nueva Jersey - Estados Unidos: Princeton Univeristy.
- Borbór, G. (2011). Las Redes Sociales (TIC), y su utilización en los hechos noticiosos en los jóvenes del tercer año de Bachillerato de los Colegios Fiscales Urbanos del cantón Salinas. From Universidad Estatal Península de Santa Elena: <http://repositorio.upse.edu.ec:8080/bitstream/123456789/437/1/TESIS%20DE%20GABRIEL%20BORBOR.pdf>
- Cabero, J. (enero de 2006). Comunidades virtuales para el aprendizaje: su utilización en la enseñanza. From Edutec. Revista Electrónica de Tecnología Educativa: <http://edutec.rediris.es/Revelec2/Revelec20/cabero20.htm>
- Cappucci, J., & Davini, G. (2010). La problemática público / privado en las redes sociales. From Universidad de Palermo: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=8720&id_libro=416
- Caracena, J. (2007). La identidad virtual y el trabajo colaborativo en red como bases para el cambio de paradigma en la formación permanente del profesorado. From Revista Catalán con acceso abierto: www.raco.cat/index.php/DIM/article/download/76636/98326
- Carrizo, M. (12 de noviembre de 2012). Las redes sociales como factor determinante de transgresión en la comunicación entre adolescentes:

- el fenómeno de facebook y su influencia. From Universidad del Salvador: http://di.usal.edu.ar/archivos/di/carrizo_mercedes.pdf
- Casassus, A. (2010). Para los chicos, en Facebook no hay límite entre público y privado. From http://entremujeres.clarin.com/hogar-y-familia/hijos/redes_sociales-facebook-hijos-computadora-adolescentes-padres-clarin-neris_casassu_0_1334869727.html
- Cobo, C., & Pardo, H. (2007). Planeta Web 2.0: inteligencia colectiva o medios fast food. México: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Coll, C., & Monereo, C. (2008). Psicología de la Educación Virtual. Madrid - España: Ediciones Morata.
- Comunidad Facebook. (2015). Información. From Facebook: https://www.facebook.com/enespanol/info?tab=page_info
- Corral, D. (09 de abril de 2008). ¿Quién fue el verdadero autor de Facebook? From Tecnología El País: http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2008/04/09/actualidad/1207729678_850215.html
- Déleg, L. (2014). La Comunicación 2.0 en las elecciones presidenciales del Ecuador 2013. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Diario El Comercio. (febrero de 2012). Facebook: ocho años enlazando vidas. From <http://especiales.elcomercio.com/2012/02/facebook/>
- El - Sahili, L. (2014). Psicología de Facebook: Vislumbrando los fenómenos psíquicos, complejidad y alcance de la red social más grande del mundo. Guanajuato - México: Universidad de Guanajuato.
- Espinosa, C. (26 de diciembre de 2013). Facebook Ecuador: así crece el social media local. From Cobertura digital: <http://www.coberturadigital.com/2013/12/26/facebook-ecuador-asi-crece-el-social-media/>
- Estrella, C. (2011). Antropología de los mundos virtuales. Avatares, comunidades y piratas digitales. Quito - Ecuador: Flacso.
- Fundación Enredar. (2011). Guía Facebook. From Fundación Enredar: Guía de ayuda para las redes sociales: <http://www.enredar.fundaciononce.es/facebook/facebook-03.html>

- Gainza, C. (2003). Sociedad, Estado y Tecnología: ¿Qué pasa hoy con nuestras sociedades? From Revista de Sociología: <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/sociologia/articulos/17/1707-Gainza.pdf>
- García, P. (2007). Bruno Latour y los límites de la descripción en el estudio de la ciencia. From Universidad de Granada: <http://hera.ugr.es/tesisugr/17241285.pdf>
- Giones, A., & Serrat, M. (junio de 2010). La gestión de la identidad digital: una nueva habilidad informacional y digital. From Universidad de Barcelona: <http://bid.ub.edu/24/giones2.htm>
- Goffman, E. (2001). La presentación de la persona en la vida cotidiana. Buenos Aires - Argentina: Amorrortu Editores.
- Guzmán, E. (2012). Diversión y entretenimiento en las ciberculturas de Facebook: Representaciones sociales en adolescentes de San Cristóbal. From Universidad Nacional de Colombia : <http://www.bdigital.unal.edu.co/9832/1/489543.2012.pdf>
- Hall, S. (1997). Representación: representaciones culturales y significados prácticos. Londres - Inglaterra: The Open University.
- Hall, S. (1997). Representation: cultural representations and signifying Practices. Londres: Sage Publications.
- Heinemann, D. (17 de agosto de 2015). La identidad virtual en Facebook. (C. Valencia, Interviewer)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2011). Reporte anual de estadísticas sobre tecnologías de la información y comunicaciones (Tic's) 2011. From Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: http://www.inec.gob.ec/sitio_tics/presentacion.pdf
- Johnson, P. (2010). Second life, Media and the other society. New York - Estados Unidos: Peter Lang Publishing Inc.
- Lévy, P. (2007). Cibercultura: la cultura de la sociedad digital. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Litvinoff, D. (15 de junio de 2012). Adolescentes e Internet. (M. Carrizo, Interviewer)

- Luengo, F. (2004). Representaciones virtuales de "masculinidad hegemónica": Gaydar, entre interfaces invisibles y la identidad cyborg. From Flacso sede Ecuador: http://www.flacsoandes.edu.ec/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub_274.pdf
- Marcús, J. (2011). Apuntes sobre el concepto de identidad. Intersticios "Revista sociológica de pensamientos críticos", 107 - 114.
- Martínez, F. (16 de marzo de 2015). El nuevo diseño en nuestros perfiles de Facebook ya está aquí. From <https://fmlopez48.wordpress.com/tag/nuevo-diseno-facebook/>
- Martínez, L., Ceceñas, P., & Ontiveros, V. (julio de 2014). Virtualidad, Ciberespacio y Comunidades Virtuales. From Universidad Pedagógica de Durango: <http://www.upd.edu.mx/PDF/Libros/Ciberespacio.pdf>
- Martínez, R. (2013). Sloodle: conexión de entornos de aprendizaje. Barcelona - España: UOC.
- Mead, G. (1986). La teoría de "Self" Social. From Biblioteca Raúl BAillères: http://biblioteca.itam.mx/estudios/estudio/estudio07/sec_13.html
- Meirinhos, M. (julio de 2009). Las comunidades virtuales de aprendizaje: el papel central de colaboración. From Universidade do Minho: <https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/2595/1/PixelBit4.pdf>
- Miranda, C. (2012). Desde ayer empecé a ser omnipresente: la construcción virtual del cuerpo en facebook chat. Quito - Ecuador: Flacso.
- Moreno, A., & Suárez, C. (2010). Las comunidades virtuales como nuevas formas de relación social: elementos para el análisis. From Espéculo. Revista de estudios literarios. Universidad Complutense de Madrid: <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero43/covirtual.html>
- Moreno, G. (2012). Casos de interés. From Especiales de Diario el Comercio: http://especiales.elcomercio.com/2012/02/facebook/gilda_moreno.html
- Muros, B. (2011). El concepto de identidad en el mundo virtual: el yo online. From Asociación universitaria de formación del profesorado: http://www.aufop.com/aufop/uploaded_files/articulos/1311954432.pdf

- Navas, A. (08 de junio de 2015). Construcción de identidades virtuales en Facebook. (C. Valencia, Interviewer)
- O'Reilly, T. (2005). What Is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. From <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>
- Pistecilli, A., & al. (2010). El proyecto Facebook y la posuniversidad: sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje. Madrid - España: Ariel.
- Ramírez, V. (2002). La interacción social. Cultura. instituciones y comunicación. From Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal: <http://www.redalyc.org/pdf/316/31681511.pdf>
- Reason Why. (02 de julio de 2014). Así se usan las redes sociales a nivel mundial. From http://www.reasonwhy.es/actualidad/social-media/asi-se-usan-las-redes-sociales-nivel-mundial_2014-07-02
- Regalado, O. (07 de abril de 2011). Los elementos indispensables en tu página de Facebook. From <http://www.dosensocial.com/2011/04/07/los-elementos-basicos-de-una-pagina-de-facebook/>
- Regueiro, D., & Levinton, M. (septiembre de 2008). Facebook: entre lo público y lo privado . From Universidad de Palermo: http://www.palermo.edu/economicas/pdf_economicas/NotadeActualidad_43-Regueiro-Set08.pdf
- Rheingold, H. (1996). La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras. Barcelona - España: Gedisa.
- Royal Pingdom. (16 de enero de 2013). Internet 2012 in numbers. From Royal Pingdom: <http://royal.pingdom.com/2013/01/16/internet-2012-in-numbers/>
- Ruíz, F. (2013). Web 2.0 un nuevo entorno de aprendizaje en la Red. From Grupo de investigación DIM-UAB (Didáctica y Multimedia): <http://dim.pangea.org/revistaDIM13/Articulos/pacoruz.pdf>
- Salinas, N., & Thompson, C. (21 de septiembre de 2011). La cibercultura desde una sociología de internet. From Revista Teórica de la Facultad de

- Ciencias Sociales de la Universidad de Playa Ancha:
<http://web.upla.cl/revistafaro/n13/art08.htm>
- Sanabría, F. (2011). Vínculos virtuales. Bogotá - Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Schwab, S. (16 de julio de 2010). Editorial Calendar Continued: Creating a Facebook Calendar. From Cracker jack marketing:
<http://www.crackerjackmarketing.com/blog/bid/170840/Editorial-Calendar-Continued-Creating-a-Facebook-Calendar>
- Serrano, J. (19 de febrero de 2013). La presentación del yo en las redes sociales: una aproximación desde los postulados analógicos de Erving Goffman. From Universidad de Navarra:
<http://es.slideshare.net/jasepuch/la-presentacin-del-yo-en-las-redes-sociales>
- Socialbakers. (2015). Facebook stats - Society in Ecuador. From <http://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/total/ecuador/society/>
- Speak up. (01 de noviembre de 2013). Cómo seguir manteniendo privado tu perfil de Facebook. From Speak up: Periodismo juvenil: <http://speak-up.co/como-seguir-manteniendo-privado-tu-perfil-de-facebook/>
- Tijoux, M. (septiembre de 2013). La Dramaturgia Social de Erving Goffman. From Universidad Alberto Hurtado: http://doctoradosociales.com.ar/wp-content/uploads/Unidad_05-Interaccionismo-simb%C3%B3lico.pdf
- Trujillo, P. (2010). Etnografía en mundos virtuales. Antropología: cuadernos de investigación , 109 - 117.
- Tully, C., & Alfaraz, C. (2012). Jóvenes, espacio y tecnología: la configuración de las relaciones sociales en la vida cotidiana,. From Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales:
<http://www.fundacion.uocra.org/documentos/recursos/articulos/jovenes-espacio-y-tecnologia.pdf>
- Uman, I., & Venesio, M. (2010). Cómo ver lo invisible: estrategias para visualizar información en Facebook. In A. Piscitelli, I. Adaime, & I. Binder, El proyecto facebook y la psouniversidad: sistemas operativos

sociales y entornos abiertos de aprendizaje (pp. 85 - 110). España: Ariel, S.A.

Wallace, P. (2001). La psicología de Internet. España: Paidós Ibérica.

Zamora, E. (04 de febrero de 2014). Un recorrido visual por las modificaciones que ha sufrido la red social desde 2004. From Fayer wayer: <https://www.fayerwayer.com/2014/02/los-cambios-de-diseno-mas-relevantes-de-facebook-a-lo-largo-de-sus-10-anos/>

ANEXOS

Perfil 1 correspondiente a persona de género femenino

Criterios de evaluación

| | | |
|-----------------|------------------|-----------------|
| Alta = 3 | Medía = 2 | Baja = 1 |
|-----------------|------------------|-----------------|

Semana del 01 de mayo al 05 de mayo

| Elementos Tiempo | Actualización de estado | Publicación de fotografías | Publicación de videos | Publicación de enlaces | Actualización de intereses (música, películas, programas de tv, libros, juegos) | Comentarios y opiniones | Pertenencia a grupos y páginas |
|-----------------------------|------------------------------------|---|----------------------------------|-----------------------------------|--|------------------------------------|---|
| Viernes 01 de mayo | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Sábado 02 de mayo | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| Domingo 03 de mayo | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| Lunes 04 de mayo | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Martes 05 de mayo | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| Miércoles 06 de mayo | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| Jueves 07 de mayo | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 |

| | | | | | | | |
|--------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Viernes 08 de mayo | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| Sábado 09 de mayo | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Domingo 10 de mayo | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| Promedio | 21 | 19 | 13 | 12 | 13 | 13 | 11 |
| Total | 2.1 (Media) | 1.9 (Baja) | 1.3 (Baja) | 1.2 (Baja) | 1.3 (Baja) | 1.3 (Baja) | 1.1 (Baja) |

Semana del 11 de mayo al 17 de mayo

| Elementos Tiempo | Actualización de estado | Publicación de fotografías | Publicación de videos | Publicación de enlaces | Actualización de intereses (música, películas, programas de tv, libros, juegos) | Comentarios y opiniones | Pertenencia a grupos y páginas |
|-----------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|------------------------------|-------------------------------|--|--------------------------------|---------------------------------------|
| Lunes 11 de mayo | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| Martes 12 de mayo | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 |
| Miércoles 13 de mayo | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| Jueves 14 de mayo | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Viernes 15 de mayo | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 |

| | | | | | | | |
|--------------------|--------------------|--------------------|------------------|------------------|-------------------|--------------------|-------------------|
| Sábado 16 de mayo | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 1 |
| Domingo 17 de mayo | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 |
| Promedio | 18 | 19 | 14 | 14 | 11 | 13 | 8 |
| Total | 2.5 (Media) | 2.7 (Media) | 2 (Media) | 2 (Media) | 1,5 (Baja) | 1.8 (Media) | 1,1 (Baja) |

Semana del 18 de mayo al 24 de mayo

| Elementos Tiempo | Actualización de estado | Publicación de fotografías | Publicación de videos | Publicación de enlaces | Actualización de intereses (música, películas, programas de tv, libros, juegos) | Comentarios y opiniones | Pertenencia a grupos y páginas |
|-----------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|------------------------------|-------------------------------|--|--------------------------------|---------------------------------------|
| Lunes 18 de mayo | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| Martes 19 de mayo | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Miércoles 20 de mayo | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| Jueves 21 de mayo | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Viernes 22 de mayo | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| Sábado 23 de mayo | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 |
| Domingo 24 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 |

| | | | | | | | |
|-----------------|-------------------|--------------------|-------------------|------------------|-------------------|-------------------|-----------------|
| de mayo | | | | | | | |
| Promedio | 10 | 15 | 13 | 14 | 12 | 9 | 7 |
| Total | 1.4 (Baja) | 2.1 (Media) | 1.8 (Baja) | 2 (Media) | 1.7 (Baja) | 1.2 (Baja) | 1 (Baja) |

Semana del 25 de mayo al 31 de mayo

| Elementos Tiempo | Actualización de estado | Publicación de fotografías | Publicación de videos | Publicación de enlaces | Actualización de intereses (música, películas, programas de tv, libros, juegos) | Comentarios y opiniones | Pertenencia a grupos y páginas |
|-----------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|------------------------------|-------------------------------|--|--------------------------------|---------------------------------------|
| Lunes 25 de mayo | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 |
| Martes 26 de mayo | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 |
| Miércoles 27 de mayo | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 |
| Jueves 28 de mayo | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 |
| Viernes 29 de mayo | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| Sábado 30 de mayo | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 |
| Domingo 31 de mayo | 2 | 3 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 |
| Promedio | 12 | 17 | 10 | 19 | 8 | 11 | 7 |
| Total | 1.7 (Baja) | 2.4 (Media) | 1.4 (Baja) | 2.7 (Media) | 1.1 (Baja) | 1.5 (Baja) | 1 (Baja) |

Perfil 2 correspondiente a persona de género masculino

Criterios de evaluación

| | | |
|-----------------|------------------|-----------------|
| Alta = 3 | Medía = 2 | Baja = 1 |
|-----------------|------------------|-----------------|

Semana del 01 de mayo al 05 de mayo

| Elementos Tiempo | Actualización de estado | Publicación de fotografías | Publicación de videos | Publicación de enlaces | Actualización de intereses (música, películas, programas de tv, libros, juegos) | Comentarios y opiniones | Pertenencia a grupos y páginas |
|-----------------------------|------------------------------------|---|----------------------------------|-----------------------------------|--|------------------------------------|---|
| Viernes 01 de mayo | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Sábado 02 de mayo | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 |
| Domingo 03 de mayo | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Lunes 04 de mayo | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 |
| Martes 05 de mayo | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 |
| Miércoles 06 de mayo | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 |
| Jueves 07 de mayo | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 |

| | | | | | | | |
|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Viernes 08 de mayo | 2 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 |
| Sábado 09 de mayo | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| Domingo 10 de mayo | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Promedio | 17 | 14 | 15 | 22 | 11 | 12 | 11 |
| Total | 1.7 (Baja) | 1.4 (Baja) | 1.5 (Baja) | 2.2 (Media) | 1.1 (Baja) | 1.2 (Baja) | 1.1 (Baja) |

Semana del 11 de mayo al 17 de mayo

| Elementos Tiempo | Actualización de estado | Publicación de fotografías | Publicación de videos | Publicación de enlaces | Actualización de intereses (música, películas, programas de tv, libros, juegos) | Comentarios y opiniones | Pertenencia a grupos y páginas |
|-----------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|------------------------------|-------------------------------|--|--------------------------------|---------------------------------------|
| Lunes 11 de mayo | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Martes 12 de mayo | 2 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 |
| Miércoles 13 de mayo | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| Jueves 14 de mayo | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| Viernes 15 de mayo | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 |

| | | | | | | | |
|--------------------|-------------------|-----------------|-------------------|-------------------|-----------------|-------------------|-----------------|
| Sábado 16 de mayo | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Domingo 17 de mayo | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Promedio | 9 | 1 | 9 | 11 | 1 | 9 | 1 |
| Total | 1.2 (Baja) | 1 (Baja) | 1.2 (Baja) | 1.5 (Baja) | 1 (Baja) | 1.2 (Baja) | 1 (Baja) |

Semana del 18 de mayo al 24 de mayo

| Elementos Tiempo | Actualización de estado | Publicación de fotografías | Publicación de videos | Publicación de enlaces | Actualización de intereses (música, películas, programas de tv, libros, juegos) | Comentarios y opiniones | Pertenencia a grupos y páginas |
|-----------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|------------------------------|-------------------------------|--|--------------------------------|---------------------------------------|
| Lunes 18 de mayo | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Martes 19 de mayo | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| Miércoles 20 de mayo | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| Jueves 21 de mayo | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Viernes 22 de mayo | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| Sábado 23 de mayo | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Domingo 24 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

| | | | | | | | |
|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------|-------------------|-----------------|
| de mayo | | | | | | | |
| Promedio | 10 | 9 | 9 | 9 | 7 | 8 | 7 |
| Total | 1,4 (Baja) | 1,2 (Baja) | 1,2 (Baja) | 1,2 (Baja) | 1 (Baja) | 1,1 (Baja) | 1 (Baja) |

Semana del 25 de mayo al 31 de mayo

| Elementos Tiempo | Actualización de estado | Publicación de fotografías | Publicación de videos | Publicación de enlaces | Actualización de intereses (música, películas, programas de tv, libros, juegos) | Comentarios y opiniones | Pertenencia a grupos y páginas |
|-----------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|------------------------------|-------------------------------|--|--------------------------------|---------------------------------------|
| Lunes 25 de mayo | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Martes 26 de mayo | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| Miércoles 27 de mayo | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Jueves 28 de mayo | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| Viernes 29 de mayo | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| Sábado 30 de mayo | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Domingo 31 de mayo | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| Promedio | 14 | 11 | 8 | 9 | 7 | 10 | 8 |
| Total | 2 (Media) | 1,5 (Baja) | 1,1 (Baja) | 1,2 (Baja) | 1 (Baja) | 1,4 (Baja) | 1,1 (Baja) |

Fan page correspondiente a Rafael Correa

Criterios de evaluación

| | | |
|----------|-----------|----------|
| Alta = 3 | Medía = 2 | Baja = 1 |
|----------|-----------|----------|

Semana del 01 de mayo al 05 de mayo

| Elementos Tiempo | Actualización de estado | Publicación de fotografías | Publicación de videos | Publicación de enlaces | Actualización de intereses (música, películas, programas de tv, libros, juegos) | Comentarios y opiniones | Pertenencia a grupos y páginas |
|-----------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|------------------------------|-------------------------------|--|--------------------------------|---------------------------------------|
| Viernes 01 de mayo | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| Sábado 02 de mayo | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 |
| Domingo 03 de mayo | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| Lunes 04 de mayo | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| Martes 05 de mayo | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Miércoles 06 de mayo | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Jueves 07 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

| | | | | | | | |
|--------------------|-------------------|-------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-------------------|-----------------|
| de mayo | | | | | | | |
| Viernes 08 de mayo | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| Sábado 09 de mayo | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| Domingo 10 de mayo | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Promedio | 16 | 18 | 10 | 10 | 10 | 17 | 10 |
| Total | 1.6 (Baja) | 1.8 (Baja) | 1 (Baja) | 1 (Baja) | 1 (Baja) | 1.7 (Baja) | 1 (Baja) |

Semana del 11 de mayo al 17 de mayo

| Elementos Tiempo | Actualización de estado | Publicación de fotografías | Publicación de videos | Publicación de enlaces | Actualización de intereses (música, películas, programas de tv, libros, juegos) | Comentarios y opiniones | Pertenencia a grupos y páginas |
|-----------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|------------------------------|-------------------------------|--|--------------------------------|---------------------------------------|
| Lunes 11 de mayo | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 |
| Martes 12 de mayo | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Miércoles 13 de mayo | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| Jueves 14 de mayo | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| Viernes 15 de mayo | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 |

| | | | | | | | |
|--------------------|-------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------------|-------------------|
| Sábado 16 de mayo | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| Domingo 17 de mayo | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| Promedio | 12 | 15 | 13 | 7 | 7 | 14 | 7 |
| Total | 1.7 (Baja) | 2.1 (Media) | 1.8 (Baja) | 1.7 (Baja) | 1.7 (Baja) | 2 (Medio) | 1.7 (Baja) |

Semana del 18 de mayo al 24 de mayo

| Elementos Tiempo | Actualización de estado | Publicación de fotografías | Publicación de videos | Publicación de enlaces | Actualización de intereses (música, películas, programas de tv, libros, juegos) | Comentarios y opiniones | Pertenencia a grupos y páginas |
|-----------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|------------------------------|-------------------------------|--|--------------------------------|---------------------------------------|
| Lunes 18 de mayo | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 |
| Martes 19 de mayo | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| Miércoles 20 de mayo | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 |
| Jueves 21 de mayo | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| Viernes 22 de mayo | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| Sábado 23 de mayo | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| Domingo 24 de mayo | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 |

| | | | | | | | |
|-----------------|------------------|--------------------|--------------------|-------------------|-----------------|--------------------|-----------------|
| de mayo | | | | | | | |
| Promedio | 16 | 17 | 16 | 10 | 7 | 16 | 7 |
| Total | 2 (Media) | 2.4 (Media) | 2.2 (Media) | 1.4 (Baja) | 1 (Baja) | 2.2 (Media) | 1 (Baja) |

Semana del 25 de mayo al 31 de mayo

| Elementos Tiempo | Actualización de estado | Publicación de fotografías | Publicación de videos | Publicación de enlaces | Actualización de intereses (música, películas, programas de tv, libros, juegos) | Comentarios y opiniones | Pertenencia a grupos y páginas |
|-----------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|------------------------------|-------------------------------|--|--------------------------------|---------------------------------------|
| Lunes 25 de mayo | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| Martes 26 de mayo | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| Miércoles 27 de mayo | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| Jueves 28 de mayo | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 |
| Viernes 29 de mayo | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| Sábado 30 de mayo | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| Domingo 31 de mayo | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 |
| Promedio | 15 | 14 | 13 | 9 | 8 | 16 | 8 |
| Total | 2.1 (Media) | 2 (Media) | 1.8 (Baja) | 1.2 (Baja) | 1.1 (Baja) | 2.2 (Media) | 1.1 (Baja) |

Fan page correspondiente a Jaime Nebot

Criterios de evaluación

| | | |
|----------|-----------|----------|
| Alta = 3 | Medía = 2 | Baja = 1 |
|----------|-----------|----------|

Semana del 01 de mayo al 05 de mayo

| Elementos Tiempo | Actualización de estado | Publicación de fotografías | Publicación de videos | Publicación de enlaces | Actualización de intereses (música, películas, programas de tv, libros, juegos) | Comentarios y opiniones | Pertenencia a grupos y páginas |
|-----------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|------------------------------|-------------------------------|--|--------------------------------|---------------------------------------|
| Viernes 01 de mayo | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| Sábado 02 de mayo | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 |
| Domingo 03 de mayo | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| Lunes 04 de mayo | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| Martes 05 de mayo | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Miércoles 06 de mayo | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| Jueves 07 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 |

| | | | | | | | |
|--------------------|------------------|--------------------|--------------------|--------------------|-----------------|--------------------|-----------------|
| de mayo | | | | | | | |
| Viernes 08 de mayo | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 |
| Sábado 09 de mayo | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 |
| Domingo 10 de mayo | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 |
| Promedio | 20 | 17 | 22 | 22 | 10 | 22 | 10 |
| Total | 2 (Media) | 2.4 (Media) | 2.2 (Media) | 2.2 (Media) | 1 (Baja) | 2.2 (Media) | 1 (Baja) |

Semana del 11 de mayo al 17 de mayo

| Elementos Tiempo | Actualización de estado | Publicación de fotografías | Publicación de videos | Publicación de enlaces | Actualización de intereses (música, películas, programas de tv, libros, juegos) | Comentarios y opiniones | Pertenencia a grupos y páginas |
|-----------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|------------------------------|-------------------------------|--|--------------------------------|---------------------------------------|
| Lunes 11 de mayo | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 |
| Martes 12 de mayo | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 |
| Miércoles 13 de mayo | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 |
| Jueves 14 de mayo | 2 | 1 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 |
| Viernes 15 de mayo | 3 | 1 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 |

| | | | | | | | |
|--------------------|--------------------|-------------------|--------------------|--------------------|-----------------|--------------------|-----------------|
| Sábado 16 de mayo | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| Domingo 17 de mayo | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| Promedio | 19 | 11 | 19 | 19 | 7 | 16 | 7 |
| Total | 2.7 (Media) | 1.5 (Baja) | 2.7 (Media) | 2.7 (Media) | 1 (Baja) | 2.2 (Media) | 1 (Baja) |

Semana del 18 de mayo al 24 de mayo

| Elementos Tiempo | Actualización de estado | Publicación de fotografías | Publicación de videos | Publicación de enlaces | Actualización de intereses (música, películas, programas de tv, libros, juegos) | Comentarios y opiniones | Pertenencia a grupos y páginas |
|-----------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|------------------------------|-------------------------------|--|--------------------------------|---------------------------------------|
| Lunes 18 de mayo | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 2 |
| Martes 19 de mayo | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 |
| Miércoles 20 de mayo | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 |
| Jueves 21 de mayo | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 |
| Viernes 22 de mayo | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 |
| Sábado 23 de mayo | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| Domingo 24 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 |

| | | | | | | | |
|-----------------|--------------------|------------------|--------------------|--------------------|-----------------|--------------------|-------------------|
| de mayo | | | | | | | |
| Promedio | 16 | 14 | 18 | 18 | 7 | 18 | 8 |
| Total | 2.2 (Media) | 2 (Media) | 2.5 (Media) | 2.5 (Media) | 1 (Baja) | 2.5 (Media) | 1.1 (Baja) |

Semana del 25 de mayo al 31 de mayo

| Elementos Tiempo | Actualización de estado | Publicación de fotografías | Publicación de videos | Publicación de enlaces | Actualización de intereses (música, películas, programas de tv, libros, juegos) | Comentarios y opiniones | Pertenencia a grupos y páginas |
|-----------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|------------------------------|-------------------------------|--|--------------------------------|---------------------------------------|
| Lunes 25 de mayo | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 |
| Martes 26 de mayo | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 |
| Miércoles 27 de mayo | 3 | 1 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 |
| Jueves 28 de mayo | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| Viernes 29 de mayo | 3 | 1 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 |
| Sábado 30 de mayo | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| Domingo 31 de mayo | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 |
| Promedio | 16 | 11 | 20 | 19 | 7 | 17 | 7 |
| Total | 2.2 (Media) | 1.5 (Baja) | 2.8 (Media) | 2.7 (Media) | 1 (Baja) | 2.4 (Media) | 1 (Baja) |

Anexo 1. Ejemplo de profesionales en Facebook

The image shows a Facebook page for 'Profesionales de las Uñas'. At the top, there is a blue header with the Facebook logo and login fields for 'Correo o teléfono' and 'Contraseña', with an 'Entrar' button. Below the header, there is a large banner for 'CHROMA MIRROR' featuring a hand with a nail being worked on. The banner text includes 'Profesionales de las Uñas está en Facebook.', 'Para conectar con Profesionales de las Uñas, regístrate hoy en Facebook.', and 'La TÉCNICA ESPEJO que ha causado sensación paso a paso'. There are 'Registrarte' and 'Entrar' buttons. To the left of the banner, there is a pink box that says '¡BÚSCALA YA! REVISTA MENSUAL' and '¡La guía para tu éxito en el mundo de las uñas!'. Below this is a logo for 'Profesionales de las UNAS.com' with a butterfly graphic. Underneath the banner, there are tabs for 'Biografía', 'Información', 'Fotos', 'YouTube', and 'Más'. On the left side of the page, there is a 'PERSONAS' section showing '2 438 776 Me gusta' and an 'INFORMACIÓN' section. On the right side, there is a post from 'Profesionales de las Uñas' dated '58 min' ago, with the text '¡UPS! ¡Excelente miércoles amantes de las uñas!' and a blue speech bubble that says 'TENGO UN PROBLEMA... EN LA ESCUELA A PABLO LE ENSEÑARON QUE MAMA ES'.

Anexo 2. Perfiles personales escogidos para la investigación

The image shows a Facebook profile for 'Maria Emilia Guillen'. The profile picture is a collage of four close-up photos of a woman's face, focusing on her lips and eyes. Below the profile picture, there is a smaller thumbnail image of the woman in a blue dress. The name 'Maria Emilia Guillen' is displayed prominently. Below the name, there are tabs for 'Biografía', 'Información', 'Amigos' (with '3 amigos en común'), 'Fotos', and 'Más'. To the right of the profile, there is an 'Anuncios' section with an advertisement for 'Adriana Hoyos' featuring a photo of the Brandenburg Gate and the text 'Desde hoy todas tus compras en #ADRIANAHOYOS acumulan kilómetros LANPASS. Por lanzamiento... Me gusta esta página'. Below the advertisement, there is a logo for 'Nuestro Patrimonio 2015' with the number '37 AÑOS' and the website 'www.patrimonio.quito.gob.ec'.

 **Juan Pablo Leon**
5 de mayo · 

Tu vs Tu



 Me gusta  Comentar  Compartir

A Evelyn Mideros Tovar, Tefa Ponce, Melissa Calero y 114 personas más les gusta esto.

Anexo 3. Fan pages escogidas para la investigación

facebook.com/MashiRafael
Página oficial de Rafael Correa



Rafael Correa
Político

Regístrate Me gusta Mensaje

Biografía Información Fotos Instagram Más

A 1 millón personas les gusta esto
Pablo García y 169 amigos más

Invita a tus amigos a que indiquen que les gusta esta página

INFORMACIÓN

Rafael Correa con Marcelo Valverde y 19 personas más
1 hora ·

El antes y después de la Patria:
Impuesto a la renta Jaime Nebot:
2006: \$1.994,30
2014: \$66.593,20
¿Evasión o enriquecimiento ilícito?... Ver más

DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA
Alcalde de Guayaquil Jaime Nebot

Crear una página

Reciente
2015
2014
2013
2012
2011
Nacimiento

Anuncios

Jaime Nebot
Increíble... Correa dijo ayer que en Venezuela se ha reducido la pobreza..



Crear una página

Reciente
2015
2014
2013
2012
2011
2010
2009

Anuncios

Jaime Nebot
Increíble... Correa dijo ayer que en Venezuela se ha reducido la pobreza..

Jaime Nebot
Político

Me gusta Seguir Compartir

Biografía Información Fotos @jaimenbotsaadi Más

A 529 430 personas les gusta esto
Rodrigo Black Z y 45 amigos más

Invita a tus amigos a que indiquen que les gusta esta página

INFORMACIÓN

Página Oficial de Jaime Nebot Saadi.
http://www.guayaquil.gob.ec/

Publicación
Escribe algo...
Publicar

Jaime Nebot
2 horas ·

Increíble... Correa dijo ayer que en Venezuela se ha reducido la pobreza..

Anexo 4. Ejemplo de un perfil de Facebook



Anexo 5. Ejemplo de un perfil no en línea de Facebook



Anexo 6. Estados de Facebook



Anexo 7. Etiquetado de publicaciones entre usuarios



Anexo 8. Bloqueo de enlaces en perfil de Facebook



16 de julio a las 22:28 · 🌐

Saludos cordiales, espero que encuentren intere

En la calle Flores
Autor: Daniel Garzón Ch
Cevallos Personaje 1: Pa
Byron Garzón Edición y M
del libro: "Larvas" Histori

SOUNDCLOUD.COM | DE

Me gusta Comentar Compartir

- Guardar enlace
- Cambiar fecha
- Destacar
- Desactivar notificaciones
- No me gusta esta publicación
- Ocultar de la biografía
- Eliminar

Anexo 9. Dinámicas generadas a partir de una publicación de un perfil



Rafael Correa 30 de julio a las 17:30 · 🌐

"Somos un Gobierno que está con las grandes mayorías, trabajamos por ustedes." #RafaelCorrea #EcuadorVerde

Reforestacion por un Ecuador Verde, desde Guano 30/07/2015

Me gusta Comentar Compartir

A Sara HG, Mario Pantoja Coronado, Jhair Exégetor y 9082 personas más les gusta esto. Más relevantes ▾

Se ha compartido 783 veces

Escribe un comentario...

Adriana Rivera Peña Este es el gobierno del pueblo, usted es el presidente del pueblo y como tal estamos con usted, somos su pueblo, lo apoyamos, gracias por todo, Dios lo continúe bendiciendo!
Me gusta · Responder · 👍 25 · 30 de julio a las 18:54 · Editado
↳ 4 respuestas

Paul Andres Orgullosos de tener un gran gobernante como lo es usted.
Me gusta · Responder · 👍 122 · 30 de julio a las 17:31 · Editado
↳ 23 respuestas

Crear una página

Reciente

2015

2014

2013

2012

2011

Nacimiento

Anexo 10. Grupos de intereses generados en Facebook

The screenshot shows a Facebook group page for "Arma Tu Banda Ecuador". The page header includes the Facebook logo and a search bar with the text "Músicos buscando banda - Bandas buscando Músicos: Ec". The left sidebar contains navigation options such as "CIUDAD DE SOMB...", "Nuevos grupos", "Crear grupo", "APLICACIONES", "AMIGOS", "INTERESES", "EVENTOS", and "PÁGINAS". The main content area features a post from "Arma Tu Banda Ecuador" dated "15 de febrero". The post text reads: "No olviden enviarnos una solicitud de amistad y etiquetarnos en tus fotos para que mas gente se entere de tus proyectos musicales! EN ESTE GRUPO NO SE PERMITEN VENTAS O PUBLICIDAD DE NINGUNA CLASE. Otras links de utilidad: ... Ver más". Below the text is a profile picture of the group, the name "Arma Tu Banda Ecuador", and "163 amigos en común". There are buttons for "Me gusta", "Comentar", and "Compartir". Below the post is a section for "ACTIVIDAD RECIENTE" with a post from "Igor Cadena" dated "26 de julio a las 14:39" asking for a drummer for rock, post-punk, indie, and grunge.

Anexo 11. Chat colectivo en Facebook

The screenshot shows a Facebook chat window. The browser address bar displays "facebook.com/saul.yaucan". The chat window title is "Saul Yaucan (LA Tre)". The chat list on the right includes names: Adela Guizado, Alex Bazante, Carolina Arevalo, Daniela Vilacres, Ivan Vilacres, Jentebo Sampa, Lizbeth Saltos, Yaucan Jhon, and Alexa Hemoshita. The chat content shows a message from "Jentebo Sampa" dated "14 de octubre" with the text: "hola jentebo a q hora sale el ganador del video de chiste del server". Below this is a message from "201" dated "11 de noviembre" with a YouTube link: "http://www.youtube.com/watch?v=c2dshk9FD8c&feature=plcp chat grupo". The chat window also shows a "Publicar" button and a "Buscar" field.

Guion técnico y literario (Producto televisión)

Tiempo: 7 minutos

Género: Testimonial

Realizadores: Cinthia Valencia

| Tiempo | Contenido | Plano | Encuadre | Música |
|--------|---|-----------------------------|--------------------------|-----------------------|
| | <p style="text-align: center;">Se hizo una encuesta a varias personas de diferentes generaciones.</p> <p style="text-align: center;">Y esto contestaron...</p> <p style="text-align: center;">¿Cómo te relacionas con una persona desconocida?</p> | | Claqueta | Ambienta I y Bossa |
| | <p>Testimonios</p> <p style="text-align: center;">Relato de cómo antes se comunicaban</p> <p style="text-align: center;">Teresa Andrade 70 años</p> <p style="text-align: center;">Javier Contreras 21 años</p> | Plano medio y detalle | Cartas y fotografías. | Ambienta I y Bossa |
| | | Plano medio | Tomas de Facebook y | |

| | | | | |
|--|---|---|--|--------------------------|
| | <p>Juan José Barrezueta 78 años</p> <p>Simone Benadives 16 años</p> | <p>Plano medio</p> <p>Plano General</p> | <p>su comunicación dentro de la red.</p> <p>Tomas de Facebook viendo la manera de conocer a una persona mediante sus gustos, preferencias y fotos.</p> | <p>Ambiental y Bossa</p> |
| | <p>Humberto Baquero 75 años</p> <p>Carolina Placencia</p> | <p>Plano Medio.</p> <p>Plano Medio.</p> | <p>Tomas de Facebook viendo a una persona desconocida y escribiéndole un inbox.</p> | <p>Ambiental y Bossa</p> |

| | | | | |
|--|--|--|---|---------------------------|
| | <p>¿Con qué herramienta tomas una fotografía?</p> <p>Fernando Bedón 36 años</p> <p>Humberto Baquero</p> <p>Carolina Placencia</p> <p>Javier Contreras</p> <p>Juan José Barrezueta</p> | <p>P.Medio</p> <p>P.Medio y detalle</p> <p>Plano Medio.</p> <p>Plano General.</p> <p>Plano Medio</p> | <p>Detalle de rollos de cámara antiguo</p> | <p>Ambienta l y Bossa</p> |
| | <p>¿Qué representa para ti una fotografía?</p> <p>Teresa Andrade</p> <p>Juan José Barrezueta</p> <p>Javier Contreras</p> | <p>Planos detalles y PI.General</p> <p>Plano Medio</p> <p>Plano Medio</p> | <p>Planos detalle de álbumes</p> <p>Planos detalle de álbumes</p> | <p>Ambienta l y Bossa</p> |

| | | | | |
|--|--|---|---|---------------------------|
| | | | | |
| | <p>¿En algún momento ha retocado las imágenes?</p> <p>Simone Benavides</p> <p>Juan José Barrezueta</p> <p>Humberto Baquero</p> | <p>General, primer plano a detalle</p> <p>Pl. Medio</p> <p>Pl., Medio</p> | <p>Tomas de fotografías en celulares.</p> <p>Planos general del Parque Alameda.</p> | <p>Ambienta l y Bossa</p> |
| | <p>¿Qué significado tiene un álbum para ti?</p> <p>Carolina Placencia</p> <p>Fernando Bedón</p> <p>Humberto Baquero</p> | <p>Plano medio</p> <p>Plano. Medio</p> <p>Primer Plano</p> | <p>Tomas de paso, videos, álbumes</p> | <p>Ambienta l y Bossa</p> |

| | | | | |
|--|--|--|--|--------------------------|
| | <p>¿Qué pasa si Facebook mañana desaparece?</p> <p>Carolina Placencia</p> <p>Javier Contreras</p> <p>Juan José Barrezueta</p> <p>La conectividad ambulante vía aparatos móviles es uno de los logros tecnológicos más importantes, pero por otro lado también está creando una cultura de distracción,</p> | <p>PI. Medio</p> <p>PI. Medio</p> <p>PI. Medio</p> | <p>Claqueta</p> <p>Fotos de su organización</p> <p>Testimonio.</p> | <p>Ambiental y Bossa</p> |
|--|--|--|--|--------------------------|

Guion Radiofónico

Programa: Acuérdate de que todo lo que publicas en línea ya es de todos.

Tema: Público y privado Facebook

Periodistas: Cinthia Valencia

Master: Cinthia Valencia

Fecha de transmisión: 30 de Agosto 2015

Horario: 19:00- 19:15

Duración: 15 min

| |
|------------------------|
| Examen Radio II |
|------------------------|

TIEMPO

CONTENIDO

| | |
|-----------------------|---|
| Apertura del programa | Cortina |
| Presentación en off | Queridas y queridos oyentes, prepárense para escuchar el siguiente radio teatro... Abran sus oídos, mentes y presten atención. Permítanle a su imaginación llevarlos lejos y disfruten... Presentamos a continuación: Tu vida está en línea. |

| | |
|-------------------|--|
| Cortina... | |
| Tráfico... | |
| Andrea: | Hola Sandra cómo está? Se encuentra Andrea? |
| Mamá (Sandra): | Hola Andrea, siiii, ya te abro la puerta!! |
| Vicky: | Hola linda!! Porque tardaste tanto?? |
| Andrea: | Ay! Amiga no sabes el tráfico que hay! |
| Vicky: | Ya comiste? Quieres algo? |
| Andrea: | No tranquila, no tengo hambre! No sabes la última, estoy tan emocionada y ansiosa a la vez!! |
| Vicky: | Como así? Qué pasó? Ven ven!! Vamos a mi cuarto!! |
| | Pero espera!, antes que nada te voy hacer escuchar una canción que parece que está de moda y que Ángel la compartió en su muro de Facebook |
| PASTILLA | Facebook es una red social que permite crear un perfil y poder |

| | |
|---|--|
| <p>Andrea:</p> <p>Vicky:</p> <p>Andrea:</p> <p>Vicky</p> <p>Andrea:</p> <p>Teléfono...</p> <p>Vicky:</p> | <p>compartir información personal y comentarios con amigos. A su vez también se puede crear una Fan Page con el fin de promocionar una marca. Su definición más clara es cara libro donde constan las fotos de personas más sus datos.</p> <p>Ay amiga!!! Es que no sabeeeess! Le volví a ver a John Paul!</p> <p>El que vivía en Los Ángeles?</p> <p>Sí ese mismo! Y quiero hablar con él, pero no tengo el número, ni su email, ni le tengo como amigo de Facebook!</p> <p>No te hagas lio, escríbele un inbox privado y solucionado el problema.</p> <p>Tienes razón... pero...</p> <p>Espera espera me está llamando Melissa!! Debe ser algo urgente porque ella no es la que llama a esta hora!!</p> |
|---|--|

| | |
|---|--|
| <p>Melisa:</p> <p>Vicky:</p> <p>Melissa:</p> <p>PASTILLA</p> | <p>Alo...?</p> <p>Llora...</p> <p>Amiga no sabes!!!!</p> <p>Melissa que pasó? Cálmate y dime que pasó!!</p> <p>Espera te voy a poner en alta voz..</p> <p>Es que, es que, desde que terminé con Daniel, me eliminó de su Facebook y ya no puedo ver nada en su perfil.. Pero hoy en la mañana mi prima me viene con la noticia de que ayer en la noche Daniel Posteo</p> <p>Posteo del verbo postear: En el contexto específico de los blogs es sinónimos de 'entrada'. Estos son artículos que se van ordenando de manera cronológica en un lugar específico.</p> <p>Una foto con Verónica, ósea si sabes quién es Verónica no?? Mi peor enemiga</p> |
|---|--|

| | |
|---|---|
| <p>Vicky:</p> <p>Melissa:</p> <p>PASTILLA:</p> <p>Vicky:</p> <p>Melissa:</p> | <p>del colegio!!!!</p> <p>Haber amiga cálmate!</p> <p>Amiga te pido un favor, te lo pido te lo pido te lo pidoo!!! Yo sé que tienes como amigo a Daniel en Facebook. Puedes stalkearle</p> <p>Stalkear: Es una manera de seguir a una persona o espiar su información personal. Es una forma de acosar vía online..</p> <p>Y mandarme un scream shoot de todo su muro?? Quiero saber con quién está, si ya borró nuestras fotos, con quién ha salido y quién le ha escrito..!!</p> <p>Haber haber... Necesito que te calmes.. voy a ver si lo de la foto es verdad y te llamo...</p> <p>No, no, no, no.. No me cuelgues...</p> |
|---|---|

| | |
|-----------------------------------|--|
| <p>Vicky:</p> | <p>Pero sabes qué.. si no tienes tiempo y no me quieres ayudar, puedo crear un perfil falso, puedo conseguirme fotos de una chica guapísima y Daniel cae porque cae!!</p> |
| <p>Andrea:</p> | <p>Noo seas loca, obvio se va a dar cuenta que no es un perfil verdadero... Osea no vas a tener ni un solo amigo, ni una sola publicación, fijo se va a dar cuenta que le están investigando...</p> <p>Aunque no sé.. Las personas ahora solo ven una cara bonita en una foto y lo aceptan como amigo...</p> |
| <p>Timbre de la puerta</p> | <p>Sí es verdad!! Yo tengo varios amigos que aceptan a cualquier persona en línea por tener amigos en común o ser alguien atractivo..</p> |
| <p>Vicky:</p> | <p>...</p> |
| <p>Mamá (Sandra):</p> | <p>Esperen chicas, quien habrá venido??</p> |
| <p>David:</p> | <p>Mamaaaaaaa. Quién es???</p> |
| <p>Mamá (Sandra):</p> | <p>Si? Alo? Quién es?</p> |

| | |
|-------------------------|---|
| David: | Hola Sandrita, soy David.. |
| | Hola mijito!! Qué lindo es saber de ti! Has sido un ingrato con nosotros! |
| Mamá (Sandra): | Sí Sandrita lo que pasa es que he estado bastante ocupado con la Universidad, y trabajando y bueno una que otra farrita con los panas!! |
| David: | Jajaja que bien mijito, esa es la edad de hacer todo lo que uno quiera, pero pasa pasa que las chicas te están esperando! |
| Mamá (Sandra): | |
| Pasos corriendo: | Gracias Sandrita permiso |
| Vicky: | Vicky... David ya llegó!!! |
| David: | |
| Vicky: | Muevete muévete!! Necesito que aconsejes en problemas de chicas!! |
| | Ay.... No no yo... huyo, mejor vengo en |

| | |
|-----------------|---|
| | otro momento!! |
| David: | Oye oye!! A donde!!! Ya pana, te tocó apoyar al lado femenino este día! |
| Melissa: | Por cierto la Melissa está en alta voz en el teléfono y Andrea en mi cuarto |
| Andrea: | Ya, ya ya dijiste... Hola chicas!! |
| David: | Daviiiiidd! Qué bueno escucharte!! |
| Andrea: | Oye yo a ti te esta estaba buscando!! Te voy a matar!!! ¿Por qué, Qué hice?? |
| David: | Porqué subiste esa foto que salgo horrible a Facebook!! Tienes idea cuantos amigos tenemos en común!! Y para variar le tienes al Juan Gabriel en tu perfil y va a ver!!! No no terriblee!!! |
| Andrea: | Borraaa por favor!!! Es que solo vuelve a mirar la foto!! Salgo obesa!! |

| | |
|-----------------|--|
| Melissa: | Ay Andrea por favor!! Es una foto con todos los amigos y no voy a borrar aparte sales bien!! Mira mira la sonrisita que tienes!! |
| | No amigo, por favor borra!!! |
| Andrea: | Hola, hola, no se olviden de mi!! |
| David... | Andre.. yo tengo la solución, me pasó muchas veces con Daniel, le odiaba a mi mejor amigo, entonces cuando me tomaba una foto con él, me tocaba bloquearle para que no vea las fotos.. |
| Melissa: | |
| Andrea: | Como es eso? |
| | Sí, sí explica que yo no tenía idea!! |
| Vicky: | Están en una computadora?? |
| Andrea: | Sí Vicky tiene!! Vicky..... |
| Melissa: | Sí sí, ya traigo el Ipod!! Melissa te escuchooooo!! |

| | |
|-----------------------|---|
| <p>David:</p> | <p>Verás... seleccionas la fotografía que no te gusta y en la esquina de la parte derecha escoges editar privacidad y pones en la opción de amigos excepto:... los nombres que no quieras que vean la fotografía!</p> <p>Fin es muy fácil, yo me salve de algunas cuantas, cuando me etiquetaban y no quería que vea Daniel..</p> |
| <p>Vicky:</p> | <p>Realmente ustedes ya pasaron a otro nivel.. están locas.. sí que gastan su tiempo en tonterías.. igual recuerden que aunque bloqueen la fotografía una tercera persona puede ver y saber que estuviste en algún lugar.. es más recordando esta payadasa que hacen a un amigo le pasó esto!! Jajajajaja</p> |
| <p>David:</p> | <p>Qué paso?? Ahh eso del Javier?? Algo me contó!! Cómo fue??</p> |
| <p>Andrea:</p> | <p>Sí.. Lo que pasa es que Javier se ha ido de fiesta con sus amigas nuevas del trabajo, su novia estaba bastante furiosa porque al entrar a la agencia, todas sus compañeras de trabajo le han agregado y le pusieron likes en sus fotos y bueno ya sabrán..</p> |
| <p>David:</p> | |

| | |
|---|---|
| <p>Vicky:</p> <p>Andrea:</p> <p>David:</p> | <p>Es que es bien.. guapoo jajaj</p> <p>La cosa es que se fueron de escándalo y Javier bloqueó todas las fotografías con sus compañeras.. y bueno él muy contento por saber que no le iban a descubrir, pero (ay jajajajajaja) este hombre!!! Llega la pelada a su casa y le dice mi amor como te fue con tus amigos en el futbol, ganaron? Él tranquilo dice sí! Metí dos goles mi vida, es más te los dediqué a ti!! Y ella furiosa!! Coge el celular de su amiga y le dice mentiroso, aquí te veo en esta fiesta con tus amigas del trabajo.....y bueno Ya se imaginaran!!</p> <p>Qué?? No puede ser! Osea que ella se llegó a enterar por un tercero? O como es la cosa?</p> <p>Claro, es decir que si yo tengo una amiga en común, sin ser amigos puedo llegar a encontrar esa información, como lo que le pasó a tu amigo sin ser directamente su conocido.</p> <p>Es decir esta red nunca será del todo privada.</p> |
|---|---|

| | |
|--|---|
| <p>PASTILLA:</p> <p>Vicky:</p> <p>David:</p> <p>Andrea:</p> | <p>Y eso no es todo, se ponen a pensar que Facebook recopila toda su información y te da opciones para que puedas ocultar, dejar de seguir a personas en tu muro, bloquear contenidos para que no tengas problemas con tu familia, pareja, amigos.. es decir no sé si se han puesto a pensar de esas personas que tienen bloqueado su muro en Facebook..</p> <p>El muro o Wall es el elemento central sobre el que relacionan los usuarios de Facebook. Aquí se pueden dejar mensajes para que los veamos. De igual manera, nosotros podremos dejar mensajes en el muro de nuestros amigos.</p> <p>Sí claro, yo tengo un amigo que lo hacía porque estaba con una y con otra mujer, entonces bloqueó su Wall para que ninguna le comente o le publique fotografías o estados... y así ninguna chica con la que salía le hiciera ningún problema!! Y bueno también para que no le descubran!!</p> |
|--|---|

| | |
|---|---|
| <p>Melissa:</p> <p>Vicky:</p> <p>Melissa:</p> <p>David:</p> | <p>Jajaja que buena idea!!</p> <p>Ahora que me pongo a pensar, yo cuando me fui de viaje a estudiar, nunca publiqué ninguna foto o estado cuando estaba estudiando porque me parecía turro..</p> <p>Solo publicaba al momento de salir de farra o en algún paseo... Hasta que mi mama llegó a pensar que nunca estudiaba y pasaba de farra... Me estresó tanto que hasta publicó en una fotografía "Lindo como estudias hijita" y todo el mundo vio...</p> <p>Así que me tocó bloquearle, sin eliminarle para que no vea lo que publicaba y no me haga quedar mal.</p> <p>Duplicar las identidades también suele pasar, recién le pasó a Daniel Páez..</p> <p>Daniel el cantante???</p> <p>Sí, ese mismo...! yo era su seguidora en su Fan Page, estaba atenta de todas sus publicaciones.. hasta que me di cuenta que había otra página igual con sus fotos y sus posts.. Entonces el artista se dio cuenta que le habían duplicado su</p> |
|---|---|

| | |
|------------------------|--|
| <p>Vicky:</p> | <p>identidad y pidió desde su cuenta oficial que denuncien la página falsa y la cerraron...!</p> |
| <p>Andrea:</p> | <p>Claro, eso debe pasar frecuentemente a las personas que son famosas o a los perfiles públicos!! Porque toda su información es de libre acceso y pueden tomar toda esa información, y como ven... duplicar una cuenta..</p> |
| <p>Melissa:</p> | <p>Exactamente!! yo una vez vi que le duplicaron el perfil a una amiga. Ella es modelo. Y por tener todos sus datos, videos, e información personal libre, es decir que todos si ponían el nombre Ana Gabriela Vázquez podían ver quién era. Hasta salía la foto de su perro. Pueden creer!!</p> |
| <p>David:</p> | <p>Claro está, que no todos hacen eso, hay personas que tiene absolutamente todo privado: Es decir ocultan el lugar dónde vive, en qué lugar trabajan, no se sabe cuantos amigos tienen, nunca publican nada..</p> |
| <p>Vicky:</p> | <p>Eso es cierto, pero eso no significa que no sean unos stalkers, ponte Daniel</p> |

| | |
|---|--|
| <p>Telephone...</p> <p>Andrea:</p> <p>David</p> <p>Vicky:</p> <p>Melissa:</p> <p>Vicky:</p> <p>Daniel...</p> | <p>nunca me dijo nada y él nunca utiliza Facebook.</p> <p>Yo conozco amigos que saben absolutamente todo de todos sin publicar nada incluso unos ni tienen perfil, pero siempre se meten a curiosear por un tercero.</p> <p>Lo que pasa es que ahora es un requerimiento de varias empresas conocer a la persona cómo es.. Por ejemplo países como Suiza y Alemania ven el nombre en todas las redes sociales como Twitter, LinkedIn, Instagram y Facebook para saber un poco más de la persona, si es de familia, le gusta las fiestas, le gusta viajar y si es a fin con el puesto que uno requiere. Si ven que es una persona por decir que la encantan las fiestas y el trago, y digamos que se ve como una persona inestable no lo contratan.</p> <p>De quién es ese teléfono??</p> |
|---|--|

| | |
|-------------------------------|--|
| | <p>Mío no es..</p> <p>Tampoco mío</p> <p>Chicos es Daniel</p> |
| Melissa: | |
| Daniel... | <p>Pon en alta voz y alado del teléfono!!</p> <p>Alo.. Melissa..?</p> |
| Melissa: | <p>Sí..</p> |
| Daniel... | |
| Melissa: | <p>No puedo creer que después de tanto tiempo de estar juntos me hayas ocultado comentarios, fotografías, sitios y reuniones y peor con tu mejor amigo..!!</p> <p>De qué me hablas??</p> |
| Amigos la consuelan... | <p>De qué hablo? De qué hablo? De todo lo que me ocultaste en Facebook! Todos mis amigos me enseñaron!!</p> <p>Pero, pero..</p> |

| | |
|----------------------------|---|
| | <p>Pero nada!! Y todavía más me reclamabas a mí.. esto no tiene vuelta atrás.. Adiós...</p> <p>Ay no chicos Daniel nunca me va a perdonar esto...</p> <p>Llora...</p> |
| Locución en off- Despedida | Recuerda tu vida entera está en línea y se puede usar contra ti. |