

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO



**FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y SOCIALES**



**“USOS Y GRATIFICACIONES DE LA RED SOCIAL
HI5 EN LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS DEL
DISTRITO FEDERAL”**

TESIS QUE PRESENTA

LAURA CECILIA DORANTES GALÁN

PARA OBTENER EL TÍTULO

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ASESOR DE TESIS

ADELA MABARAK CELIS

México Distrito Federal, Mayo 2010



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

La presente tesis se ha logrado realizar con el apoyo de diferentes personas que han sido y serán para mí, las más importantes de vida. Así pues les agradezco a las dos personas a quien dedico cada uno de mis esfuerzos, desvelos, triunfos y alegrías, ya que sin ellos no habría podido ser nada de esto posible pues mi ejemplo a seguir son ellos, mis padres, Laura y Armando.

De la misma manera, agradezco a mi hermana Karina, quien me ha enseñado que la actitud es una de las mejores armas en esta vida, además ella es el motivo de terminar una carrera pues tengo el deber de darle ese ejemplo. Y no puedo dejar de mencionar a mi apoyo moral e incondicional, Gustavo, quien se ha convertido en mi respaldo por su cariño y comprensión.

También le envié mi eterna gratitud a la persona que me ha enseñado a valorar muchas cosas, a darme cuenta que la fe es el motor del mundo, quien siempre me apoyo y escucho, y aunque ya no esté, sabe que desde algún punto en este perfecto universo se está enterando de mi logro, por eso, gracias mamá Mary.

Es preciso mencionar que esta tesis no se hubiera logrado sin el conocimiento de profesores quienes enseñaron con esfuerzo y dedicación cada una de las lecciones en la carrera de Ciencias de la Comunicación; entre ellos se encuentra, Adela Mabarak, magnífica persona quien realiza su trabajo con un amor insuperable. Asimismo agradezco a profesores ejemplares como: Rosalía Flores Mateos, Juan Pedro Antonio Chávez, Reyna Díaz Huerta y Luz María Garay. Sin olvidar a los sinodales que hicieron el gran trabajo de revisar dicha investigación.

Gracias a Dios, a la vida, a mis amigos y a mi familia quienes en las buenas y en las malas siempre me apoyaron. Mamá y Papá esto es para ustedes, los amo.

Laura Cecilia Dorantes Galán

ÍNDICE

Introducción	4
1. Teoría de los usos y gratificaciones	6
1.1. Orígenes	6
1.2. Principales postulados	15
1.3. Aportaciones en el campo de la comunicación y sus consecuencias	27
2. Red social Hi5	31
2.1. Concepto de red social	31
2.2. Origen de red social	35
2.3. Plataforma Hi5	39
2.3.1. Estructura de la red social Hi5	41
2.4. Contexto sociopolítico mexicano de Hi5	51
2.5. Alteraciones de conducta e interacción personal en los usuarios de Hi5	57
3. Usos y gratificaciones de la red social Hi5 en los jóvenes universitarios de 18 a 25 años	64
3.1. Modelo de encuesta	64
3.2. Gráficas y análisis de resultados	67
Conclusiones	116
Bibliografía	121
Anexos	124

INTRODUCCIÓN

Las redes sociales en internet han ganado un campo bastante amplio en los nuevos medios de comunicación donde la masa o el público se convierte a usuarios y grupos minoritarios donde el único lazo que comparten es el amigo del amigo o bien una institución académica, empresarial, gubernamental, etc.

4

Para el estudiante de Ciencias de la Comunicación es importante conocer esta nueva forma de interacción social, aplicando una de las teorías más novedosas que llegó a desbancar las antiquísimas y canónicas teorías donde los medios afectan las sociedad, enfocándose así a la sociedad afectando a los medios.

Es menester estudiar a fondo este rubro de la red de redes, enfocándolo a los universitarios y a los usos y gratificaciones que adquiere dejando al usuario manipular el medio mismo. Así pues, dado lo reciente de este nuevo concepto de redes sociales es estudio se encuentra basado en una de las tres de las más importantes conocidas en la gran urbe mexicana, Hi5.

Ahora bien, el motivo principal para la realización de esta tesis es descubrir los usos y gratificaciones de los jóvenes en universitarios, sobre todo de aquellas grandes comunidades estudiantiles como lo es Ciudad Universitaria (UNAM) con la firme idea de que en esta institución se conjugan personas con diversos estratos sociales.

Por tal motivo, la presente investigación aplica la teoría de los usos y gratificaciones en los self-media, tomando como punto del análisis la red social Hi5. La aplicación será a partir de los jóvenes estudiantes de Ciudad Universitaria (UNAM) – con un rango en edad de 18 a 25 años en el Distrito Federal.

En el primer capítulo llamado “Teoría de los usos y gratificaciones” aborda los orígenes de la teoría, sus principales postulados así como exponentes sin olvidar por supuesto una breve aportación en el campo de la comunicación y las consecuencias de la teoría de los usos y gratificaciones, todo esto con el objetivo de dar a conocer la base teórica para el análisis de la red social Hi5.

Por lo anterior, el segundo capítulo titulado “La Red Social” se observa el concepto y origen de la red social, mientras que en el apartado 2.3 se adentra a la definición de la plataforma Hi5 así como la estructura de la red misma, teniendo como base el esquema básico del perfil en línea. Por otro lado es necesario adentrarse al contexto sociopolítico de Hi5 en México teniendo este tema presente surge el apartado 2.4 y de esta forma se concluye el segundo capítulo con el punto 2.5 bajo el nombre “Alteraciones de conducta e interacción personal en los usuarios”, el cual está encargado de mostrar los principales cambios positivos y negativos de la sociedad mexicana ante este nuevo medio.

Para finalizar la presente investigación se encuentra el capítulo tres denominado “Usos y gratificaciones de la red social Hi5 en los jóvenes universitarios de 18 a 25 años” donde se encuentran los datos conclusos de la investigación, iniciando el 3.1 con la investigación de mercado brindando el modelo de la encuesta; el 3.2 conjunta el análisis de los resultados tanto de manera gráfica como de manera textual, tomando en cuenta diversos testimonios de personajes usuarios de Hi5.

Dicha investigación pretende generar un nuevo enfoque de la teoría de los usos y gratificaciones en las redes sociales virtuales para uso de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación interesados en las nuevas tecnologías y su aspecto comunicativo, la nueva forma de comunicación es internet y hay que innovar

CAPITULO I

TEORÍA DE LOS USOS Y GRATIFICACIONES

1.1 Orígenes

En comunicación, es menester conocer la interacción medio-espectador para medir la eficacia de los mensajes divulgados a través de los medios, todo esto con el firme propósito de llegar virtuosa y vigorosamente al espectador. Así pues es indispensable contar con un modelo teórico capaz de atender a los creadores de mensajes, por consiguiente, Moragas afirma que “con una teoría sobre los usos del medio se tiene mayor probabilidad de comprender sus efectos”¹.

La teoría de los usos y gratificaciones basa su enfoque en la relación sociedad-medio, dejando de lado todas aquellas perspectivas donde la sociedad, es decir, el receptor del mensaje, es un sujeto pasivo e inerte sin capacidad de decisión y con el único objetivo de recibir información para ponerla en práctica de manera uniforme –con otros individuos- sin análisis alguno, como en el caso de la Teoría de la Bala Mágica.

Por lo anterior en los años treinta surgen diversos cuestionamientos sobre el funcionamiento que cumplen los medios de comunicación en los sujetos que los consumen, es decir, ¿Para qué los usan? ¿Por qué cada individuo elige un medio diferente o bien un tema, dependiendo de las necesidades que pueda satisfacer?

Dadas las circunstancias y observaciones de los espectadores frente al medio y sus elecciones que no lograban explicar otros estudios y ante las preguntas ya mencionadas varios estudiosos de la comunicación empezaron a enfocarse a nuevas técnicas de investigación. Y es así como se pone en duda el papel que

¹ Moragas, Miquel, Sociología de la comunicación de masas, GG Mass Media, pág. 129

juega un individuo en los medios, es así, como se empiezan a realizar algunos estudios bajo esta vertiente “sobre la lectura de libros, series radiofónicas, periódicos, música popular y cine, con objeto de indagar sobre las razones de la gente para prestar atención a ciertas producciones de los medios de comunicación y sobre lo gratificante que podía resultar la exposición a los mismos”².

Sin embargo, no es hasta los años cuarenta que se empieza a desarrollar una teoría que propone un cambio del sujeto de pasivo a activo, con capacidad de elección y opinión frente a un medio determinado, esta teoría nace con el nombre de los Usos y Gratificaciones.

Asimismo esta teoría “intenta ayudar a comprender el significado y la finalidad del uso de los medios masivos y sugerir nuevas variables que se deben considerar en la búsqueda de efectos. Surge de la premisa de que los valores, los intereses, las asociaciones y las funciones sociales de la gente determinan lo que ésta decide ver y escuchar, así como su disponibilidad a aceptarlo según sus motivaciones.”³

Por otro lado Katz sugiere lo siguiente: “El enfoque basado en los ‘usos’ supone que los valores de las personas, sus intereses, sus asociaciones, sus funciones sociales son predominantes y que la gente ‘adapta’ lo que ve y escucha seleccionando los materiales de acuerdo con tales intereses”⁴

Es cierto que algunos autores mantienen severas críticas en sus inicios, incluso en el texto “teorías de la comunicación de masas” De Fleur y Ball-Rokeach critican al enfoque pues lo consideran no más que necesidades y gratificaciones auto-identificadas por parte del público quien necesita ver algo para luego obtener una gratificación por haber puesto atención. Es una afirmación donde mantiene al

² De Fleur y Ball-Rokeach, “Teorías de la comunicación de masas”, reimpresión 1999, Paidós, pág. 247.

³ García Silberman y Ramos Lira, “Medios de comunicación y violencia”, 1ª reimpresión 2000, Fondo de Cultura Económica, pág. 148.

⁴ McQuail, Denis, “Sociología de los medios masivos de comunicación”, 3ª reimpresión 1979, Paidós, pág. 96

espectador inerte, que sigue necesidades sin razonarlas. Sin embargo, en este mismo texto permite el beneficio de la duda afirmando lo siguiente “aunque esta formulación y la estrategia investigadora concomitante nos puedan llevar en el futuro a un planteamiento más sistemático, la perspectiva de las necesidades y las satisfacciones, en la actualidad, queda como algo restringido y carente de método”⁵.

En efecto, para los inicios de la perspectiva de los usos y satisfacciones en los años cuarenta se necesitaba de investigaciones más exhaustivas, a través de los años los acontecimientos mundiales han logrado voltear la vista hacia los espectadores y el uso que hacen de los medios, por supuesto para satisfacer sus necesidades, las cuales son muy particulares y por tal motivo generan una decisión razonada, que busca satisfacciones lejanas de solo un conocimiento vano por parte de la atención, si no al contrario, busca sentimientos de felicidad, diversión, información o bien educación, por mencionar algunas.

En contraste con De Fleur y Ball-Rokeach, McQuail considera que el enfoque teórico de los Usos y Gratificaciones “tiene dos ventajas principales: ayuda a comprender el significado y la finalidad del uso de los medios masivos y sugiere un cierto número de nuevas variables que deben ser tenidas en cuenta en la búsqueda de efectos⁶.

Por otro lado, la teoría de los usos y gratificaciones, tiene su base histórica en tres conjuntos de investigaciones y aportaciones a la comunicación, de esta forma autores como McQuail, Wolf y Nosnik citan y clasifican los diversos estudios e investigaciones hechas en tres categorías, sin embargo, para la presente investigación es menester realizar una reestructuración de estas tres.

⁵ De Fleur y Ball-Rokeach, “Teorías de la comunicación de masas”, pág. 149

⁶ McQuail, “Sociología...”, *Op. Cit.*, pág. 96

Por lo anterior, se coloca en el primer conjunto las investigaciones enfocadas a las mujeres y su participación en la radio, así como adultos en general con la prensa escrita. De esta manera surge el estudio de Herzog donde se demostró que las mujeres seguidoras de las novelas radiofónicas “obtenían gratificaciones que eran distintas a sus propias circunstancias y problemas individuales. Lograban descarga y estímulo emocionales, y alguna compensación vicaria para sus propias privaciones, al encontrar víctimas propiciatorias en los personajes de las novelas”⁷.

Estas series abrían un panorama mucho más atractivo que producía una fantasía capaz de satisfacer una vida propia. Así pues Warner y Henry confirman esta hipótesis afirmando que la novela radiofónica “elogiaba y recompensaba a la esposa y a la madre, ayudaba a reducir su sensación de futilidad y aumentaba tanto sus sentimientos de seguridad como la aceptación de su puesto dentro de la sociedad”⁸

Otro aspecto fundamental de este primer conjunto son los estudios basados en los textos periodísticos y literarios realizados por adultos, es aquí cuando aparece el estudio efectuado por Waples-Berelson-Bradshaw que busca respuestas al funcionamiento y repercusiones que trae consigo la lectura, por lo tanto estos autores “sostienen que el análisis de su difusión y de sus características ‘debería reflejar los usos de la lectura que influyen las relaciones sociales [...] leer tiene una influencia social siempre que responda a las preguntas de determinados grupos, de una forma que incida sobre sus relaciones con otros grupos sociales’”⁹

Prosiguiendo en esta línea, Berelson estudia las reacciones de los lectores a propósito de una huelga en Nueva York, para configurar las funciones que tiene la prensa y deduce las siguientes como más importantes:

⁷ McQuail, “Sociología...”, *Op. Cit.*, pág. 98

⁸ *Ibíd.*, pág. 98

⁹ Wolf, Mauro “La investigación de la comunicación de masas: críticas y perspectivas”, Paidós, pág. 80

- a) *Informar y ofrecer interpretaciones sobre los acontecimientos*
- b) *Constituir un instrumento esencial en la vida contemporánea*
- c) *Ser una fuente de relajación*
- d) *Atribuir prestigio social*
- e) *Ser un instrumento de contacto social*
- f) *Constituir una parte importante de los rituales de la vida cotidiana*¹⁰

Cabe destacar otros estudios descriptivos que forman parte de este primer conjunto, entre ellos se encuentra el análisis referente a los programas de concursos realizado por Herzog, el de música clásica por Suchman así como el elaborado por Mendelsohn sobre las funciones de la radio. Este primer conjunto se dedica a generar un “inventario” como lo llama Nosnik, sobre la razón de uso que la gente le atribuye a un medio y por ende las funciones de este.

Ahora bien, el segundo conjunto de investigaciones precedentes a los Usos y Gratificaciones, los cuales surgen del auge hecho por la noción de los efectos limitados de los medios de comunicación -según Nosnik- parte de los estudios realizados en los niños y adultos respecto de textos ilustrados y televisión, así pues se cuenta con la participación de Wolf y Fiske quienes se ilustran en el uso de las tiras cómicas para niños, y arrojan tres funciones esenciales, las cuales son: “Proporcionar un héroe invencible con quien identificarse y proveer información acerca del mundo real, cada una de las cuales corresponde a una etapa exitosa del desarrollo y está asociada con las necesidades púrpuras de ella. Los autores demuestran que el uso excesivo de tales revistas está vinculado con tendencias neuróticas e incapacidades físicas”¹¹

¹⁰ Wolf, op. Cit., pág. 80

¹¹ McQuail, Op, Cit., pág. 98.

Por otro lado, Bailyn complementa a Wolf y Fiske al decir que las características personales y el alto consumo de los medios ilustrados en niños que viven en un ambiente domestico restrictivo se encuentra relacionado con la evasión, sobre todo a la hora de escoger un personaje heroico agresivo.

En efecto, estos estudios se refieren a medios impresos y es aquí donde sale a flote la televisión, así y en continuación con los niños, Maccoby explica que el alto consumo de televisión es debido a que alivia las frustraciones del ambiente domestico en los niños de clase media, este aspecto también se fundamenta en las disertaciones de los Riley las cuales afirman que “el uso de los diversos tipos de contenidos de comunicación varía según el grado de adhesión a la familia”¹².

Y para culminar estas investigaciones la escuela norteamericana hace su aparición con Schramm y el uso que dan los niños a la televisión, de esta forma “establece una distinción fundamental entre las recompensas ofrecidas a los niños por el contenido “fantástico” y el “real”: el primero está asociado con gratificaciones inmediatas y el segundo con gratificaciones postergadas, que a su vez se relacionan con las normas de las clases sociales”¹³.

No obstante de las investigaciones en niños, este segundo conjunto expide nociones sobre el uso de los medios televisivos en adultos, entre los autores se encuentran Steiner y Mendelsohn, el primero “usaba datos mostrando discrepancias entre las actitudes críticas para argüir a favor de status quo”¹⁴ así pues el segundo se encargo de un estudio más a fondo en los usos de los espectáculos masivos. En cuanto a este conjunto se puede agregar que Frank y Greenberg ponen especial énfasis en su explicación sobre los usos de los medios las cuales descansan en diversión, evasión y entretenimiento.

¹² McQuail, Op. Cit., pág. 98

¹³ Ibidem, pág. 99

¹⁴ Nosnik, A, “El desarrollo de la comunicación social: un enfoque metodológico”, pág. 95.

Por último, el tercer conjunto se refiere a la televisión en adultos y los trabajos analíticos de estudiosos de la comunicación; por consiguiente, salen a la luz estudios sobre los afectos a ver programas de ficción en la televisión, asegurando que la razón que llevan estas personas de bajo nivel social a consumirlos radica en “un alto grado de ansiedad”¹⁵, según Hazard, o bien que “está ligado a sentimientos subjetivos de depresión y a bajos puntajes en lo que respecta a las relaciones sociales”¹⁶ en opinión de Katz y Lazarfeld.

Luego se tienen estudios de esta índole con referencia en un nivel social un poco más alto en programas políticos de televisión, avistándose las investigaciones de Blumler y McQuail quienes manifiestan que el interés atribuido a este tipo de programas “depende de la naturaleza del motivo por el que una persona mira tales programas y del nivel de motivación más amplio que caracteriza a los telespectadores”¹⁷.

Otro aspecto de este conjunto se refiere a los trabajos analíticos y publicaciones de estudiosos en comunicación, entonces surge el análisis de Lasswell acerca de las tres funciones de la comunicación de masas, estas son:

- a) *Proporcionar informaciones*
- b) *Proporcionar interpretaciones que hagan significativas y coherentes las informaciones*
- c) *Expresar los valores culturales y simbólicos propios e la identidad y de la continuidad social*¹⁸

Ahora bien Wright establece una cuarta opción ante estas tres funciones de Lasswell afirmando que la comunicación de masas también funciona para

¹⁵ McQuail, Op. Cit, pág. 99

¹⁶ Idem.

¹⁷ Idem.

¹⁸ Wolf, Op. Cit., pág.

entretenir al espectador proporcionándole un medio de evadirse de la ansiedad y de los problemas de la vida social.

En otro rubro de este conjunto, aparecen dos obras fundamentales para los Usos y Gratificaciones, una pertenece a J.G Blumer y E. Katz bajo el nombre “The Uses of Mass Communication” la otra tiene por nombre “The Uses and Gratifications Approach to Mass Communication Research” de D. L. Swason. Evidentemente para Nosnik los puntos imprescindibles a verificar son:

1. *Proporcionar un criterio para organizar el trabajo teórico y metodológico del área.*
2. *Presentar las críticas y hacer explícitos a los estudiosos de medios masivos, los problemas afrontados por este enfoque.*
3. *Responder algunas de las críticas expresadas en contra de éste y proporcionar criterios para seguir desarrollando y evaluar el trabajo realizado en el área.*¹⁹

En conclusión, estos tres conjuntos son los eslabones para generar la teoría de los usos y gratificaciones, el primero radio-textos se encarga de dar respuesta a las preguntas ¿Para qué usa la gente los medios? ¿Qué buscan y por que los satisface? El segundo, textos ilustrados-televisión, incide en “la operacionalización de las necesidades, y sus orígenes psicológicos y/o sociales, lo cual se llevaba a distintos patrones de exposición”.²⁰ Y finalmente, en el tercero se conjugan los dos anteriores para la génesis de un nuevo enfoque en la comunicación.

En otras palabras ¿Qué une a estos tres trabajos? Wolf genera una respuesta asegurando que esta forma parte de un elemento básico para la teoría de los usos

¹⁹ Nosnik, Op. Cit., pág. 95

²⁰ Idem

y gratificaciones pues “relaciona el consumo, el uso y (por tanto) los efectos de los media con la estructura de necesidades que caracteriza al destinatario”²¹

Esos trabajos fundamentan la teoría de los usos y gratificaciones así pues este enfoque “intenta ayudar a comprender el significado y la finalidad del uso de los medios masivos y sugerir nuevas variables que se deben considerar en la búsqueda de efectos. Surge de la premisa de que los valores, los intereses, las asociaciones y las funciones sociales de la gente determinan lo que ésta decide ver y escuchar, así como su disponibilidad a aceptarlo según sus motivaciones”²².

Una vez realizado el génesis de los usos y gratificaciones es menester citar un argumento muy preciso realizado por Katz donde afirma “la necesidad de prestar menos atención a lo que los medios hacen a la gente que lo que ésta hace con ellos. Tal enfoque supone ‘que... aun el contenido de la comunicación más poderosa no puede, por lo general, ejercer influencia sobre un individuo para quien no tiene utilidad alguna en el contexto social y psicológico en que vive’”²³

La teoría de los Usos y Gratificaciones ha pasado por diversos estudios, ha sido sometida a críticas y a reconocimientos como nuevo enfoque que apoya el juego que ejerce el receptor de los medios, si bien es cierto que como toda innovación, su nacimiento fue incrédulo también lo es que con el paso del tiempo ha adquirido una base sólida. Puesto que los contenidos mediáticos han ido cambiando de generación en generación, de no ser cierta esta teoría los medios continuarían transmitiendo lo mismo de hace un siglo, el gasto por innovación sería nulo.

²¹ Wolf, op. Cit., pág. 80

²² García Sílberman y Ramos Lira “Medios de comunicación y violencia”, FCE, pág. 148.

²³ McQuail, op. cit., pág. 96

1.2 Principales postulados

El enfoque de los Usos y Gratificaciones se responde a la pregunta ¿Qué hace la gente con los medios? A diferencia de la teoría de los efectos limitados que enfoca su pregunta a ¿Qué le hacen los medios a la gente? Estas cuestiones son indispensables para entender el eje sobre el que gira esta teoría.

Ahora bien, “el enfoque de usos y gratificaciones toma como punto de partida al consumidor de los medios más que los mensajes de éstos, y explora su conducta comunicativa en función de su experiencia directa con los medios”²⁴. Aquí el espectador es el pilar de cualquier estudio de esta índole así como las actitudes tomadas cuando este mismo es expuesto al mensaje que le proporciona los medios.

Dicho de otra forma, esta situación “implica un desplazamiento del origen del efecto, del solo contenido del mensaje a todo el contexto comunicativo”²⁵, de esta manera se construye un contexto y visión mucho más amplio de la actividad del ser humano en el juego social que es puesto en acción a la hora de presentarse frente al medio de comunicación, permitiendo conocer más a fondo sobre la manera en que se buscan las gratificaciones.

Lo anterior, remite a la idea propuesta por Miquel de Moragas quien al hablar de este enfoque agrega que los usos y gratificaciones “contempla a los miembros del público como usuarios activos del contenido de los medios, más que como pasivamente influidos por ellos. Por tanto, no presume una relación directa entre mensajes y efectos, sino que postula que los miembros del público hacen uso de

²⁴ Moragas, Op. Cit. pág. 129

²⁵ Wolf, Op.Cit. pág. 85

los mensajes y que esta utilización actúa como variable que interviene en el proceso del efecto”²⁶.

Sin embargo, el enfoque no se conforma con esclarecer la situación activa del auditorio si no también se preocupa por la procedencia de estas, es decir, ¿Qué agentes externos influyen en el ser humano a la hora de realizar el proceso de selección de diversos medios y mensajes? Y ¿De qué manera el espectador es beneficiado con la elección efectuada?

En respuesta, muchos estudiosos de este nuevo enfoque afirman que los medios satisfacen necesidades de acuerdo al contexto social del individuo, es decir, los medios de comunicación masiva funcionan de manera psicológica y social así pues Katz-Gurevich-Haas en su libro “On The Use of Mass Media for Important Things” afirman que son cinco las necesidades a cubrir, las cuales son:

- a) Necesidades cognoscitivas (adquisición y refuerzo de los conocimientos y de la comprensión)
- b) Necesidades afectivas estéticas (esfuerzo de la experiencia estética, emotiva)
- c) Necesidades integradoras a nivel de la personalidad (seguridad, estabilidad emotiva, incremento de la credibilidad y del estatus)
- d) Necesidades integradoras a nivel social (refuerzo de los contactos interpersonales, con la familia, los amigos, etc.)
- e) Necesidades de evasión (relajación de las tensiones y de los conflictos).²⁷

Esto aclara la situación funcionalista del enfoque de los usos y gratificaciones, aquí se busca el por qué la gente los utiliza, cual es su contexto social y personal

²⁶ Moragas, Op.Cit., pág. 129

²⁷ Wolf, Op. Cit., pág 80

que induce al individuo a elegir un medio para satisfacer esas necesidades adquiridas por su entorno.

Y es que “el enfoque postula que las gratificaciones pueden ser derivadas no sólo del contenido de los medios, sino del propio acto de la exposición ante un medio dado, así como el contexto social en que ese medio es consumido”²⁸. Dicho en otras palabras el solo acto de utilizar algún medio ya está cargado de una distracción o atención hacia un tema en específico que puede o no interesar, cuando el hecho de disfrutar el contexto que se requiere es una gratificación particular.

En efecto, los medios brindan información interesante y emocional que a su vez genera un estatus o tema de debate, en otros ámbitos hace reír u olvidar todo aquello estresante de la vida cotidiana. Así pues, todo esto recae en la capacidad mediática de satisfacer necesidades, de acuerdo a las clases de las mismas propuestas por los autores antes mencionados, para generar una gratificación, la cual permite la apertura de la relación espectador-medio.

Ahora bien, ya que se conocen las necesidades que la audiencia tiende a satisfacer también es importante, como ya se mencionó anteriormente, resaltar qué incita a los espectadores a integrarlas o bien a generarlas, Wolf cita la respuesta de Katz-Bumbler-Gurevitch afirmando que existen cinco modalidades y las enumera de la siguiente manera:

- 1. La situación social produce tensiones y conflictos, que el consumo de mass media atenúa.*
- 2. La situación social crea la conciencia de determinados problemas que exigen atención, y la información sobre ellos puede buscarse en los media.*

²⁸ Moragas, Op.Cit., pág. 130

3. *La situación social ofrece escasas oportunidades reales de satisfacer determinadas necesidades, que procuran satisfacerse, de forma delgada, con los media.*
4. *La situación social crea determinados valores, cuya afirmación y cuyo refuerzo son facilitados por las comunicaciones de masas*
5. *La situación social proporciona y determina expectativas de familiaridad con determinados mensajes, que deben por tanto ser disfrutados para sostener la pertenencia a grupos sociales de referencia.*²⁹

Existe una relación entre las necesidades de la gente y su contexto social por tal motivo y como se vio anteriormente, cada experiencia conduce al individuo a un sentimiento que lo lleva a elegir un medio de comunicación masiva para reforzar u olvidar dicho acontecimiento.

Lo anterior, son hipótesis acertadas que admiten un elemento básico para el entendimiento de los usos y gratificaciones, no obstante, este hecho obliga a recurrir a los estudiosos de este enfoque a diversas ramas de las ciencias sociales capaces de discernir de manera más compleja la conducta del ser humano ante los medios, así pues, hace su aparición el psicoanálisis y la sociología, las cuales son de gran utilidad en este tipo de estudios.

Hasta aquí se ha presentado el motivo de los espectadores para consumir medios, es decir, las necesidades; sin embargo, un punto altamente relevante en esta teoría radica en la situación que juega la fuente de gratificaciones que obtiene el ser humano, y Wolf afirma que éstas pueden aparecer tanto “el contenido específico del mensaje como la exposición al medio en sí misma”³⁰.

²⁹Wolf, Op.Cit.,pág. 81

³⁰ Ibidem, pág. 85

La actividad que el destinatario ejerce ante el medio y la gratificación que le proporciona no recae siempre en el contenido del mensaje emitido, como ya se menciono al principio de este punto, sino tan solo en la acción de colocarse frente al medio mismo.

McQuail, citado por Wolf, considera que el consumo de estas comunicaciones de masas “no implican ninguna orientación respecto a la fuente representada por el emisor, sino que sólo tienen significado en el mundo individual del sujeto que forma parte del público”³¹. Por este lugar es donde la teoría de los usos y gratificaciones mantiene ciertas críticas, pues apunta a un individualismo relativamente radical.

Otro aspecto a destacar de este enfoque comunicacional es el intento por fomentar la estrecha relación que tiene la motivación personal a la hora de realizar una elección, a diferencia del modelo transfer, el cual consideraba las decisiones del espectador como un obstáculo que impedía la llegada del mensaje, pues aquí “la actividad selectiva e interpretativa del destinatario – sociológicamente basada en la estructura de necesidades del individuo – pasa a formar parte estable del proceso comunicativo, constituyendo un componente ineliminable”³².

De acuerdo a los datos mencionados con anterioridad, es preciso aclarar que la teoría de los usos y gratificaciones muchas veces es considerada como enfoque, pero no es así, pues esto atentaría, de manera virtual, contra “toda pretensión teórica o todo compromiso metodológico”³³ dejándolo en una explicación acerca de la manera que es usada la comunicación para la satisfacción de diversas necesidades de acuerdo a las respuestas proporcionadas por los sujetos estudiados.

³¹ Idem

³² Ibidem pág. 86

³³ Moragas, Op,Cit., pág. 135

Ante esto, los usos y gratificaciones reaccionan y apelan a la valorización de diferentes esfuerzos obtenidos en las investigaciones realizadas basadas en una metodología eficaz capaz de teorizar el estudio. Asimismo, una explicación más profunda de esto y *per se* lleva a los elementos principales de los usos y gratificaciones la da Lundenberg y Hulten, quienes lo consideran un modelo a seguir de la presente teoría.

1. *La audiencia se concibe como algo activo, esto es, una parte importante del uso de los medios masivos se supone dirigido al logro de objetivos.*³⁴

Este punto permite discernir que el consumo de los medios es gracias a la necesidad que se encuentra latente en el espectador y la cual busca, con base en su ambiente psicológico y social, ser atendida con certeza. Sin embargo, hay quienes arrojan una crítica sustentada en que el destinatario muchas veces utiliza los medios como pasatiempo y no como una actividad racional para la satisfacción de un propósito, tal es el caso de Bogart, quien considera el uso de los medios como una situación fortuita sujeta, además, a la disponibilidad del mensaje.

Si bien es cierto que la elección de un medio y un mensaje puede caer en lo casual también lo es que sigue perteneciendo a una gama de satisfacción propia, ya sea entretenimiento, liberación de tensión, entre otras; que a su vez estas mismas se convierten necesidades atendidas por el medio, regresando así, a la fidelidad de este punto.

2. *En el proceso de comunicación social, la iniciativa de relacionar la satisfacción de necesidades y la elección de los medios se encuentra en cada miembro de la audiencia. Esto significa una notable limitación en la*

³⁴ Nosnik, Op. Cit., pág. 97

*concepción de cualquier forma de efecto unidireccional de contenido de los medios sobre las actitudes el comportamiento*³⁵.

Este punto descarta las diversas teorías que proponen un efecto directo de los medios hacia la audiencia e implementa todo lo contrario, pues en los usos y gratificaciones el sujeto es quien permite que ocurra o no un acto comunicativo así pues en gran medida, este se convierte en un ser atendido por los medios desde el momento que destinatario presenta “exigencias a los comunicadores, que éstos deben satisfacer para conseguir sus propios objetivos”³⁶.

Así pues toda opinión tanto personal como masiva es de importancia para el emisor, dicho de otra forma, el medio necesita más de la audiencia que esta del primero, tal es el caso de la lucha por el llamado *rating*, el cual refleja que sin seres ante los cuales exhibirse el mensaje se convierte en ineficaz.

3. Los medios compiten con otras fuentes de satisfacción de necesidades. Aquellas necesidades cubiertas por la comunicación social constituyen tan sólo un segmento del ámbito mayor de necesidades humanas, y ciertamente varía el grado en el cual pueden ser adecuadamente satisfechas a través del consumo de medios.

Los medios de comunicación masiva no son las únicas formas de satisfacer necesidades, pues existe una amplia gama de ellas, las cuales son experimentadas en diferentes aspectos de la cotidianidad. Así pues el emisor mantiene una disputa contra las necesidades que se refieren a un entorno social más trivial.

³⁵ Ibidem

³⁶ Moragas, Op.Cit., pág. 138

Sin embargo, una fuente comunicacional que supera a los medios es comunicación personal, pues el humano la observa como una interacción mucho más importante que estar frente a algún mensaje emitido por la radio, televisión, prensa, entre otros; para reforzar lo anterior es menester citar el estudio realizado a niños por Furu en Japón, la mayoría de estos menores prefirieron una conversación más que otro medio, pues se llegó a la conclusión de que esta interacción es más placentera, reduce frustraciones, estimula y consuela la mente.

*4. Desde un punto de vista metodológico, muchos de los objetivos de los usos de los medios masivos pueden derivarse de datos ofrecidos los miembros de la propia audiencia; eso esta, la gente es lo suficientemente consciente de sí misma como para ser capaz de informar acerca de sus intereses y motivos en casos particulares.*³⁷

Esto es sin duda alguna una característica de los usos y gratificaciones, pues las instrucciones a seguir, en la mayoría de los casos, remite al hecho de preguntar de manera directa al sujeto sobre sus necesidades y la manera de satisfacerlas, es decir, los testimonios personales.

Estos son considerados la principal fuente de datos, las cuales corren el peligro de proporcionar información basada en imágenes y estereotipos manejados en el contexto social, por tal motivo, es menester, “integrar dichos datos con otros procedentes de fuentes distintas”³⁸.

Y es que una crítica basada en este punto de la teoría es realizada por Elliott quien asegura la existencia de una brecha amplia entre lo que el sujeto refiere a lo que consume en realidad, incluso, Comstock ejemplifica esta situación de la siguiente manera “el público concibe la televisión más como una fuente de

³⁷ Nosnik, Op. Cit., pág. 97

³⁸ Wolf, Op.Cit., pág. 87

información nacional que local, pero el consumo de esta última resulta tan elevado como el de la información nacional”³⁹. Sin embargo, varios estudiosos de esta rama han ido mejorando sus herramientas de investigación con el firme propósito de obtener información más exacta y fidedigna.

5. *Los juicios de valor acerca de la relevancia cultural de la comunicación social deben ser suspendidos mientras las orientaciones de la audiencia se exploran en sus propios términos.*⁴⁰

Este punto, básicamente, remite a la semejanzas que mantienen los usos y gratificaciones con las teorías sobre la cultura popular, lo anterior se traduce en que ambas “comparten un interés común por la comprensión de la vinculación del público a los medios masivos”⁴¹. Asimismo, estas pruebas empíricas realizadas por la cultura pueden ser retomadas por los estudiosos de la presente teoría.

Ahora bien, Nosnik quien cita a Lundenberg y Hulten, critica los dos últimos puntos, pues los considera subjetivos y no necesarios en la base de este enfoque puesto que los dos últimos son más bien hipótesis metodológicas que si bien es cierto sirven como propuestas pero no han sido comprobadas de manera empírica.

Una crítica que destaca Nosnik hacia estos puntos, en general, de la teoría de los usos y gratificaciones es la realizada por McQuail en “The uses and gratifications approach: origin, present troubles and future applications”, y es que este enfoque considera a la audiencia “demasiado mentalistas o demasiado racionales”⁴², es decir, los medios transmiten mensajes a seres humanos pensantes, capaz de comprender todo lo que se envía.

³⁹ Ibidem, pág. 86

⁴⁰ Nosnik, Op. Cit., pág. 97

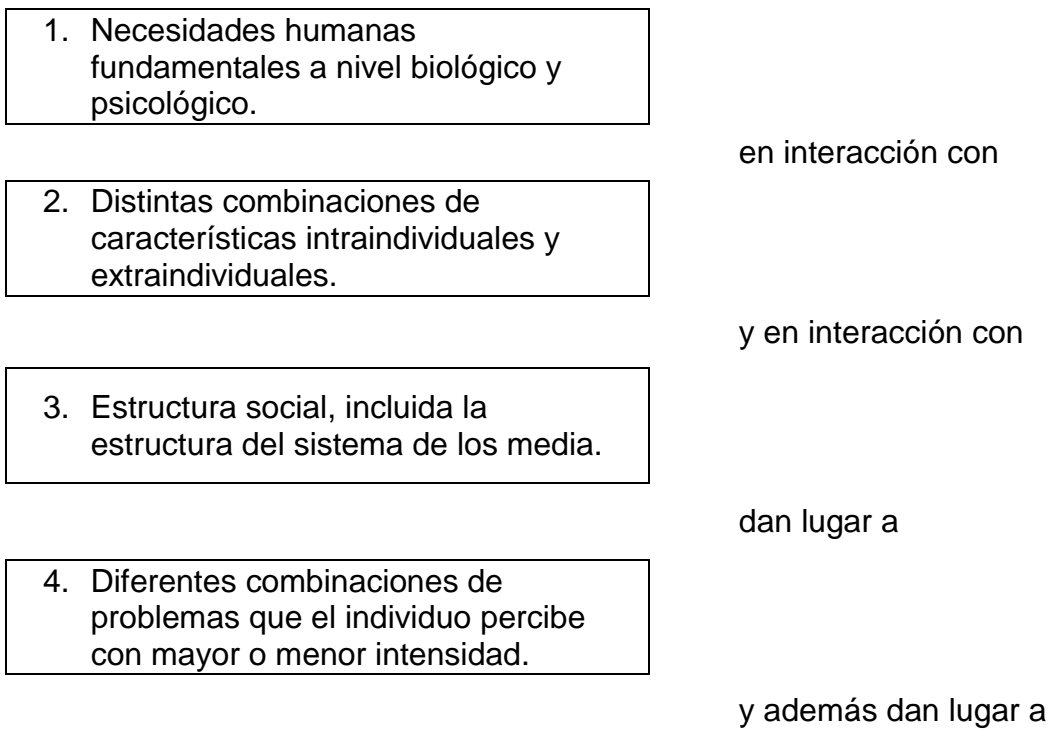
⁴¹ Moragas, Op.Cit., pág. 140

⁴² Ibidem, pág. 98

Sin embargo, la crítica realizada por Mcquail tiende al extremo, tal como lo hace la aguja hipodérmica al considerar a la audiencia inerte, es menester buscar un punto de equilibrio pues si bien es cierto que este público es activo también lo es que a veces no hace el intento por analizar más allá de lo presentado.

Por otro lado es real que la hipótesis de los usos y gratificaciones considera a la audiencia como un individuo desplazado de su ambiente y contexto capaz de componer sus propias experiencias y necesidades para luego satisfacerlas.

Aunque, en efecto, la situación individualista de la teoría es un pilar, también lo es que se debe considerar como imprescindible el hecho de ubicar al sujeto en un contexto mucho más social. Ante esta problemática varios estudiosos, según Wolf, han tratado de atenuar este componente del enfoque, tal es el caso, de Rosengren quien, a su vez, propone un modelo (Fig. 1.1) para establecer las variantes básicas del enfoque.



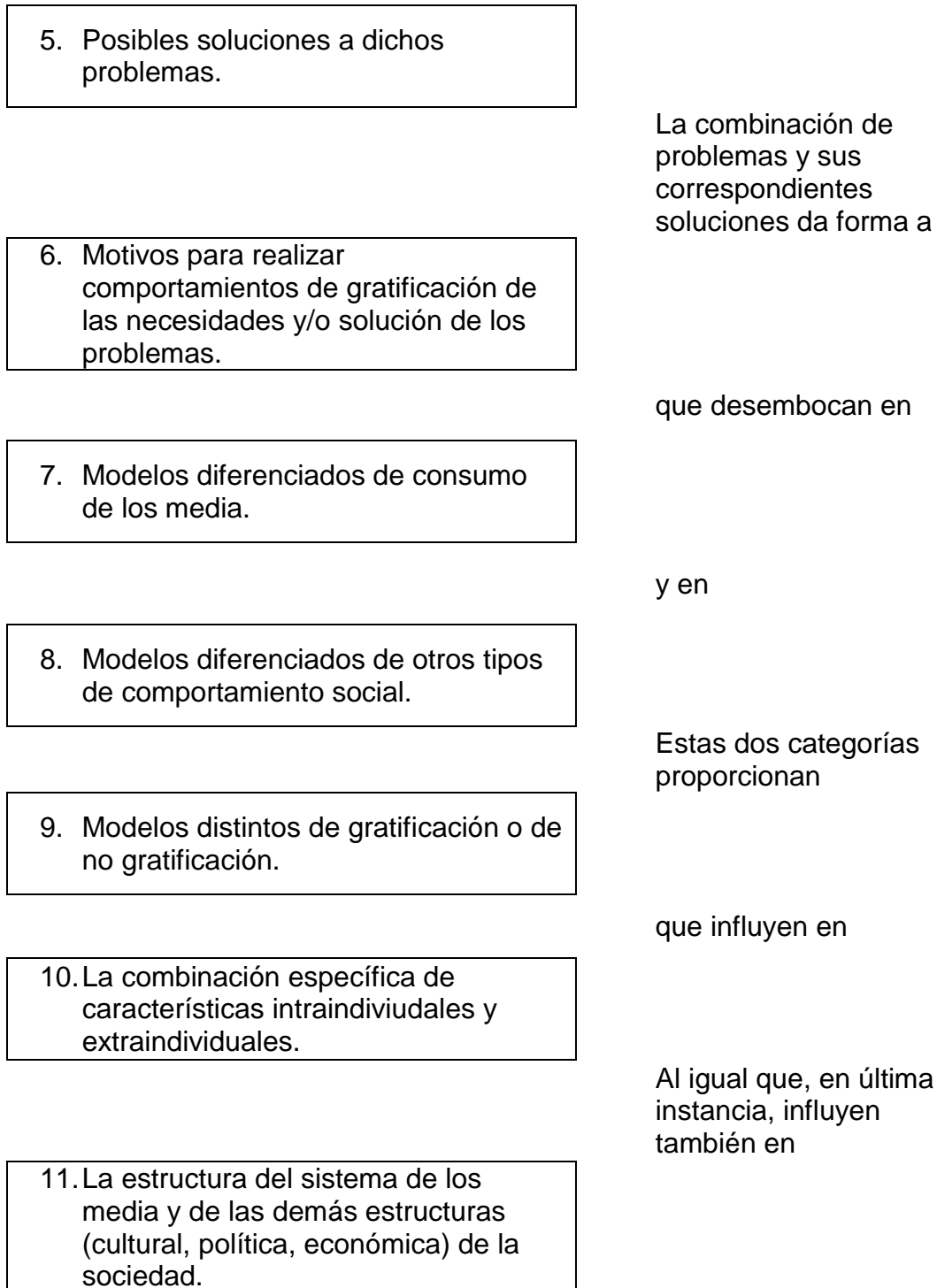


Fig. 1.1 – Tomada de: Wolf, Mauro, “La investigación de la comunicación de masas”, Pág. 89

Los cinco puntos mencionados anteriormente son los pilares considerados por varios estudios, sin embargo y a manera de resumen, es menester tomar en cuenta las perspectivas de diferentes autores tales como García Silberman y Ramos Lira están de acuerdo con McQuail sugiriendo que los principales postulados de la teoría de los usos y gratificaciones son los siguientes:

- a) *Los individuos o grupos están sujetos a ciertas presiones de su medio social*
- b) *Dichas presiones crean necesidades percibidas de manera subjetiva (por ejemplo: información, evasión, confianza, compañía, compensación).*
- c) *Éstas determinan, a su vez, una conducta dirigida a la satisfacción de tales necesidades.*
- d) *El uso de los medios forma parte de esta conducta*⁴³.

Por su parte, José Ignacio Varela Mejía, hace su aparición al afirmar que la teoría de los Usos y Gratificaciones tiene tres objetivos fundamentales: “Explicar cómo los medios masivos son utilizados para satisfacer sus necesidades; entender las motivaciones para el comportamiento mediático, e identificar las funciones o consecuencias que surgen a partir de las necesidades, motivaciones y expectativas que se desean obtener. [...] Las gratificaciones obtenidas son vistas como el resultado percibido de involucrase en un comportamiento particular. Se cree que éstas influyen la respuesta del público a la exposición de medio al manipular la interpretación del individuo acerca del contenido de los medios.”⁴⁴

Hoy en día se puede apreciar como los medios se mueven de acuerdo a los hábitos de consumo de la gente, por tal motivo, la Teoría de los Usos y

⁴³ Silberman, García Sarah y Ramos, Lira Luciana, “Medios de comunicación y violencia”, pág. 149

⁴⁴ http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n24/24_jvarela.html (Revista electrónica de América Latina especializada en Comunicación- ITESM CEM) 10 de marzo del 2009, 13:20 hrs, “La dura realidad: usos y gratificaciones aplicada a los reality shows”, José Ignacio Varela Mejía.

Gratificaciones tiene un pilar en la idea sobre que la gente elige que consumir y con base en eso los medios producen, sin duda alguna, el público manda.

A lo largo de este punto se han ido citando varios ejemplos sobre los estudios realizados en los usos y gratificaciones, no obstante, es necesario observar casos más profundos dedicados a esa misma teoría.

1.3 Aportaciones en el campo de la comunicación y sus consecuencias

Con base en los estudios de los usos y gratificaciones se han realizado estudios para conocer el consumo de los medios en diversos públicos del mundo, uno de ellos reside en la investigación de Comstock donde se arrojan resultados bastante importantes sobre el consumo de la televisión en los adolescentes y niños, para recibir diversión y entretenimiento.

Asimismo varía de acuerdo al ciclo de vida que esté llevando, puesto que también usa la televisión para la evasión o falta de relaciones interpersonales, esto quiere decir que si el individuo se encuentra en una etapa escolar observa más televisión o música que otros.

Las conclusiones de dicha investigación son citadas por Wolf afirmando que:

“El consumo televisivo está típicamente motiva y destinado a ser entretenido. El papel normativo adscrito a la televisión (en la sociedad americana) por parte del público es el del entretenimiento, aunque la televisión se considerada una importante fuente de noticias y aunque puedan producirse efectos sobre los conocimientos y sobre el comportamiento.

Gran parte de la televisión es consumida como <<Televisión>> y no respecto a un programa particular. Incluso cuando un espectador afirma sentirse atraído por un determinado programa, difícilmente son los méritos de un concreto episodio sino más bien la selección de un ejemplo de un género específico que le satisface. Los espectadores normalmente no deciden ver un programa determinado: en cambio llevan a cabo dos decisiones. La primera es si ver o no la televisión, y la segunda es qué ver: de estas dos decisiones la primera es sin duda la más importante (lo que significa que en las situaciones normales cada programa alcanza ampliamente su propia audiencia con los que están dispuestos a ver algo en aquel lapso).

El papel central de la televisión como medio de entretenimiento abarca tanto a los más instruidos como a los menos escolarizados, y probablemente también a otros sectores de la población, aunque entre los distintos segmentos del público existan variaciones en la actitud hacia el medio, en la cantidad de exposición y en otros factores.”⁴⁵

Este es una investigación que nos permite ver el papel central que juega la audiencia frente a los medios, tan sólo se puede observar en la pregunta esencial de si ver televisión o no, eso es elección del individuo y con eso se sustenta la teoría de los usos y gratificaciones, que si bien es cierto tiene varias críticas al considerar al espectador tan racional también lo es que depende de su mentalidad para llevar el mensaje a su destino.

Como esta hay varias investigaciones en relación con los usos y gratificaciones, García Silberman y Ramos Lira citan los estudios - elaborados en diversos países y contextos- revisados por Vilches, así pues resaltan los siguientes:

⁴⁵ Wolf, Op. Cit. pág. 85

- *En Suecia se señalan tres funciones relevantes: escape o diversión; información y conocimiento; utilidad social orientada a la acción práctica.*
- *En Finlandia se proponen también tres funciones: visión del mundo, diversión y utilidad social (Pietila, 1976).*
- *En Francia hay tres funciones parecidas: entretenimiento, información y utilidad (Prix Jeneuse, 1976).*
- *En los Estados Unidos: utilitarismo, defensa del Yo, expresión de valores y función informativa (Robinson, 1972).*
- *En Canadá: vigilancia y relajación (Canadian Broadcasting Corporation, 1975).*
- *En Israel: matar el tiempo, saber lo que pasa en el mundo y tener contacto social (Katz y Peled, 1974)*
- *En Australia: identidad personal, contacto social, diversión e información (Kippax y Murray, 1980)⁴⁶.*

Parafraseando a García Silberman, los estudios realizados por Vilches le permitieron deducir que el uso de los medios tiene un objetivo directo pero cada uno de estos satisface necesidades específicas, así mismo la masa selecciona el medio y el contenido que logre satisfacer sus necesidades, para esta selección las otras fuentes de gratificación se enfrentan de una manera competitiva a los medios, y poro supuesto, como se comento anteriormente la audiencia se concibe como racional y capaz de verbalizar sus necesidades cuando se requiere.

En general, los usos y gratificaciones en relación a la televisión se logra sintetizar en dos grandes grupos aquellos que la usan para entretenerse y así conseguir una evasión parcial de la realidad, mientras que otros la usan para estar informados y conseguir un tema amplio y critico de conversación.

⁴⁶ Silberman et.al., Op. Cit, pág. 150

En conclusión, la teoría de los usos y gratificaciones es un modelo que permite la interacción de una forma mucho más directa y racional, pero ¿Qué pasa cuando medios actuales como internet permiten que la actividad del usuario no radique solamente en la elección de un medio dado si no en la producción de contenidos del mismo?

El presente trabajo de investigación, pretende dar un enfoque, siguiendo la articulación de este según Moragas, de la teoría de los usos y gratificaciones aplicado no en la televisión sino en internet, específicamente hablando de las redes sociales donde el espectador es al mismo tiempo el emisor y receptor del contenido.

Para poder lograr una mejor comprensión del tema, es menester conceptualizar el término redes sociales así como una breve introducción del nuevo medio a estudiar, sin olvidar, por supuesto, el contexto que se vive en el universo de la investigación.

CAPITULO II

RED SOCIAL HI5

2.1 Orígenes de la red social

Para observar los orígenes de las redes sociales es preciso adentrar un poco en la historia general de internet, para esto, Manuel Castells en su obra “La Galaxia Internet” muestra algunas acepciones al respecto, así pues, inicia por la creación de ARPANET hasta llegar al auge del famoso WWW (World Wide Web), y considera de esta manera que “la producción de una terminada tecnología en un momento histórico condiciona sus contenidos y los usos que se hacen de ella en su desarrollo futuro”⁴⁷.

Entonces, ARPANET, “es una red de ordenadores establecida por ARPA (Advanced Research Projects Agency) en un septiembre de 1969”⁴⁸, fundada por la Defensa de Estados Unidos con el firme objetivo de superar tecnológicamente y militarmente a la Unión Soviética. ARPANET era considerado un programa menor que nació en IPTO (Information Processing Techniques Office), uno de los departamentos de ARPA, así mismo la construcción de ARPANET se justificó como un medio de compartir el tiempo de computación online de los ordenadores entre varios centros de informática y grupos de investigación de la agencia.

Ahora bien para que IPTO pudiera establecer aquella red informática “se basó en una revolucionaria tecnología de transmisión de telecomunicaciones, la conmutación de paquetes, todo esto desarrollado por Paul Baran (Rand Corporation) y Donald Davies (Laboratorio Nacional de Física). Rand Corporation impulsó el diseño de una red de comunicaciones flexible y descentralizada con el objetivo de construir un sistema de comunicaciones militar, capaz de sobrevivir a

⁴⁷ Castells, “La Galaxia Internet”, pág. 23

⁴⁸ Ídem

un ataque nuclear. Después de esto, ARPANET, demostró por primera vez el éxito logrado en 1972, en el congreso internacional de Washington DC.

No obstante, es preciso hacer referencia a las aportaciones de ARPANET, además de las mencionadas anteriormente, en lo que respecta a la creación de protocolos de comunicación estandarizados tales como TCP (Transmisión Control Protocol), diseñado por Gerard Lelann y Robert Metcalfe; a raíz de esto se divide TCP y se agrega IP (Protocolo de Interconexión), creando así TCP/IP que aun en la actualidad es usado.

Si bien es cierto, que ARPANET tiene mucho que ver en el desarrollo de Internet también lo es cuando se dice que no es el único, por consiguiente, la Universidad de Chicago hace su aparición, puesto que fue ésta quien diseñó el MODEM, el cual permitía transferir archivos de una PC a otra, de esta misma forma, otros componentes que lograron la conformación actual de internet fueron BBS (Bulletin Board Systems) y FIDO, puesto en marcha por la red, de esta manera FIDONET sigue siendo actualmente la red de comunicación informática más barata y accesible del mundo; basada en la utilización de PC, con llamadas a través de líneas telefónicas normales.

Otro personaje importante en la consolidación de internet fue Ted Nelson, “un pensador radical e independiente, ideó un hipertexto de información interrelacionada en su manifiesto Computer Libo de 1969, y trabajó durante muchos años en la creación de su sistema utópico denominado XANADÚ; “un hipertexto abierto y evolutivo que tenía por objeto enlazar toda la información pasada, presente y futura de todo el planeta. Por otro lado, se encuentra Berners-Lee quien definió y elaboró el software que permitía sacar e introducir información de y en cualquier ordenador conectado a través de Internet (HTTP, HTML Y URI, posteriormente denominado URL)”⁴⁹.

⁴⁹ Castells, Op. Cit., pág. 32

Las raíces de Internet surgen de la necesidad de comunicación entre las milicias, así como el apoyo de importantes empresas a manera de patrocinio, en síntesis, la importancia de este medio de comunicación tiene un importante influencia en la cultura, así como también los efectos de ARPANET que son actualmente utilizados en servicios tales como los cuartos de Chat ó el correo electrónico, así hasta *iniciarse la expansión global de Internet en 1992*, que es donde se empieza a apreciar la noción de web 1.0 y en años recientes a una novedosa plataforma que se llama web 2.0.

Ahora bien la web 1.0 es aquella plataforma que permite el intercambio de texto e imagen fija, en esta el usuario puede crear algún tipo de contenido, pero no es necesario actualizarlo diariamente, de esta manera la manera de interactuar a través de esta red es el chat, este tipo de plataforma inició desde 1992 y fue decayendo a principio del nuevo milenio, sin embargo, es el 2004 cuando O'Reilly Media llama a la nueva forma de interactuar por internet, como Web 2.0.

La Web 2.0, según Cristobal Cobo Romaní es “La Web 2.0 es la representación de la evolución de las aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones web enfocadas al usuario final. El Web 2.0 es una actitud y no precisamente una tecnología”⁵⁰.

Asimismo, este autor propone una estructura de la Web 2.0, ésta consta de cuatro pilares en el desarrollo de este sistema, los cuales son:

- a) Social Networking (redes sociales)
- b) Contenidos
- c) Organización Social e Inteligente de la Información
- d) Aplicaciones y servicios

⁵⁰ Cobo, Cristobal, Op.Cit., pág. 139

En el rubro de Social Networking, Cobo afirma que “describe todas aquellas herramientas diseñadas para la creación de espacios que promuevan o faciliten la conformación de comunidades e instancias de intercambio social”⁵¹. En efecto, es este apartado de la web 2.0 donde se basa la presente investigación, y en el siguiente punto se conceptualizara de una manera más concienzuda.

Ahora bien, en lo que respecta a los Contenidos se “hace referencia a aquellas herramientas que favorecen la lectura y la escritura en línea, así como su distribución e intercambio”⁵². Por ejemplo, la apertura de diversos espacios para permuta de material audiovisuales tales como fotografías, videos, wikis o textos, es decir, sitios como: Flickr, YouTube, Wikipedia o Wordpress, respectivamente y por mencionar algunos.

En el caso de la Organización Social e Inteligente de la Información, Cobo afirma que son “herramientas y recursos para etiquetar, sindicar e indexar, que facilitan el orden y almacenamiento de la información, así como de otros recursos disponibles en la Red”⁵³, un ejemplo de estos sitios se encuentran en los buscadores (Como Google) que a su vez localizan la información de manera más rápida por medio de Tags (palabras clave), también pertenecientes a este pilar.

Por último, se encuentran las Aplicaciones y servicios y que “dentro de esta clasificación se incluye un sinnúmero de herramientas software, plataformas en línea y un híbrido de recursos creados para ofrecer servicios de valor añadido al usuario final”⁵⁴, por ejemplo, aquellas aplicaciones que se manejan por medio de un explorador sin la necesidad de ejecutarse desde el sistema operativo, tal es el caso de Meebo⁵⁵ o bien, Google Earth⁵⁶.

⁵¹ Cobo, Cristobal, Op.Cit., pág. 63

⁵² Idem

⁵³ Idem

⁵⁴ Idem

⁵⁵ Servicio gratuito de mensajería instantánea para cuentas de Gmail, Hotmail, Yahoo, por mencionar algunas.

Una vez dicho esto, es menester enfocarse al primer eslabón que pertenece a las redes sociales, por tal motivo, en el siguiente punto se pretende dar una conceptualización mucho más objetiva. Tomando como punto de referencia el concepto básico de red, la cual en “términos tecnológicos, es un conjunto de nodos (puntos de conexión) conectados por medio de telecomunicaciones (datos, voz o video) con el propósito de intercambiar información. [...] El ejemplo más consolidado es Internet, red tecnológica mundial, globalizada, influyente, democrática y en evolución constante”⁵⁷.

2.2 ¿Qué es una red social?

Una red social o comunidad virtual es lo mismo en términos de Enrique Bustamante, sin embargo, existe una pequeña diferencia entre ambas, ésta es que la comunidad virtual surge de la idea sobre la interacción de personas en internet y una red social está más enfocada a un sitio web basado en la teoría de los seis grados de separación⁵⁸. Cabe destacar, que en la presente investigación se usa el término comunidad virtual para señalar los grupos creados a través de las redes sociales, es decir, al conjunto de perfiles unidos por un interés en común.

Ahora bien, es menester revisar la bibliografía más reciente del tema para sacar diversas definiciones y perspectivas que permitan observar un concepto objetivo de la red social, para que en el siguiente punto del presente capítulo se observe la concepción de la red social pasando por una breve historia de las redes sociales no virtuales, pasando por la creación de internet, mencionando la web 1.0 para empezar a desmenuzar la web 2.0 y de aquí partir para la idea general de red social y particularmente de Hi5.

⁵⁶ Permite obtener imágenes satelitales de la tierra.

⁵⁷ Paz Pellat, Marco Antonio, “Redes Sociales: La Nueva Oportunidad”, pág. 25.

⁵⁸ Esta teoría sostiene que el mundo entero se encuentra conectado a través de no más de seis individuos.

Así pues Enrique Bustamante, quien es licenciado en Comunicación social por la Universidad Anáhuac y ha sido editor de las secciones Universo de la Computación y Universo de Internet en el periódico mexicano El Universal, afirma que “una red social, de la cual se desprende una comunidad virtual no es otra cosa más que un grupo de personas que contienen los siguientes elementos:

- *Desean interactuar para satisfacer sus necesidades o llevar a cabo roles específicos*
- *Comparten un propósito determinado que constituye la razón de ser de la comunidad.*
- *Interactúan mediante herramientas tecnológicas que facilitan la cohesión entre los miembros, sin importar su ubicación física”⁵⁹.*

Por otro lado, García del Busto y Barreiro López autores del libro “Ocio Digital” en su apartado de comunidades virtuales, se refieren a un tipo de red social como “un sistema que consiste en crear un perfil, formado por fotos y por los datos personales de cada uno”⁶⁰. Esto es la noción más básica y proveniente del sentido común, para definir las redes sociales, por tal motivo es importante tenerla siempre presente.

Ahora bien, lo anterior se refiere a las páginas web como Facebook, MySpace o bien Hi5 donde se coloca un perfil para que los demás lo observen, no obstante cabe destacar que el concepto de red social o comunidad virtual también se refiere a plataformas como el que maneja Second Life⁶¹, sin embargo, lo que compete a

⁵⁹ Bustamante, Enrique, “Redes Sociales y comunidades virtuales en internet”, pág. 11

⁶⁰ García del Busto, José Manuel “Ocio Digital”, pág. 55

⁶¹ Tomado de “Ocio Digital: “Second Life (Segunda Vida, en español) es un mundo virtual en el que los usuarios pueden tener una segunda vida, con todo lo que ello conlleva, intentando que se asemeje al máximo a la vida real, de manera que todas las relaciones y las situaciones que se producen podrían considerarse casi como se fueran reales. Second Life proporciona a sus usuarios o “residentes” una serie de

este tema son los primeros mencionados, pues este último va dirigido a otro tipo de segmento.

El tema de las redes sociales tiene un trasfondo inimaginable sobre todo a la hora de usarse en términos económicos, políticos y sociales, esta situación se verá más adelante en este mismo capítulo, aunque es preciso colocar aquí la definición de Julián Briz quien toma a las redes sociales como una estrategia para incrementar ventas así pues este autor afirma que “Las comunidades virtuales son grupos de personas con intereses y necesidades comunes que se unen a través de Internet. La mayoría son arrastrados por la oportunidad de compartir el sentido de comunidad con personas desconocidas dispuestas a ellos, independientemente de donde vivan”⁶².

Ya entre definiciones claras y concretas Pierre Lévy que considera el encuentro virtual como una simple ayuda a la interacción social real asegura que “una comunidad virtual se construye sobre afinidades de intereses, de conocimientos, compartiendo proyectos, en un proceso de cooperación o de intercambio, y esto independientemente de las proximidades geográficas y de las pertenencias institucionales”⁶³. En efecto, el intercambio de material audiovisual en las redes sociales así como la interacción personal rebasa fronteras geográficas, pues es el valor agregado que permite la llamada Web 2.0.

Un caso bastante importante a la hora de hablar de redes sociales es sobre Cristóbal Cobo Romaní quien realiza una propuesta para estructurar la Web 2.0 considerando como uno de cuatro pilares a las redes sociales (social networking) entendiendo éstas como la descripción de “todas aquellas herramientas diseñadas para la creación de espacios que promuevan o faciliten la conformación de

herramientas que permiten modificar el mundo virtual y participar en su economía, que opera como si se tratara de un mercado real”.

⁶² Briz, Julián, “Internet y Comercio Electrónico”, pág. 75

⁶³ Lévy, Pierre, “Cibercultura: Informe al Consejo de Europa”, pág. 100

comunidades e instancias de intercambio social⁶⁴. Igualmente, Marco Antonio Paz Pellat considera que “una red social es una estructura conformada por individuos y/u organizaciones que se conectan para establecer distintos tipos de relaciones (casuales, familiares, de amistad, laborales, etc.)”⁶⁵.

Así como muchas otras definiciones pueden aparecer pero lo cierto sobre las redes sociales es que radica en ser una plataforma donde el mundo se puede conectar entre sí cambiando el espacio y tiempo real por el virtual, consiguiendo información autentica, subjetiva y sobre todo libre. Esto a su vez, permite que el usuario se pueda dar a conocer por medio de una tarjeta de presentación interactiva y profunda, la cual es llamada, en términos de redes sociales, perfil, que a su vez mantiene datos que son hilados para terminar tejiendo una red con vínculos personales bastante estrechos.

No obstante es preciso hacer mención de una característica imprescindible propuesta por Paz Pellat, la cual yace en la noción de contar con el “uso de una plataforma tecnológica que permite: 1. Configurar un perfil propio con información personal (nombre, edad, foto, grupo étnico, sexo, intereses, etc.) para hacerlo público, semipúblico (está disponible sólo una parte del perfil) o privado. 2. Administrar la relación con los contactos (amigos, familiares o grupos de interés). 3. Compartir contenidos (fotos, videos, textos, archivos, presentaciones, páginas web clasificadas), con lo cual se van formando grupos de interés. 4. Usar herramientas para convertir a los contactos de otros en contactos propios. 5. Usar herramientas para crear contenidos y reenviarlos a todos los contactos.

⁶⁴ Cobo, Cristóbal “Planeta web 2.0. Inteligencia Colectiva o medios fast food”, pág. 63

⁶⁵ Paz Pellat, Op. Cit., pág. 26

2.3 Plataforma Hi5

Hi5 es una red social inaugurada por Ramu Yalamanchi en el 2003, para ingresar a este sitio web basta con digitar la dirección www.hi5.com y aquí aparecerá la página de inicio (fig. 2.1) donde es necesario registrarse agregando nombre, correo electrónico, una contraseña y la fecha de nacimiento, aceptando de antemano los términos de servicio de Hi5 y la Política de privacidad.

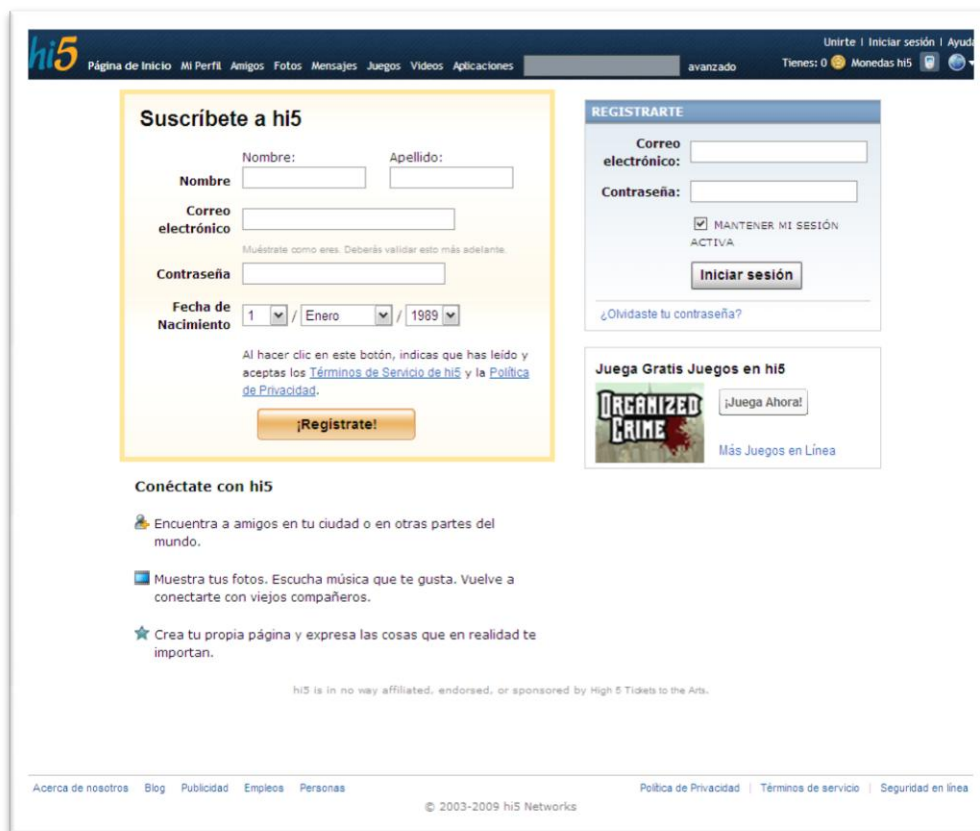


Figura 2.1: Página de Inicio de Hi5. Tomada de www.hi5.com a las 12:32, 25 de agosto del 2009.

En estas políticas se aclara que es necesario tener más de 13 años para aspirar a un perfil en Hi5, por otro lado, esta misma empresa manifiesta que no se hace responsable del material publicado de sus usuarios, sin embargo, cuenta con la opción de bloqueo por parte de más cibernautas, la cual envía inmediatamente

una notificación al usuario en cuestión y si al llegar a tres notas precautorias, se ignora el mensaje, se cancela el perfil del suscriptor.

Al aceptar las políticas mencionadas anteriormente, se abre una página bajo el nombre de “Encuentra tus contactos” donde este sitio elabora una búsqueda de registros Hi5 en la libreta de contactos del correo electrónico, sin embargo, aquí Hi5 tiene una crítica puesto que al conocer los contactos que no tienen este servicio, envía automáticamente una invitación, mismo que es considerado “spam” por los cibernautas registrados en servicios de correo electrónico.

Una vez hecho lo anterior, es preciso subir una foto personal para que el resto de contactos, pueda saber a quién pertenece dicho perfil, asimismo se envía de manera automática un correo electrónico con una clave y una liga para activar el perfil, al realizarse la activación se encuentra creado el perfil de Hi5. Se puede entrar las veces que se necesite sin olvidar el inicio de sesión, o bien, eligiendo la opción de mantener la sesión siempre abierta en cierto equipo de computo.

El siguiente paso es personalizar el perfil, agregando a los conocidos y empezar con el círculo de amigos, colocar intereses, gustos y aficiones, así como estilos de música y cine, incluso unirse a comunidades Hi5, mandar “fives” que son un estilo de saludo de connotación personal, es decir, el enviar un five a cierto perfil proporciona un saludo y una imagen que se tiene de otra persona a esa, tal es el caso del five “amigas para siempre “ ó “bonita”, “fashion”, etc. La música y fotos corren por cuenta del usuario, que se introduce al juego de popularidad siendo quien más “amigos” tiene o bien “comentarios” el más popular.

<p>16 Juegos Hi5 Jugar Juegos Hi5</p>	<p style="text-align: center;">*</p> <div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 40px; margin-bottom: 5px;"></div> <p>Ver comentarios con amigo 00/00/00 00:00 AM</p> <p>Amigo dice:</p>
<p>17 Grupos Ver todos los grupos</p>	<p style="text-align: right;">Responder Borrar Esto es spam</p> <hr/>
<p>18 Diario Escribe una entrada Ver # entrada Agregar comentario</p> <div style="border: 1px solid black; width: 60px; height: 60px; margin-top: 10px;"></div>	<div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 40px; margin-bottom: 5px;"></div> <p>Ver comentarios con amigo 00/00/00 00:00 AM</p> <p>Amigo dice:</p> <p style="text-align: right;">Responder Borrar Esto es spam</p> <hr/> <div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 40px; margin-bottom: 5px;"></div> <p>Ver comentarios con amigo 00/00/00 00:00 AM</p> <p>Amigo dice:</p>
<p>19 Aplicaciones Ver todas las aplicaciones</p>	<p style="text-align: right;">Responder Borrar Esto es spam</p> <hr/>
<p>20 Artilugios</p> <p style="text-align: right; margin-top: 20px;">Borrar</p>	<div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 40px; margin-bottom: 5px;"></div> <p>Ver comentarios con amigo 00/00/00 00:00 AM</p> <p>Amigo dice:</p> <p style="text-align: right; margin-top: 20px;">Responder Borrar Esto es spam</p>

1. En la barra de identificación para el perfil se coloca el nombre de usuario y entre paréntesis el número de visitas realizadas desde la fecha de apertura hasta el momento.
2. Para esta sección se muestra una fotografía que junto con el nombre, mencionado anteriormente, es la información básica para la distribución del perfil como tal, en otras palabras, ambos datos son mostrados a todo el público sin restricción alguna con el firme propósito de motivar a otros usuarios a entablar una amistad con dicha persona. En la parte inferior de la fotografía se encuentra el estado de conexión del creador, que puede estar o no en línea.
3. Esta sección es la que más actualizaciones necesita, pues cada que se realiza una entrada al perfil por parte del propietario, la pregunta “¿Qué está haciendo ahora?” salta; así pues, la respuesta se convierte en uno de los datos más importantes del perfil mismo ya que cada movimiento aparece en la lista de actualizaciones recientes permitiendo que el resto de los usuarios lo observen y dependiendo de sus intereses accedan de nueva cuenta al perfil para iniciar una retroalimentación pro medio de los comentarios.

Por ejemplo, el ánimo, es decir la respuesta a la pregunta hecha antes; es “La influenza es una mentira del gobierno”, así pues un sujeto lo lee e ingresa al perfil de quien lo escribió, y a manera de retroalimentación escribe un comentario diciendo “Yo creo que sí, lo único bueno es no tener clases”, ahora bien el comentario y el estado se complementan generando un canal de comunicación público, pues al estar en una red, alguien más que lo lee se puede agregar a la conversación, suponiendo que una tercera surge y en cualquiera de los dos perfiles o bien en los dos, agrega “no es mentira, mi vecino tiene influenza, pero si es bueno no tener clases”. Esto

es un ejemplo cotidiano del uso de las redes y sobre todo de esta sección en particular, los cuales abren tema de debate o simplemente banalidades, es tan sólo la expresión de uno mismo.

4. Los puntos de hi5, son pequeñas graficas que muestran el índice de actividad en el perfil, así pues se encuentra registrado el numero de amigos, los comentarios del perfil, los comentarios de las fotos, fives y animo, permitiendo revisar de manera ordenada por fecha cada uno de ellos.
5. En esta parte se encuentra una interface llamada “Hi5 Stars” la cual consiste en la creación de un avatar con estado de ánimo. Es una de las actualizaciones más recientes de Hi5, pues fue lanzada a finales del 2009 para ejercer competencia en este amplio mercado de redes sociales. Cabe destacar que esta parte era ocupada por la pestaña de “información” que más tarde se colocó debajo de las actualizaciones recientes.
6. Este apartado tiene un espacio publicitario bastante eficaz pues se encuentra en la parte superior de todo el perfil, estableciendo un contacto inmediato, sin embargo, es menester mencionar que es opcional pues Hi5 tiene un programa llamado “colaboradores hi5” el cual permite tener un perfil libre de publicidad a cambio de realizar una suscripción al sitio por 1, 3 o 12 meses, la cual cuesta 80, 200 y 800 monedas hi5 respectivamente.
7. En las actualizaciones recientes, tal como su nombre lo dice, muestra las 10 actividades más recientes realizadas por el usuario o de los amigos para el usuario, es decir, aparecen viñetas tales como estrellas, globos, pergaminos o el signo de más; así pues estas mismas van seguidas de un texto para informar sobre los nuevos amigos agregados, cambios de estado, nuevas fotos y/o comentarios tanto en fotos como en perfil.

8. Justo en esta sección se colocan los regalos que te han dado otros amigos. Al respecto Hi5 afirma lo siguiente “Los regalos hi5 son pequeños objetos valiosos que puedes regalar o recibir de tus amigos u otros usuarios en hi5. Cada Regalo hi5 viene envuelto en un papel de envoltura especial. Solo selecciona el Regalo hi5 envuelto para abrirlo y ver lo que hay dentro. Los regalos nuevos, sin abrir aparecerán en la sección Actualizaciones de Amigos en la página de inicio hi5 y en tu perfil. Selecciona el regalo para abrirlo y ver su contenido. Una vez que un regalo sea abierto, el regalo y mensaje aparecerán en la sección "hi5 Regalos" de tu perfil.

Puedes ver los Regalos hi5 por varias categorías, como Cumpleaños, Día Festivo, Animales, Romántico, y Comida/Bebida. También puedes ordenar los regalos por Recomendado, Mas Recientes, Mas Popular, Mas Barato o Más Caro. Hazle saber a tus amigos lo mucho que los aprecias al enviarles un regalo de la Tienda de Regalos hi5 hoy”⁶⁶.

Cabe destacar que, estos presentes deben ser comprados con monedas Hi5, tienen un costo desde 37 hasta 400 monedas. Asimismo se puede mantener el regalo como privado o bien anónimo.

9. Amigos, esta área es la más importante de Hi5 pues si ella no se lograría crear la red tan grande que maneja, sin amigos, la retroalimentación no se podría ejercer, si no todo lo contrario. Ahora bien, en la primera parte se contabilizan los amigos y para los mejores amigos se destina este espacio, que son 15 que resaltan más, en contraste si no se eligen se colocan al azar; para invitar amigos se puede hacer de una manera manual o bien con el importador de correo electrónico, que permite acceder a las cuentas de

⁶⁶ http://server.iad.liveperson.net/hc/s-19252078/cmd/kbresource/kb-6972170147171131420/view_question!PAGETYPE?sc=42&sf=101133&documentid=353295&action=view, 22 de abril del 2009, 13:14hrs., “¿Qué son Regalos Hi5”, Hi5.com

Hotmail, MSN, Terra, AOL, Yahoo! Y Gmail para obtener datos y direcciones de más amigos con el objetivo que enviar invitaciones para unirse a esta red.

10. Información, son los datos personales más importantes del usuario tales como fecha de nacimiento, ubicación y URL de Hi5.
11. Acerca de mí, es una caja de texto que es usada para agregar una breve auto biografía que incluya gustos, ideología o tendencias. Asimismo es usada para agregar imágenes o presentaciones de otros sitios web encargados del diseño del Hi5, pues estos mismos generan un código HTML que es colocado en esta sección y aparece por medio de flash, haciendo que la velocidad de conexión no baje.
12. Las fotografías subidas a esta red pueden ser ordenadas en álbumes, los cuales tiene un nombre y una imagen de portada con la finalidad de mostrar a la familia, viajes, amigos, lugares de entretenimiento o material pictórico de diversas índoles. Por otro lado, estas fotografías pueden ser comentadas por los amigos, inclusive tiene una función para etiquetar personas, esto es colocar un cuadro en la cara que funciona al poner el mouse sobre ella y aparece el perfil de la misma, logrando así que por medio de fotografías se llegue al perfil.
13. Los intereses al igual que en acerca de mi, son un canal para difundir gustos personales, este mismo puede ser utilizado para determinar hábitos y costumbres de los jóvenes que permiten determinar segmentos poblacionales. En la música favorita generalmente los usuarios agregan géneros musicales o sus bandas favoritas, en el resto funciona de la misma manera, es decir, escribiendo listas sobre sus predilecciones.

14. Los fives son una característica muy importante de Hi5 pues no lo tiene ninguna otra red, estos son enviados por los amigos con el fin de colocar dentro de un adjetivo o estereotipo a las personas dependiendo de cómo se considere a la misma. En otras palabras y como Hi5 lo define “Los Fives son una forma divertida de describir a tu amigo o tu relación con él”⁶⁷. Las palabras utilizadas son: Mejor amiga, bonita, guapo, primo, hermana, a la moda, súper genial, nerd, bobo, campeón, me gustas, por mencionar algunos.

15. Los comentarios son imprescindibles para esta red social, pues hace de ella una actualización bastante rápida y cotidiana, lo cual permite enterarse de muchas actividades tanto del usuario como el de otras personas. Fomenta la retroalimentación y abre un canal de comunicación hacia el debate. En cuestión de manejo es de los más fáciles y versátiles pues permite el uso de código HTML y la inserción de imágenes, video y audio. En seguida se encuentra un cuadro de texto donde se ingresa el comentario a ser publicado.

En la continuación se encuentra un recuadro marcado con un asterisco (*), eso se refiere a la estructura de publicación, pues incluye la fotografía de perfil, la fecha y hora de escritura más el texto. Asimismo cuenta con las opciones de responder, eliminar y marcar como spam esto como candado para la seguridad de propietario.

16. Los Juegos Hi5 son una de las actualizaciones más importantes del 2009 en la red social, ya que es bien sabido que era su punto débil pues Facebook comenzó con esta modalidad teniendo ahora lo juegos más famosos y adictivos de la red. Tiene un sinnúmero de títulos en diferentes

⁶⁷<http://www.hi5.com/friend/fives/displayAddUserFive.do?userid=127434590&originURI=%2Fprofile%2FdisplayProfile.do%3Fuserid%3D127434590>, 22 de abril del 2009, 13:14hrs., “Dale un five”, Hi5.com

categorías, algunos son descargables gratuitamente, otros se colocan en esta sección para ser compartidos.

17. Los grupos son comunidades virtuales unidas por un mismo tema, ahí se reúnen varios perfiles con un gusto o ideología en común y comentarlo a manera de foro, pues así está organizada este tipo de perfil, donde el poseedor del perfil puede crear uno nuevo o bien unirse. Por ejemplo, la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales tiene su grupo, donde varios estudiantes con Hi5 se reúnen a publicar temas sobre profesores, alumnado e instalaciones abriendo diversas discusiones.
18. Diario es un blog, donde se puede escribir sobre un tema específico y subir una foto así como también recibir comentarios, increíblemente no tiene un uso fluido pues para este tipo de información es más común usar sitios destinados específicamente al Blog tales como Blogger o Wordpress.
19. Este apartado permite que otro tipo de software sea incluido al perfil para personalizarlo aun más, pues las aplicaciones, van desde música hasta la creación de presentaciones.
20. Los artilugios era una sección que guardaba aplicaciones dedicadas a las imágenes, pero desapareció en el 2009 debido al poco uso, cambiando a la sección de aplicaciones que ahora reúne todo este tipo de software, sin embargo, quienes tenían este apartado se mantiene activo ya sin opción a modificación pero con la opción de borrar.

Hi5 es una de las redes sociales más famosas en México y el perfil sin duda alguna es la base principal de esta, pues el individuo se expresa de una manera ideal, esto es a su vez muchas veces criticado pues la información puede estar

engrandecida, ante esto Anna Bolena Martínez escribe para Excélsior una opinión basada en la creación del perfil en las redes sociales y dice así:

“Comencemos desde el momento en que llenamos nuestros datos del perfil. En la información básica ponemos nuestro nombre, fecha de nacimiento, creencias religiosas y políticas. Actividades, hobbies, libros, películas, series de TV; en fin, la información de nuestra red social es incluso información que no conoces de un amigo de años. Entonces todo el mundo es feliz poniendo en sus libros favoritos los dos libros que se ha leído en su vida, y en actividades hasta el más lonjudo jura que se mata en el gimnasio. Y es que en las redes sociales podemos ser quien queramos y mucho mejor si se es bien voluble, porque así podemos cambiar mil veces nuestro estado y comunicarle a gente que no le importa cómo nos sentimos cada media hora (o pregúntele a la nueva red Twitter, pero esa es otra historia). Aunque la verdad tenemos que ser honestos, también nos encanta estar viendo cómo se siente Raymundo y todo el mundo, para así poder hacer lo que tanto nos raya: meternos en la vida ajena y opinar, porque al fin y al cabo lo único que queremos es que la gente opine para lograr una cadena de conversación que extienda mucho más lo que queríamos decir”⁶⁸.

En efecto, las redes sociales son como un anuncio publicitario donde el propósito es el mismo, vender, vender aunque sea la idea ya que en el perfil pones las fotos donde mejor te vez, muchas veces ayudado por software para el mejoramiento de imágenes. Internet y esta nueva forma de sociabilización da la oportunidad de crear un ser virtual semejante al usuario pero con las virtudes que siempre quiso tener.

Lo anterior es un arma de doble filo, pues otra crítica de estos sitios son el supuesto uso que se le da para secuestros y extorsiones, así que si se pone el

⁶⁸<http://www.exonline.com.mx/diario/columna/610682>, 17 de junio del 2009, 16:33 hrs., “Y sin embargo se mueve: Faceadictos”, Anna Bolena Meléndez. Excélsior.

usuario como el amo del universo bien puede ser víctima de algún delito, o bien, la información publicada no es 100% fidedigna para los delincuentes, un caso así se discute en el siguiente apartado.

2.4 Contexto sociopolítico mexicano de Hi5

Para México el 2009 fue un año complicado ya que compaginó dos hechos altamente relevantes en el contexto político y social, por un lado el ajetreo de un proceso electoral y por el otro la paralización social que produjo la influenza AH1N1.

Con lo anterior, el 5 de julio del 2009 se eligen a “500 diputados federales, 300 por el principio de mayoría relativa y 200 por representación proporcional”⁶⁹. En lo que respecta al Distrito Federal se eligen a, “40 diputados de mayoría relativa a la Asamblea Legislativa y 16 jefaturas delegacionales”⁷⁰.

Asimismo el viernes 24 de abril del 2009 por la noche se publica en diversos medios de comunicación, la suspensión de clases en todas las escuelas ya sean públicas o privadas así como también en cualquier nivel, por orden oficial con el firme motivo de prevenir una epidemia de mayores riesgos, así pues pasa el bien de semana y se avisa que las clases siguen suspendidas hasta nuevo aviso; sin embargo, el poder ejecutivo mexicano acuerda, con base en la opinión del secretario de salud, José Ángel Córdova, el regreso a clases de manera gradual, empezando por los niveles superiores y medio superior para el 7 de mayo mientras que para primaria, secundaria y preescolar para el 11 de mayo.

Ahora bien, estos dos eventos tienen un encuentro significativo puesto que durante la contingencia de influenza AH1N1, está marcado con el inicio de las campañas

⁶⁹ <http://www.sitesmexico.com/notas/2009/mayo/elecciones-2009-que-vota.htm>, 19 de junio del 2009, 02:05 hrs., “Elecciones 2009 ¿Qué se vota?”, Sites México.

⁷⁰ Ídem.

electorales el 3 de mayo, donde los partidos se dieron a la tarea de emitir mensajes políticos dejando de lado las conglomeraciones debido a las restricciones propuestas por la Secretaría de Saludo para la prevención de la epidemia, esta situación “obligó a los ocho partidos políticos a modificar sus estrategias de campaña en las que darán prioridad a mecanismos de comunicación principalmente por medios electrónicos, televisión, radio e Internet, para evitar reducir al máximo las concentraciones de personas... Algunos partidos como Acción Nacional (PAN) y el Revolucionario Institucional (PRI) se proponen utilizar incluso al sitio YouTube y otras comunidades virtuales como Facebook, MySpace, Hi5 y Messenger para promover sus mensajes políticos”⁷¹

Y es esta unión donde se presenta la oportunidad para el uso tanto político y social de las redes sociales, dando un giro a la hora de captar un voto. Y es que la moda viene de Estados Unidos cuando el presidente Barack Obama puso en marcha una cibercampaña para el público joven y es que “las elecciones en Estados Unidos demostraron la influencia de la generación web. Diversos analistas han señalado que los jóvenes inclinaron la balanza en favor de Barack Obama. Y no por casualidad. El candidato demócrata se allegó de expertos en nuevas tecnologías como Chris Hughes, cofundador de Facebook, quien le ayudó a apostar por una penetrante campaña que incluyó proselitismo político a través de redes sociales como Facebook y MySpace. [...]Una de las estrategias que sorprendió a los jóvenes fue que Obama contestaba “personalmente” correos electrónicos y mensajes de texto por celular, lo cual creó una interacción directa con su electorado y daba la sensación de que les estaba hablando cara a cara”⁷².

En efecto, Internet se ha convertido en un papel fundamental para los jóvenes y la política por tal motivo México no se queda atrás y a pesar de no conocerse a

⁷¹ <http://www.sitesmexico.com/notas/2009/mayo/arranca-campana-electoral-diputados-mexico.htm>, 19 de junio del 2009, 03:17 hrs., “Arranca campaña electoral bajo emergencia sanitaria”, EFE.

⁷² <http://www.eluniversal.mx/sociedad/1813.html>, 22 de junio del 2009, 12:34 hrs., “Son las cibercampañas, estúpidos”, Salvador Frausto Crotte. El Universal.

fondo este territorio, se empieza a palpar y los resultados han sido buenos, pues “Con 23.7 millones de usuarios de internet en México, la red representa una gran oportunidad de atraer a nuevos votantes para los partidos políticos [...] Sitios como Flickr, Facebook, Hi5, Twitter y otros han sido usados por los candidatos para que los usuarios conozcan más de ellos, vean fotos, comentarios, creen grupos de amigos y, en general, puedan involucrarse con el día a día del candidato”⁷³.

En contraste, las ciber campañas no dejan de tener inconvenientes de tipo personal y hasta en materia de regulación. Esto último es de suma importancia pues este año se dio un poder relevante al IFE por las modificaciones que sufrieron las leyes en territorio electoral, así pues de esta manera dicho instituto tiene autoridad para evitar las campañas negras en radio, televisión y prensa; sin embargo, jamás se habló de Internet y en ese lugar tan grande funciona ante la ley de donde lo que no está prohibido está permitido, diversos partidos usaron las redes sociales y demás sitios como YouTube para lanzar una larga lucha por un voto.

En efecto, el uso de las redes sociales tiene una constante anarquía, que se protege de la irregulación, incluso es fácil deslindarse tal es el caso de la “sopa de letras”, propaganda lanzada por el Partido de Acción Nacional con el fin de prepararse para las campañas electorales, en esta estrategia se usó, como el nombre lo dice, una sopa de letras donde pedía buscar y marcar 13 características del gobierno del PRI, de esta forma relacionaba al partido con palabras como: narcotráfico, deuda, impunidad, complicidad, corrupción, por mencionar algunas.

Con lo anterior, el IFE toma cartas en el asunto, considerándolo campaña sucia, así pues ordena al PAN retirar la propaganda de sus portales de internet –lugar

⁷³ <http://www.eluniversal.com.mx/notas/589868.html>, 22 de junio del 2009, 2:12 hrs., “Partidos se suben al ring virtual”, Víctor Solís. El Universal.

donde se alojó principalmente el juego – la cual es acatada de manera parcial, ya que es retirado de sus tres sitios oficiales pero no de las redes sociales tales como Hi5.

Roberto Gil, presidente de Acción Nacional, impugna dicha medida al Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, afirmando que “La medida cautelar se extiende hasta Facebook, Hi5 y otros espacios, cuando el PAN no contrató esa propaganda, el PRI no la denunció ni se acreditó que el IFE la viera. Además, esas redes las gestionan los propios ciudadanos y ahí los partidos no tenemos control de la información que se difunde. De ese tamaño es la incongruencia y la aberración jurídica de las medidas cautelares. Por eso impugnamos, porque nos preocupa el criterio y el manejo discrecional de las medidas cautelares”.

Lo anterior apoya reafirma la facilidad de desacatar leyes, sin embargo, el termino desacato tampoco aplica en la red, pues hasta el momento no hay alguna ley que lo regule, sobre todo en las redes sociales que pertenecen a un público mucho más extenso y predomina la libertad de expresión, a su favor son usadas para llegar a segmentos y luego lavarse la manos alegando que las redes sociales son de todos y no se puede comprobar que alguien o alguna institución lo haya colocado.

A pesar de la impugnación realizada, el PAN recibió una multa que se incrementó al doble, de 465,800 a 931,600 pesos, no solo por las calumnias sino también por considerarlo un evento anticipado de campaña.

Casos como el de la sopa de letras, donde se desconoce quién violó la ley hay muchos, otro que también incluye al PAN pero ahora como víctima, fue el que se refiere a Cesar Nava, candidato del PAN a diputado, quien impuso una demanda al IFE por la difusión de un perfil Hi5, la cual usa su identidad para, supuestamente, promover “la modernización del país y hacer de México una

potencia como lo hace el presidente Felipe Calderón[...]El sitio contaba con 640 amigos y ahí se invitaba a los interesados a promover el voto tanto como por Acción Nacional como por la candidatura de Nava por el Distrito 15 federal.⁷⁴ Actualmente, dicho sitio ya no existe pues fue retirado antes las acusaciones atribuidas a candidatos del PRI, así pues se abrió un proceso de investigación.

Y es que en este año las redes sociales fueron ampliamente solicitadas para promover cualquier tipo de voto, incluso la iglesia hizo aparición en este terreno ya que la Conferencia del Episcopado Mexicano “descartó sancionar a los sacerdotes que realicen proselitismo político durante el proceso electoral ⁷⁵”.

La campaña que emprendió la iglesia se basó en fomentar el voto aclarando que era apartidista, sus medios para difundir la idea era a través de Hi5 y Facebook, así como talleres en el obispado con el firme objetivo de “impulsar el voto responsable. No entendemos por ello ni proselitismo político ni política partidista. No pretendemos utilizar nuestro ministerio para influir en los fieles para que voten por una opción determinada, sino exhortarles para que discernan críticamente y decidan conforme al Evangelio y a su conciencia rectamente formada”⁷⁶.

Hasta este punto se han visto varios usos de tipo electoral, por parte de partidos e instituciones religiosas, sin embargo, falta un detalle que se refiere a la contra campaña por parte de los jóvenes y es el fenómeno al que se invitó en este año, el llamado “voto nulo”.

A diferencia de las campañas electorales, que usaron las nuevas tecnologías como complemento de las campañas colocadas en televisión, radio y prensa; los jóvenes se basaron en su totalidad en Internet, teniendo como pilares las redes

⁷⁴ <http://www.milenio.com/node/193182>, 30 de junio del 2009, 23:09 hrs., “Clonan identidad de César Nava en Hi5. Milenio.

⁷⁵ <http://www.eluniversal.com.mx/notas/597827.html>, 25 de junio del 2009, 22:12 hrs., “Iglesia lanza campaña para promover voto”, Noemí Gutiérrez. El Universal.

⁷⁶ Ídem.

sociales y el correo electrónico para poder difundir sus ideas de un modo más o menos masivo.

Así pues, el voto nulo pretendía ser un movimiento que invitaba a la población a salir a votar con el objetivo de sufragar por nadie. En otras palabras, se pretendía anular el 20% de los votos en cada casilla para lograr que se anulara la elección y así presionar a que la clase política mejore sus estatutos.

Si bien es cierto que hubo un porcentaje de “anulistas” no logro pasar de un ideal de cambio, pues, es una propuesta bastante grande para México aun y es que para que sea totalmente masiva el uso de Internet es esencial, claro que ha tenido un auge impresionante pero la red todavía es para unos cuantos, para las ciudades discriminando a las clases bajas o comunidades rurales, así pues el voto nulo en la opinión de Octavio Rodríguez Araujo “La abstención, como el voto nulo, no conmueve a nadie ni cuestiona en serio la legitimidad de un candidato ganador”⁷⁷.

Sin embargo, los jóvenes hicieron el intento y es aquí donde deviene uno de los usos más importantes de las redes sociales, quienes luego de la votación se prepararon a compartir diversos materiales fotográficos sobre el anulismo del 5 de julio. Cabe destacar, que los fenómenos aquí mencionados parten de que no existe ningún aspecto en materia de regulación para Internet, es libre, tiene sus pros y contras, pero la anarquía ahí representada todavía permite percances mayores.

La población en México, sobre todo en el Distrito Federal, ve crecer las redes sociales y su uso se vuelve fundamental en los aspectos sociales y políticos, en lo que se refiere al 2009, en situaciones como la epidemia de la influenza AH1N1 o

⁷⁷ <http://www.jornada.unam.mx/2009/06/04/index.php?section=opinion&article=018a1pol>, 3 de julio del 2009, 21:55hrs., “¿Para qué sirve el voto nulo?”, Octavio Rodríguez Araujo. La Jornada.

bien en el proceso electoral para diputados; aunado a esto una constante lucha por los jóvenes quienes están al tanto de estos sitios para mantenerse comunicados entre ellos y enterarse de lo acontecido de manera mundial y nacional, el entorno real se analiza mejor de manera multimedia en comunidades virtuales.

En este apartado se han ido viendo los usos sociopolíticos que prevén una nueva forma de comunicación, así como la difusión de nuevas ideas y propuestas, sin embargo, estas redes sociales logran atrapar tanto que no solo son usadas para promover y difundir nuevas ideas y propuestas, si no para fines delictivos que a nivel psicológico daña a los jóvenes.

2.5 Alteraciones de conducta e interacción personal en los usuarios de Hi5

En fechas recientes los jóvenes han alterado sus conductas e interacción personal gracias a Hi5 o bien a otras redes sociales, el punto es específico cuando se habla de modos delictivos que no solo son de los jóvenes si no de bandas dedicadas al secuestro y/o extorsión.

Un caso específico es de la detención de dos jovencitos de 17 y 21 años respectivamente, que extorsionaron a una chica, conocida por medio de Hi5, por 5 mil pesos; el problema nació del intercambio de datos y fotografías de la joven hacia los muchachos, tomando estos como anzuelo el chantaje de mostrar las fotos si no pagaba, ante esto la mujer se acercó a las autoridades y se logró la aprehensión de los delincuentes cibernéticos.

Casos como el anterior hay muchos, pues si bien es cierto que por medio de Hi5, se publican muchos detalles de la vida personal también lo es que pueden ser usados como una garantía de localización, pues debido a la fotografías, gustos y grupos se puede determinar el nivel de vida socioeconómico, así como los lugares

que se frecuentan tales como universidad, antros, bares, clubes deportivos y/o centros comerciales, entre otros, incluso el nivel de personalidad que se le impregna a un perfil Hi5 llega a mostrar, en la mayoría de los casos, fotografías de familiares y amigos más cercanos.

Con lo anterior, el espacio entre lo virtual y real se reduce, a pesar de ser una buena opción para la delincuencia no siempre es la única forma, pues bien la información proporcionada en una perfil de Hi5, como se vio en el punto pasado, no siempre es fidedigna, no siempre es la persona real quien detalla su perfil virtual, ahora bien por supuesto que tiene datos de interés y quizá una vez determinada la víctima, Hi5 facilite el acceso a datos, más existe aún una gran brecha entre que se considere a Hi5 como un catalogo para secuestros y extorsiones.

El tema ha sido indagado por diversos medios de comunicación incluso más luego del caso de Fernando Martí, hijo del empresario Alejandro Martí, quien fue secuestrado durante 53 días y luego asesinado para ser colocado en la cajuela de un automóvil corsa robado en la delegación Coyoacán.

El asesinato fue un acto de delincuencia organizada y ejecutado por miembros de la policía que se valían de su cargo para cometer este tipo de atropellos, así pues es en este caso donde la red social, específicamente, Hi5 hace su aparición pues diversos medios a nivel nacional habrían citado su descripción.

Asimismo, se culpó a la red social de haber propiciado el delito pues se aseguraba que facilitó el acceso al chico de 14 años, pues este publicaba fotos personales, datos personales, entre otros; incluso varios periódicos de circulación nacional citaron la información colocada en el espacio "Acercas de mí", tiempo después fue retirada del perfil y quedaron solo los comentarios de despedida de sus amigos y conocidos.

Ahora bien, el caso Martí es uno de los que más movilizaciones ha logrado a nivel social, pues culminó en una marcha por la paz, asimismo, inspiró a varios medios de comunicación para publicar información sobre esta nueva forma de comunicación, tal es el caso de noticieros televisa, el cual colocó en horario estelar, es decir, en el noticiero de Joaquín López Dóriga, un reportaje sobre lo peligroso que podía llegar a ser las redes sociales a las cuales el comentarista conceptualizó como “un espacio en la red de internet que está siendo utilizado por los secuestradores para seleccionar víctimas, vamos es un espacio a su medida, y eso es un llamado para usted que es papá, para usted que es mamá, sobre todo para las mamás, sobre todo para ustedes chavos; me refiero a Facebook, Hi5 y MySpace que se han convertido en el más efectivo catálogo para los secuestradores”.⁷⁸

Por otro lado no solo en los noticieros han culpado a estas redes sociales de propiciar conductas delictivas, pues el periódico Milenio ha hecho su aparición con una nota titulada “Red virtual, banco de datos para plagiarios” asegurando que es un total riesgo para los jóvenes y cita de nuevo el caso Martí donde, en efecto, la información personal del muchacho circulaba antes de su asesinato y por ende sus secuestradores o cualquier otro individuo tenía acceso a este perfil, pese a ello es difícil culpar a la red social como tal pues el trasfondo de la información está presente.

Los especialistas consultados por milenio afirman que “Hi5, MySpace y Facebook han comenzado a ser explotadas por la delincuencia organizada para obtener información sobre sus víctimas, que sin saberlo proporcionan a sus potenciales

⁷⁸ CANAL 2 programa “Noticiero con Joaquín López Dóriga”, Joaquín López Dóriga (Reportaje de Oscar Hernández), martes 26 de agosto del 2008, 22:00 hrs.

verdugos cúmulo de datos personales. Sólo hace falta interpretar los datos socioeconómicos y lazos familiares contenidos en las imágenes”.⁷⁹

En contraste, Rigo Sandoval Uribe⁸⁰ quien escribe para diasiete.com, considera que el problema no radica en las redes sociales que si bien es cierto abre una puerta a la vida real también lo es que no determina un secuestro, pues en dichas redes delictivas basta con seguir un automóvil de lujo, con guaruras para generar una idea de riqueza, luego, de esta manera perseguirlo hasta deducir sus hábitos y costumbres, así pues en su opinión destaca lo siguiente “Si bien los usuarios de Facebook o Hi5 publican fotos, videos y/o texto sobre sus actividades, no me imagino a un secuestrador sentado frente a la computadora y buscando a sus “víctimas” [...] Y no lo imagino porque los únicos responsables son las autoridades complacientes, quienes no han abatido a los secuestradores. No olvidar que el reto de Alejandro Martí fue contra las autoridades, no hacia las redes sociales... ¡por favor!”⁸¹.

En efecto, las redes sociales tan solo abren un canal de comunicación frente a un mundo virtual pero el problema radica en el usuario quien a su vez utiliza dicho medio para socializar y tratar de dar la mejor impresión, exhibiéndose “como más poderosos y ricos de lo que son⁸²” haciéndolos mucho más vulnerables, pues un secuestrador puede interpretar dicha información de la presente forma “¿Fotografías de viaje esquiendo en Valle de Bravo, Tequesquitengo o de fiesta en París o Disneylandia? Afluente. ¿Fotografías con los nombres de los padres, la

⁷⁹ <http://impreso.milenio.com/node/8095374>, 9 de septiembre del 2009, 23:12 hrs., “Red virtual: Banco de datos para plagiarios”, Víctor Hugo Michel. Milenio.

⁸⁰ Periodista, programador y diseñador. En Internet fue editor de Unafuente.com y ha asesorado a la UNAM, Premio Nacional de Periodismo, Amnistía Internacional y el CENEVAL. Impartió por primera vez la materia de “Periodismo en la Red” en la Escuela de Periodismo Carlos Septién García en 2005.

⁸¹ <http://diasiete.com/25-08-2008/caso-marti-no-culpen-a-hi5-por-favor>, 4 de septiembre del 2009, 18:23 hrs., “Caso Martí: No culpen a Hi5, por favor”, Rigo Sandoval Uribe. Día Siete.

⁸² <http://impreso.milenio.com/node/8095374>, 5 de septiembre del 2009, 15:56 hrs., “Red virtual: Banco de datos para plagiarios”, Víctor Hugo Michel. Milenio

novia o la escuela? Puntos débiles. ¿Correo electrónico, teléfono y dirección de casa? Oportunidad”⁸³.

Ante la problemática, se ha cuestionado tanto a Hi5 como a otras redes sociales, asegurando por voz de Ramu Yalamanchi (creador de Hi5) que “la seguridad de los usuarios de la red social es preocupación y prioridad de su empresa, que en México se ha convertido en la red social más popular, según auditores internacionales. La seguridad en línea es un tema muy importante en el mundo. Nosotros en Hi5 estamos comprometidos a proporcionar un ambiente seguro a todos nuestros usuarios. Seguiremos trabajando para hacer de nuestro sitio un lugar más seguro, al crear nuevos mecanismos y educar a nuestros usuarios sobre seguridad en línea”⁸⁴.

Hi5, la red a estudiar, arroja los principales pasos a tomar en cuestiones de seguridad por internet, estos mismos son publicados por la redacción del periódico El Universal: “Con la finalidad de proveer un ambiente seguro para los miembros de su comunidad, Hi5 construyó desde hace un tiempo diferentes opciones de seguridad dentro de su sitio. Sin embargo, según la empresa, hay otros sencillos pasos que los usuarios pueden hacer para protegerse y tener una experiencia de social networking segura:

1. Haz tu perfil de manera privada para que solamente tus amigos, familia y colegas puedan verlo. Esta es la única forma en que sólo las personas de tu red podrán acceder a tu información personal, fotografías, grupos, mensajes y comentarios. (La puedes encontrar en: Privacy-Profile Settings - My Profile Can Be Viewed by my Friends Only)

⁸³ <http://impreso.milenio.com/node/8095374>, 5 de septiembre del 2009, 15:56 hrs., “Red virtual: Banco de datos para plagiarios”, Víctor Hugo Michel. Milenio

⁸⁴ Ídem

2. *Denuncia (flag) a todo aquel que esté abusando de su profile subiendo fotografías pornográficas o haciendo comentarios desagradables. Para ello sólo debes dar click en Report Abuse o escribiendo a servicio a consumidor de hi5 en help@hi5.com*

3. *Bloquea a visitantes no deseados. Ve al profile de la persona que deseas bloquear y da click en Block user Link. Esto los bloqueará para contactarte a través de hi5, enviarte una solicitud de amigos o escribir algún comentario en tu profile.*

4. *Analiza antes de subir fotografías. Evita las fotografías que le permitan a las personas identificarte o que sean sugestivas. Antes de subir una fotografía, piensa cómo te sentirías si alguien de tu familia, escuela, consejero escolar o futuro empleador te viera.*

5. *Revisa los comentarios con frecuencia. Si permites comentarios en tu perfil, revísalos seguido y no auto-acceptes los comentarios de todos. No contestes comentarios o correos desagradables o embarazosos. Bórralos, bloquea a esas personas y repórtalos a hi5. Nunca contestes e-mails de desconocidos que te hacen preguntas personales.*

Los voceros de Hi5 agregaron que lo más importante de esto es que nunca conozcas a desconocidos fuera de línea. Debes conocer un amigo, coordinar la cita en un espacio público durante el día y comentar a alguno de tus padres o un adulto”.⁸⁵

Ahora bien, las armas están dadas para tomar precauciones en lo que se publica o no en las redes sociales, pues a pesar de lo alarmistas que han logrado ser

⁸⁵ <http://www.eluniversal.com.mx/articulos/50708.html>, 9 de septiembre del 2009, 22:09 hrs., “Tips de seguridad de Hi5”, Redacción. El Universal.

algunos medios, los jóvenes las siguen usando como un medio formal de comunicación, tanto que, como se vio anteriormente, la publicidad y propaganda han visto en estos sitios un nicho potencial.

Basta con seguir breves pasos, con evaluar la información a subir en Internet, reconocer focos de peligro y no cavilar las acciones tomadas, pues la red social e internet como tal no tienen culpa alguna de las inseguridades del país, pues así como puedes conocer a alguien de manera virtual puedes tropezar con alguien en lo real, te invita un café tu accedes a dirección, teléfono y datos mucho más personales que propician un secuestro, así pues no solo es un espacio, un sitio, un medio sino más bien se remonta a una problemática de seguridad nacional.

El uso de las redes con fines delictivos es extenso sobre todo por lo mediatizado que se encuentra, pero existen otros focos de atención en la sociedad que utiliza internet, sobre todo dos alteraciones que muchas personas siguen omitiendo, la primera es la adicción que día con día experimentan los jóvenes de diversas edades ante internet, y la segunda es la deformación del lenguaje escrito, sobre esto Cynthia Sánchez escribe una nota breve y explicativa (véase anexo 7) que da pie a una investigación mucho más profunda y profesional de este tema. La información llama la atención, pero no ha representado un “escándalo” para los medios, por tal motivo las investigaciones en este enfoque deben ir propagándose, y sin duda alguna en unos años tomara mayor fuerza.

Ahora bien, ya ha quedado claro el contexto de las redes sociales y en el primer capítulo la base de la teoría de los usos y gratificaciones, en el tercer capítulo se observa la fusión de ambos propiciando de esta manera la creación de un nuevo enfoque en la presente teoría para poder tener una perspectiva más detallada de la interacción entre la audiencia y los nuevos medios de comunicación.

CAPITULO III

USOS Y GRATIFICACIONES DE LA RED SOCIAL HI5 EN LOS JÓVENES UNIVESITARIOS DE 18 A 25 AÑOS EN EL DISTRITO FEDERAL

3.1 Modelo de encuesta

USOS Y GRATIFICACIONES EN LA RED SOCIAL HI5

Para fines de la presente investigación es necesario: Estar inscrito en alguna facultad perteneciente a CU-UNAM. Contar con un perfil en Hi5. Ser mayor de 18 años y menor de 25. La información es anónima y sirve para una tesis de licenciatura en la FCPyS.

Sexo: F M Edad: ____ Facultad: _____ Hi5: _____

1. Los ingresos mensuales de tu familia ascienden a:

- a) Menos de 5,000 pesos b) 5,000 pesos c) 15,000 pesos d) 25,000 pesos o más pesos

2. Vives en:

- a) Casa propia b) Rento c) Con familiares d) En comuna

3. ¿Tienes hijos?

- a) Sí b) No ¿Cuántos? _____

4. ¿Cuántas recamaras tiene tu casa o departamento?

- a) 1 b) 2 c) 3 d) 4 e) Más de 4

5. ¿Por qué medio te conectas a Internet?

- a) Casa b) Escuela c) Café Internet d) Trabajo e) Otro ¿Cuál? _____

6. ¿Cuántas horas al día pasas en Internet?

- a) Menos de 1 b) De 1 a 3 horas c) De 3 a 5 horas d) Más de 5 horas

7. ¿De cada hora que pasas en Internet cuanto tiempo destinas al uso de redes sociales?

- a) Menos de 15 minutos b) 15 a 30 minutos c) 30 a 45 minutos d) Más de 45 minutos

8. De manera alterna a Hi5 ¿Tienes perfil en alguna red social?

- a) Sí b) No ¿Cuál? _____

9. ¿Cuánto tiempo tienes con tu perfil en Hi5?

- a) Menos de 6 meses b) 6 meses a 1 año c) 1 años a 3 años d) Más de 3 años

10. ¿Qué te motivo a abrir un perfil en Hi5?

- a) Amigos b) Publicidad c) Familia d) Invitación electrónica e) Otro
¿Cuál? _____

11. ¿Para qué usas Hi5?

- a) Buscar amigos b) Buscar pareja c) Asuntos escolares
d) Estar en contacto con amigos e) Otros
¿Cuál? _____

12. ¿Qué motivo tienes para subir fotografías a Hi5?

- a) Mostrar los lugares que visito b) Mostrar las fiestas que frecuento c) Darme a conocer
d) Guardar fotografías e) Otros
¿Cuál? _____

13. De cada 50 amigos agregados al perfil ¿Con cuántos mantienes un contacto cercano real?

- a) Menos de 10 b) De 10 a 20 c) De 30 a 40 d) Más de 50

14. ¿Qué necesidades satisface Hi5 en tu vida personal?

- a) Acorta distancias con mis seres queridos b) Me hace sentir bien conmigo misma
c) Es sólo cuestión de entretenimiento d) No aporta nada en la vida personal

15. ¿De qué manera repercute Hi5 en tu vida social?

- a) Me permite estar enterada sobre la vida de las personas a quienes ya no veo b) Me mantiene enterada de la vida personal de compañeros y amigos de la vida real
c) Es un medio por el cual puedo buscar personas virtuales y quizá conocerlas de manera real. d) Por medio de Hi5 puedo demostrarle a mis amigos cuanto los quiero

16. ¿Qué tipo de vínculo personal has descubierto y transferido de lo virtual a lo real por medio de Hi5?

- a) Amigo b) Pareja c) Familiar d) Empleo e) Otro
¿Cuál? _____

17. Además del contacto personal ¿Qué te atrae más de Hi5?

- a) Los comentarios multimedia b) La música personalizada
c) Las aplicaciones y/o juegos d) Los regalos Hi5 y Hi5 Coins
e) Las fotografías a compartir f) Los "Fives"
g) El diario Hi5 h) El perfil personalizable
i) Otros ¿Cuál? _____

18. En comparación con la vida real, ¿Qué sentimiento te remite al visitar el perfil Hi5 de un amigo?

- a) Es como visitar su casa
b) Saludarle en la calle
c) Entrar en su recamara y platicar con él
d) Estar en la escuela platicando

19. ¿Te ha generado Hi5 algún problema de tipo personal en la vida real?

- a) Sí (*Pasa a la pregunta 20*)
b) No (*Pasa a la pregunta 22*)

20. ¿A qué le atribuyes, principalmente, dicho problema?

- a) Fotografías
b) Comentarios
c) Fives
d) Estado Hi5
e) Otro ¿Cuál? _____

21. ¿Con quién has tenido esos problemas?

- a) Pareja
b) Amigos
c) Familia
d) Profesores
e) Otros ¿Quién? _____

22. ¿Qué opinas del uso político que se le da a la red social?

- a) Es excelente
b) Bueno
c) Malo
d) Indiferente

23. ¿Con que frecuencia consideras las redes sociales se utilizan para secuestros y/o extorsiones?

- a) Siempre
b) Casi siempre
c) A veces
d) Raramente
e) Nunca

24. ¿Tienes alguna precaución a la hora de publicar información personal en Hi5?

- a) Sí (*Pasa a la pregunta 25*)
b) No (*Pasa a la pregunta 26*)

25. ¿Qué medida de precaución tomas en tu perfil Hi5?

- a) Mi perfil es privado
b) No acepto personas que no conozco
c) No subo fotografías de familia ni de lugares que frecuento
d) No publico datos personales
e) Otras ¿Cuáles? _____

26. ¿Pertenece a alguna comunidad Hi5?

- a) No
b) Sí ¿Cuál? _____

27. ¿Conoces el sistema Hi5 Coins y para qué sirve?

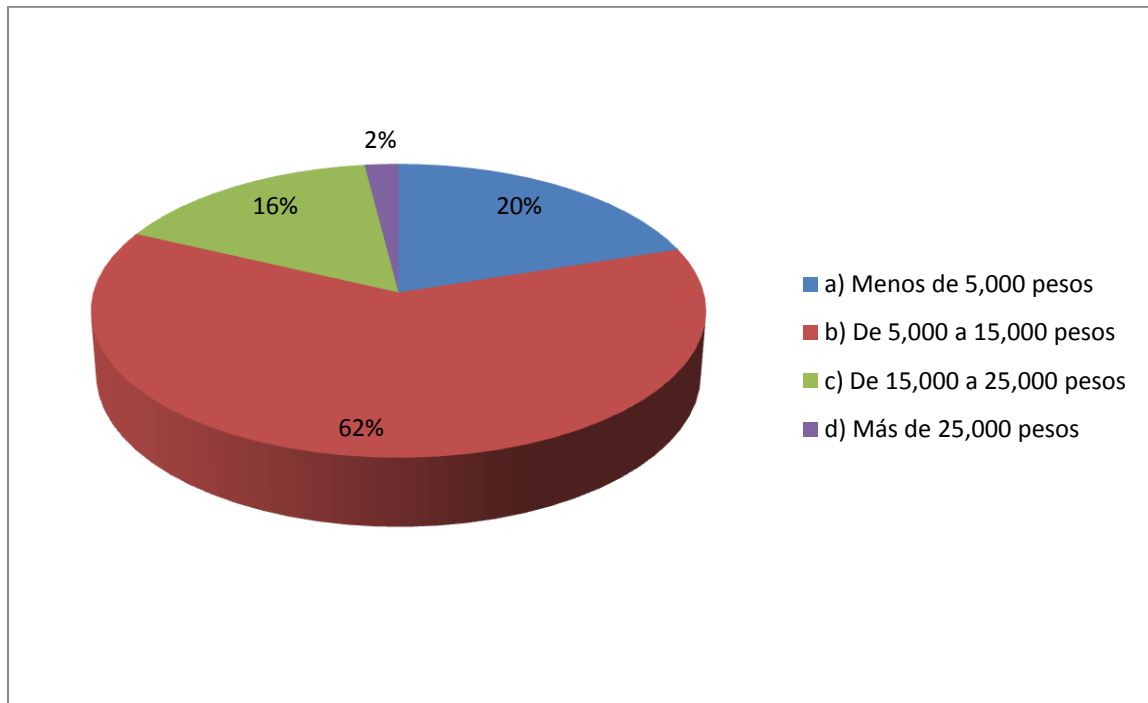
- a) Sí
b) No
c) Sí conozco Hi5 coins pero no sé para qué sirve

28. Si existiera una razón por la cual eliminaras tu perfil enHi5 ¿Cuál sería esa causa?

- a) Miedo a secuestros y/o extorsiones
b) Paso de moda
c) No tengo tiempo de actualizarlo
d) Acoso de alguna persona
e) Otra ¿Cuál? _____

3.2 Gráficas y análisis de resultados

1. Los ingresos mensuales de tu familia ascienden a:

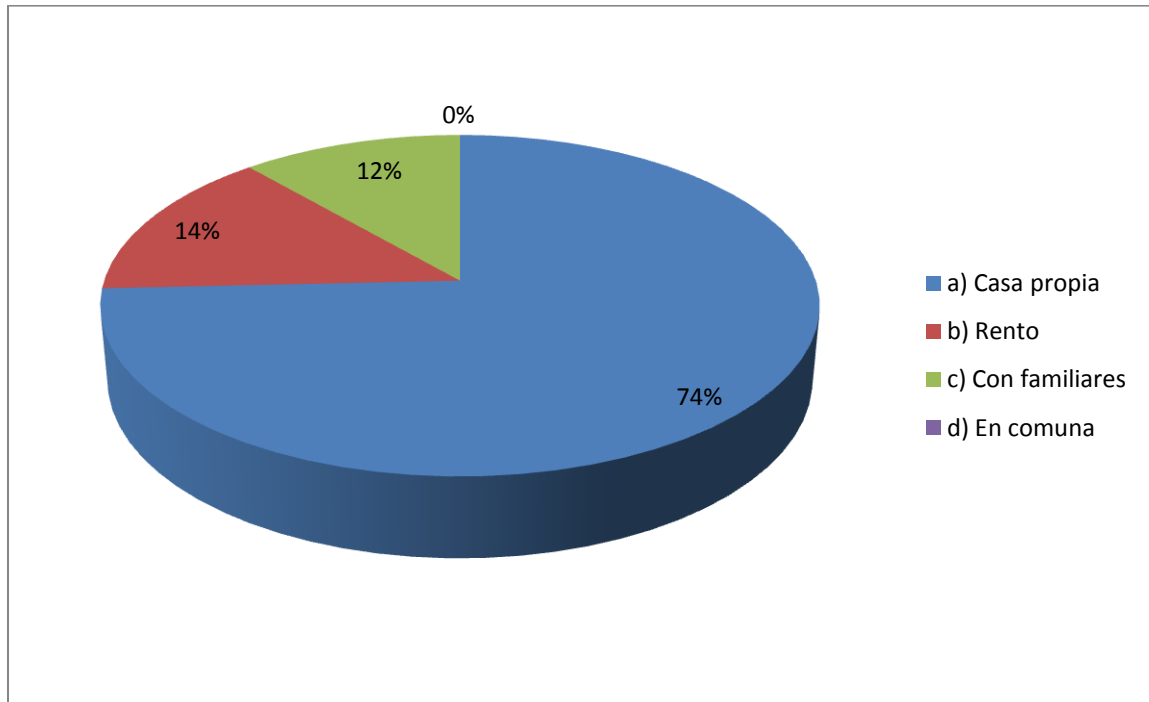


Los ingresos mensuales familiares permiten deducir el nivel socioeconómico de las personas encuestadas, generando así un mejor análisis. Para fines de la presente investigación, este punto es muy importante ya que refleja el estilo de vida en los usuarios de Hi5.

Así pues, el 62%, según el ingreso y grosso modo, pertenecen a una clase media baja; es decir, la mayoría de los usuarios universitarios son clase D+, mientras que el 20% pertenece a una clase baja, nivel D.

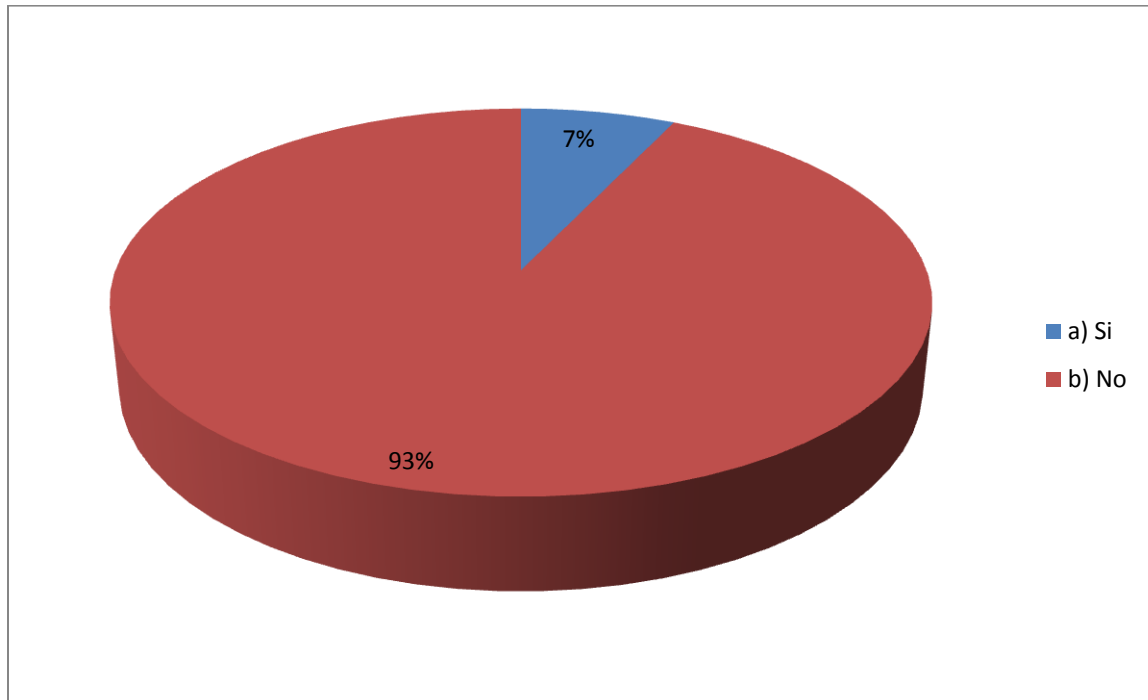
El 16% pertenece a una clase media alta (C), dejando a la clase media alta (C+) y/o alta (AB) la minoría del 2%.

2. Vives en:



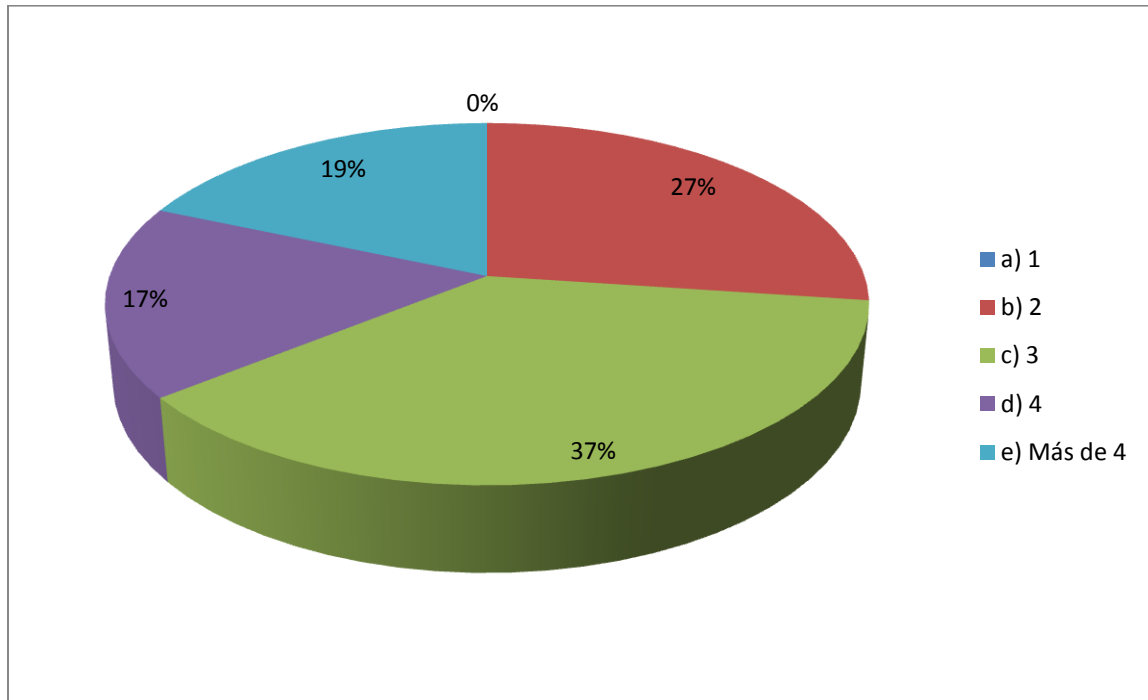
En la gráfica se aprecia que el 74% de los usuarios de Hi5 cuentan con una casa propia, mientras el 14% renta una vivienda, por motivos escolares en la mayoría de los casos. Asimismo el 12% vive con familiares ajenos a los padres. Cabe destacar que el 0% de los encuestados vive en comuna.

3. ¿Tienes hijos?



En este esquema está representada la mayoría del 93% de los universitarios que no tienen hijos, quizá un análisis más profundo sobre los estudiantes con hijos más profundo dedicado a este análisis arrojaría otro tipo de datos, sin embargo, es posible deducir que un factor importante en el uso de las redes sociales recae en el tiempo dedicado a éstas; ya que si bien es cierto que los hijos no son un obstáculo para usar hi5, pues existe un 7% de los estudiantes quienes tienen hijos, también lo es que cuando el usuario no cuenta con responsabilidades ajenas a sí mismo, tiene más tiempo libre el cual puede dedicar a las redes sociales.

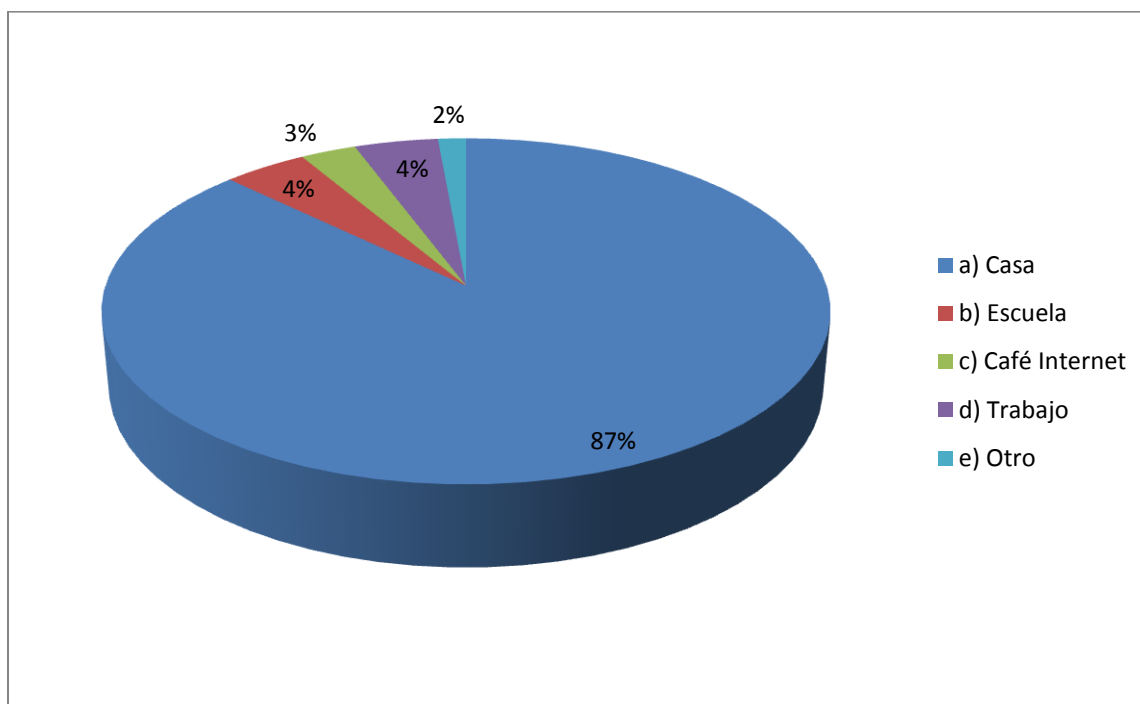
4. ¿Cuántas recamaras tiene tu casa o departamento?



Para esta investigación es preciso determinar el nivel socioeconómico de las personas encuestadas. Esta pregunta remite a un enfoque más preciso, ya que se encuentra relacionada con las primeras preguntas, así pues el 37% cuenta con tres recamaras, considerando al igual que en la primera pregunta, una mayoría de tipo C, mientras que el 27% tiene casa o departamento de 2 habitaciones, arrojando un segmento B+, por otro lado, el 17% y el 19% es de 4 o más de 4 respectivamente, que nos asoman a una ventana de C+, contando posiblemente con universitarios de B o A.

En otro punto, se observa que el 0% tiene sola recamara, descartando un poco al segmento D y D+, derivando que es necesario un nivel económico medio para el frecuente uso de las redes sociales, específicamente de Hi5.

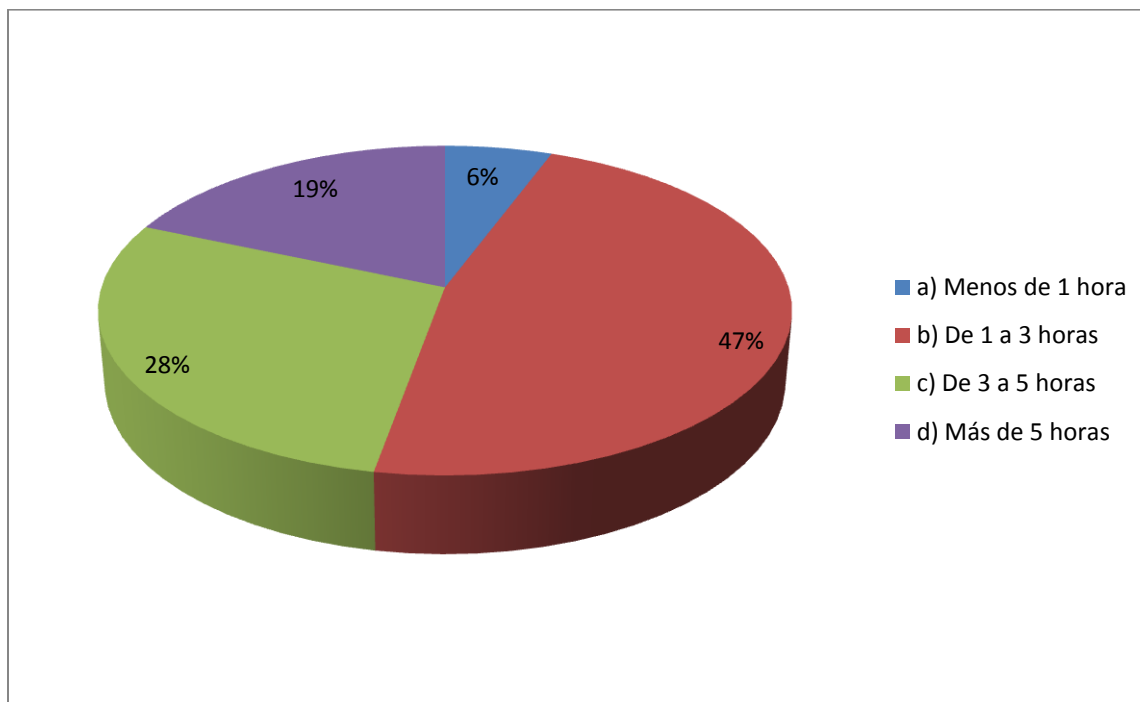
5. ¿Por qué medio te conectas a Internet?



El acceso a internet es indispensable en el tema de redes sociales, puesto que el uso depende totalmente de su acceso, para luego generar una apropiación de la nueva tecnología, en este caso Hi5. Así pues la mayoría es contundente dando un 87% al acceso en casa, el 4% al trabajo y escuela, mientras que el 3% en un café internet y el resto, de 2%, a otros medios tales como telefonía celular o sistemas móviles.

Al estar en casa se buscan nuevas formas de sociabilizar, usando, pues, las novedades tecnológicas para ello, las cuales permiten lograr un contacto, durante largo tiempo a un bajo costo, con los amigos o familia sin tener que gastar en al menos la llegada al encuentro. Se refleja del mismo modo, el sedentarismo.

6. ¿Cuántas horas al día pasas en Internet?



El mundo virtual se trabaja en tiempo real, las horas bien pueden parecer ligeras en cuestión de amigos, de esta forma el 47% navega de 1 a 3 horas mientras que el 28% de 3 a 5 horas. Es la media en cuestión de porcentajes según los datos encuestados.

Por consiguiente, el uso de internet por parte de los estudiantes recae en el tiempo libre obtenido, tal es el caso de Martha⁸⁶ quien asegura que se encuentra realizando su tesis por tal motivo solo asiste a una asignatura además de estar desempleada, logrando pasar de esta manera 8 horas en internet, y no es la única. En el caso de Alicia⁸⁷ son 5 las horas dedicadas a la red de redes, siempre

⁸⁶ Entrevista Martha

⁸⁷ Entrevista Alicia

y cuando no tenga clases o bien no tenga mucha tarea, de otra forma solo pasa 120 minutos aproximadamente.

Ahora bien, es cierto que varios estudiantes solo se dedican a una actividad, por tanto, gozan un amplio tiempo libre, no obstante también es real el que muchos dividan su tiempo entre la universidad y el trabajo, razón por la cual, probablemente, no se transcurra más tiempo en internet, es decir, que no pasen más de 5 horas al igual que 19% de los jóvenes encuestados o como en el caso de Ana⁸⁸ quien es empleada de una empresa dedicada a las telecomunicaciones, por tal motivo no solo tiene que estar conectada en su trabajo sino también en horas de clases a través de una *blackberry*⁸⁹ proporcionada por su empresa, ella afirma que sin internet no podría vivir simplemente porque ya se volvió parte de su ser, es como si llevara un reloj o una libreta a la escuela.

Así funciona actualmente la vida y sobre todo el futuro de un estudiante, en cual se basa en el uso de una computadora con conexión a internet. La encuesta lo arroja pues solo una minoría de 6% destina menos de una hora de su tiempo a la red de redes.

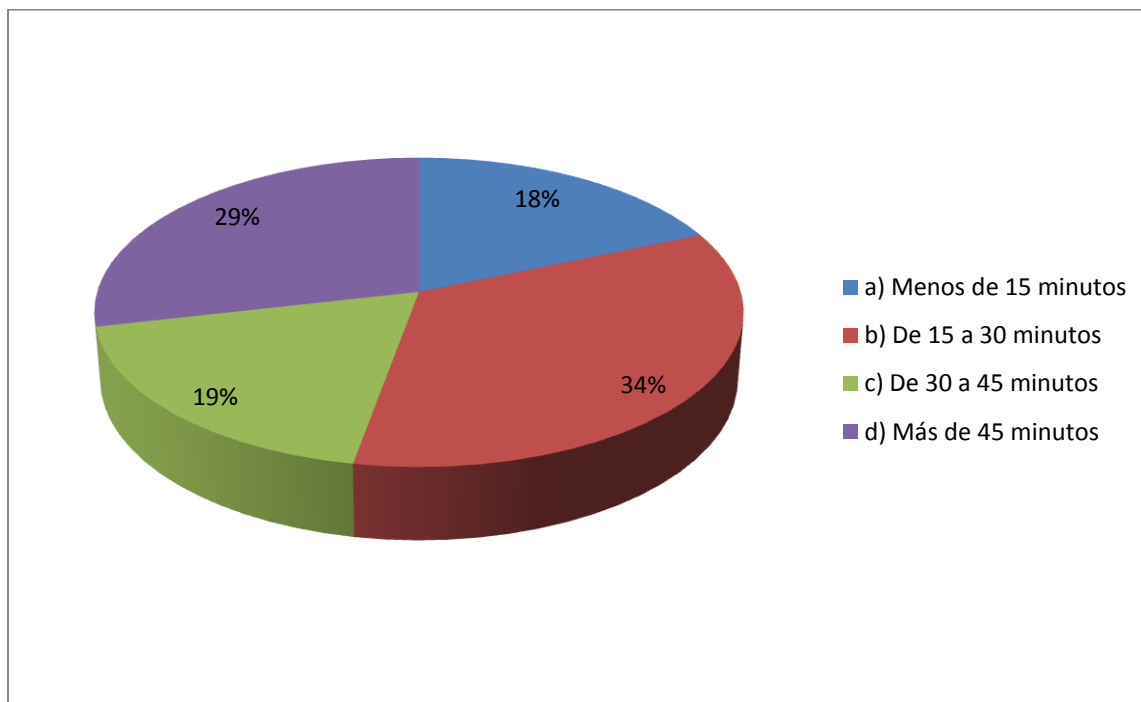
Con estos datos no es riesgoso mencionar que es indispensable tener un uso de una media de 3 horas diarias en internet para lograr un uso satisfactorio de Hi5. Cabe destacar que el uso de internet no significa el uso de las redes sociales, pero como dice Alonso y Barreiro las redes sociales forman parte de un ocio digital que abre una ventana a la distracción. Incluso esta misma pregunta complementa a la anterior, donde varias empresas han hecho un llamado a las redes sociales asegurando que estas mismas disminuyen la productividad de las empresas⁹⁰.

⁸⁸ Entrevista Ana

⁸⁹ Dispositivo de telefonía celular capaz de permanecer conectada

⁹⁰ <http://www.geekets.com/2009/12/28/juegos-facebook-reducen-productividad-en-empresas>, 24 de octubre del 2009, 21:45 hrs., "Los juegos de Facebook reducen productividad en empresas", Daniel Ruiz Lujan.

7. ¿De cada hora que pasas en Internet cuanto tiempo destinas al uso de redes sociales?



El ciberespacio es tan grande que incluso la sociabilización virtual es una división más de la web 2.0, así pues esta competencia de contenidos cada vez es más fuerte, ahora bien tomando en cuenta que el tiempo dedicado a las redes es por cada hora de uso; el 34% dedica de 15 a 30 minutos, esto es del 25% al 50% de su tiempo total en internet.

Muchos de estos jóvenes, consideran las redes sociales como entretenimiento, pero no como la única razón de conectarse a Internet, pueden bien visitar páginas de diversas índoles como Wordpress o YouTube por mencionar algunos. Incluso Pedro⁹¹ asegura que a pesar de tener un gusto preciso por las redes sociales, no es mucho el tiempo destinado a ellas por motivo del trabajo o la escuela.

⁹¹ Entrevista Pedro

El 29% de dedica más de 45 minutos, esto es más del 75% del tiempo conectado a internet, esto implica que los usuarios de redes sociales, toman en serio su actividad cibernética, ya sea actualizando la información, subiendo fotos o bien comentando en otros perfiles, como por ejemplo, Alicia⁹² quien asegura destinar casi todas las horas que pasa en internet a las redes sociales.

Existe un porcentaje que dedica de 30 a 45 minutos, esto es del 50 al 75% del total de horas dedicadas al uso de Internet, es un poco más que la minoría, sin embargo, los datos quienes llevan una mayoría son aquellos que están en las proximidades de este tiempo, o sea, es menos de 30 minutos o más de 45. Así pues, bien se puede decir que esto, a pesar de pertenecer a las minorías, es la media más viable en esta pregunta.

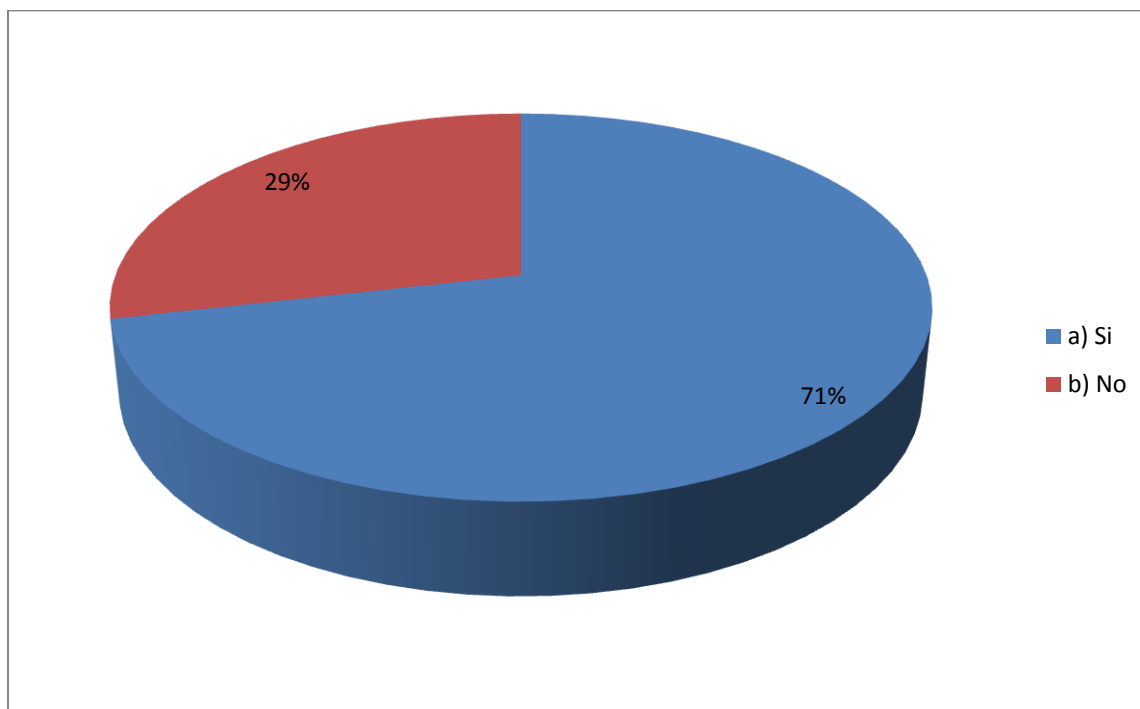
Por otro lado, el 18% en la comunidad estudiantil dedica menos del 25% de sus tiempo total en la internet para las redes sociales, pues a pesar de contar con un gusto por la red de redes todavía considera la posibilidad de no “hacer público lo privado”, eso en palabras de Juan⁹³ quien asegura que es de corta duración la parada en Hi5 pues a pesar de viajar por horas en internet estos sitios no atraen del todo su atención.

Ahora bien, con la presente gráfica es posible dar cuenta de una variedad en el tiempo dedicado, la mayoría es inminente, sin embargo, es considerable la competencia que mantienen las redes sociales ante otros contenidos web, ya que se encuentra dividido casi de manera proporcional.

⁹² Entrevista Alicia

⁹³ Entrevista Juan

8. De manera alterna a Hi5 ¿Tienes perfil en alguna red social?



Cabe destacar que los datos anteriores, generalizan las redes sociales, con esta pregunta se incide en que el 71% dedica su tiempo en internet no solo a una comunidad virtual si no a más de dos incluso. Tal es el caso de Martha⁹⁴ quien afirma tener no solo Hi5 sino también destinar tiempo a Twitter, Myspace, Metroflog y Facebook, considerando que esta última la ha ido atrayendo cada día un poco más; este fenómeno solo implica un declive de Hi5.

Irma Carolina Valadez Calderón escribe para la revista etcétera, afirmando que sus inicios Hi5 era la red social más popular en América Latina, la cual alcanza su auge con 8 mil millones de usuarios en el 2008 ocupando el decimo lugar de los sitios más visitados del mundo según Alexa⁹⁵.

⁹⁴ Entrevista Martha

⁹⁵ Portal de medición del tráfico en internet.

“No obstante, para el 2009, la historia es diferente. Las nuevas redes sociales como Facebook y Twitter comienzan a ganarle terreno a Hi5”⁹⁶ pues en febrero de ese año esta red social ocupaba el séptimo sitio más visitado de México, confirmándolo así como la primera red social más visitada del país, en contraste, para diciembre del 2009, baja hasta el decimo primero y colocándose Facebook en cuarto lugar como la primera red más visitada.

Por otro lado y como esfuerzo para “prolongar el liderazgo en América Latina, donde el daño ha sido visible pero no contundente como a nivel mundial que inicia en el vigésimo lugar y desciende hasta el sexagésimo, Hi5 firmó un contrato con Grupo Televisa para crear un “canal de video Premium” que permita difundir los contenidos de la televisora a un mercado potencial de 33 millones de usuarios hispanoparlantes de la red social”⁹⁷.

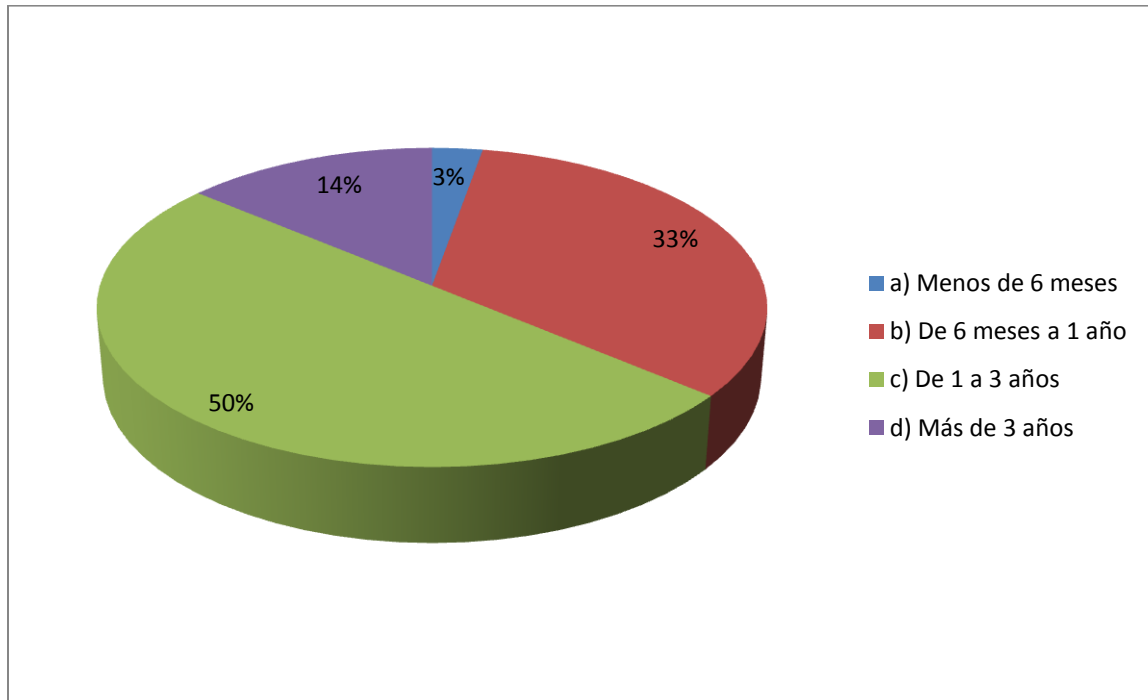
Ahora bien, existe el 29% de jóvenes quienes usan esta red y se dedican solo a ella, como el caso de Alicia quien se considera adicta a este sitio, o en el caso de, Juan que no es muy afecto a las redes sociales pero mantiene Hi5 por curiosidad. Esta minoría refleja que los contenidos web deben tener una actualización por minuto, pues los usuarios de estos son los más exigentes, el cambio y la vida virtual transcurre en tiempo real, sin duda alguna.

Por lo que respecta a la mayoría revela una sociabilización activa por la red de redes, no solo en un espacio, si no donde el máximo número de personas conectadas se encuentre, pues es un hecho que la redes sociales se usan de acuerdo al número de usuarios.

⁹⁶ <http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=1300>, 26 de octubre del 2009, 13:23 hrs., “Hi5, en declive”, Irma Carolina Valadez Calderón. Etcétera.

⁹⁷ Ídem

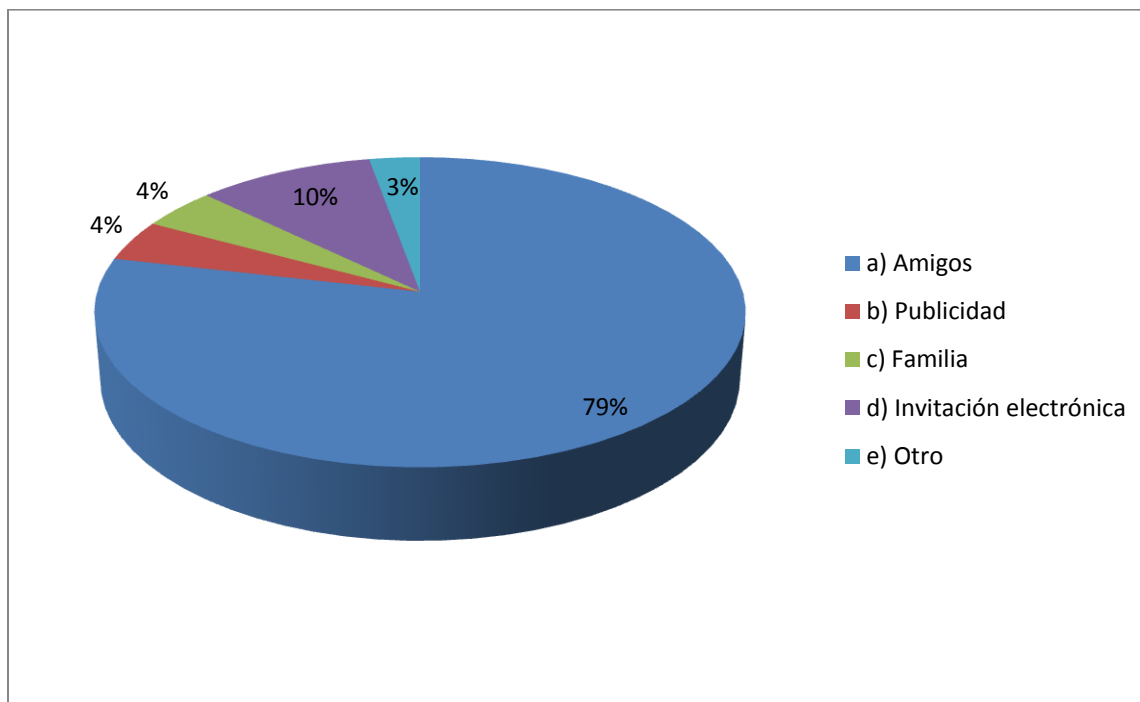
9. ¿Cuánto tiempo tienes con tu perfil en Hi5?



Como se mencionó anteriormente, Hi5 es una empresa que fue lanzada en el 2002, pero hasta el 2008 tuvo su auge, asimismo se ha visto un declive a finales del 2009 que obligó a los creadores a generar una nueva interfaz y establecer nuevos vínculos con empresas para la difusión de diferentes contenidos.

Por otra parte, el presente esquema sustenta este peligro ya que el 50% de los usuarios de Hi5 tienen de 1 a 3 años con su perfil, tal como nuestros entrevistados, Alicia, Martha, Ana, Juan y Pedro quienes tienen aproximadamente dos años usando el perfil. El 14% más de 3 años, el 33% de 6 meses a un año y el 3%, una minoría, tiene menos de 6 meses. Esto nos remite a lo siguiente, los usuarios que permanecen en Hi5 vivieron el auge de esta red social, ya que pocos usuarios nuevos ha atraído en los últimos 6 meses, que ha vivido su declive.

10. ¿Qué te motivo a abrir un perfil en Hi5?



Un factor importante para la creación de un perfil en Hi5 radica en el contexto del individuo, para ello el 79% abrió una página en la red social motivados por los amigos solidificando de esta forma el pilar de los presentes espacios, es decir, “la sociabilización”; de igual manera, Alicia⁹⁸ entró por los comentarios de varios amigos quienes le pedían subiera fotos y aseguraban estaba “muy padre” dicha red.

Por su parte Pedro se incorporó a este sitio por “La necesidad de contactar a una amiga que no veía desde hacía muchos años y que al no tener un perfil, no podía dejarle un mensaje”⁹⁹. Cabe destacar que para observar el perfil de alguna persona se debe contar con uno propio.

⁹⁸ Entrevista Alicia

⁹⁹ Entrevista Pedro

Por otro lado, el 10% entró por una invitación electrónica, éste es el caso de Martha¹⁰⁰ a quien alguna vez le llegó una invitación por correo electrónico decidiendo así entrar para ver y probar los contenidos ofrecidos.

Entre las minorías se encuentra el 4% para la publicidad, que estaba presente en otros sitios por internet, o en los sobrenombres de otros servicios, tales como mensajeros instantáneos. Este mismo porcentaje radica en las familias, quienes fomentaron la participación a estos sitios, como en el caso de Ana, quien entró por querer contactar a su prima que vive en Sonora y de esta manera compartir fotos, música y comentarios.

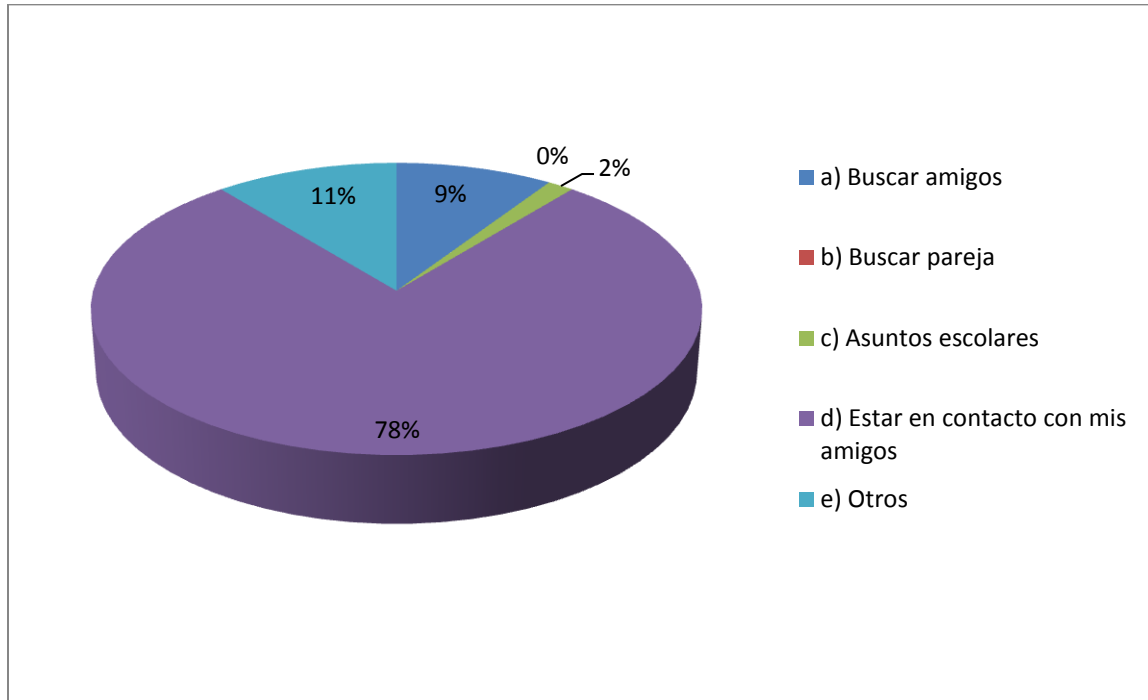
Entre otras cosas el 3% afirma que fueron otros factores tales como la curiosidad, la cual motivo a Juan¹⁰¹ a digitar el mismo la URL del sitio, registrarse y comenzar su travesía por el mundo social virtual, hay quienes entran para vigilar a la pareja, y conocer como se relaciona con los demás, pero ésto ya lleva de trasfondo un uso, el cual es explicado en la siguiente pregunta.

Factores para acceder a Hi5 existe una larga lista de anécdotas capaces de remitirnos de manera psicológica al motivo, sin embargo, esto merecería una investigación dedicada exclusivamente a ello, de otro modo, la mayoría de los usuarios universitarios justifican su cuenta y perfil en el sitio motivados rotundamente por los amigos, y se cumple la regla de las redes, a la cual una persona atrae a otra y esta misma a otra, creando así una larga red de amistades; una red social de manera virtual la cual satisface a muchos

¹⁰⁰ Entrevista Martha

¹⁰¹ Entrevista Juan

11. ¿Para qué usas Hi5?



Esta es una pregunta clave para el desarrollo de la presente investigación, pues en la encuesta aparece como un rubro más a responder, sin saber que es una pregunta tan sencilla y pero con una importancia tremenda. Primeramente es menester saber que en “México existen más de 18 millones de cibernautas suscritos a una red social”¹⁰² de los cuales el 60% son mujeres.

Ahora bien, el 78% de los encuestados usa Hi5 para estar en contacto con los amigos, muchos de los cuales mantienen una convivencia real ya sea en la universidad, trabajo, colonia u hogar, tal como le sucede a Alicia, pues a esta pregunta respondió: “Uso Hi5 para enseñarle a mis amigos mis fotos de los viajes que he hecho con ellos, para compartirles lo que hago, mis intereses, este...

¹⁰² <http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=1148>, 4 de noviembre del 2009, 23:32 hrs., “Redes sociales: usos en México”, Irma Carolina Valadez Calderón. Etcétera.

porque luego me dejan comentarios que a veces no me pueden enviar, por ejemplo no me pueden dejar mensajes de texto en celular y me los dejan en hi5, como diario lo checo pues es más fácil que les conteste por ahí”¹⁰³.

En contraste y dentro de esta misma mayoría existen quienes gracias a esta red salvaguardan un contacto social exclusivamente virtual, pues los amigos se encuentran viviendo en otro estado o país, incluso, no es necesario estar tan alejado en cuanto a distancia se refiere si no simplemente a la escasez de tiempo para la socialización real.

Este es el caso de Ana, quien dice: “Yo le firmo el hi5 hasta a mi vecina, es mi mejor amiga, le envié postales o solo entro para molestarla, pues estudia medicina y casi no la veo de manera real”¹⁰⁴, no es la única con este caso pues Juan afirma que lo usa “únicamente con fines de saludar a los amigos, ver un poquito a que se dedican y pues ver sus fotos más que nada. Igual y estar enterado así que muchos cuates ya se casaron y demás”¹⁰⁵.

En otro orden de cosas, el 11% usa Hi5 para otros intereses que no tiene nada que ver con los amigos, escuela o pareja. ¿Qué otras cosas se pueden encontrar ahí? Para ejemplificar este porcentaje se encuentra Martha quien afirma bajo risas usar Hi5 para el chisme pues ella piensa lo siguiente: “Usar esas redes sociales es como ser personas públicas pero a la vez eres personal normal ¿No? O sea pero que se den cuenta todos lo que está pasando con tu vida; una manera de expresarte a los demás de sentir que estas siendo escuchada y vista, porque para el ser humano es muy necesario ser escuchado y visto”¹⁰⁶.

¹⁰³ Entrevista Alicia

¹⁰⁴ Entrevista Ana

¹⁰⁵ Entrevista Juan

¹⁰⁶ Entrevista Martha

Entre otros usos de Hi5 se encuentra tan solo el entretenimiento, como en el caso de Juan quien en sus propias palabras asegura esto: “Lo uso para entretenerme siguiendo las actividades o comentarios de mis contactos; también, para saludar de vez en cuando a aquellos que no veo con regularidad y que no tengo en otras redes sociales o en MSN Messenger”¹⁰⁷. Así como estas dos situaciones existe otra que está en constante crecimiento y es la búsqueda de actividades profesionales (empleo), donde actualmente son los hombres quienes tienen una intervención mucho más activa.

Ahora bien existe el 9% que usa Hi5 para buscar los amigos no de manera real sino virtual. Cuando una maquina te da una máscara perfecta para descubrir tan solo el pensamiento e incluso los sentimientos. Mientras que el 2% lo utiliza con fines escolares, a pesar de encontrarse en una institución académica.

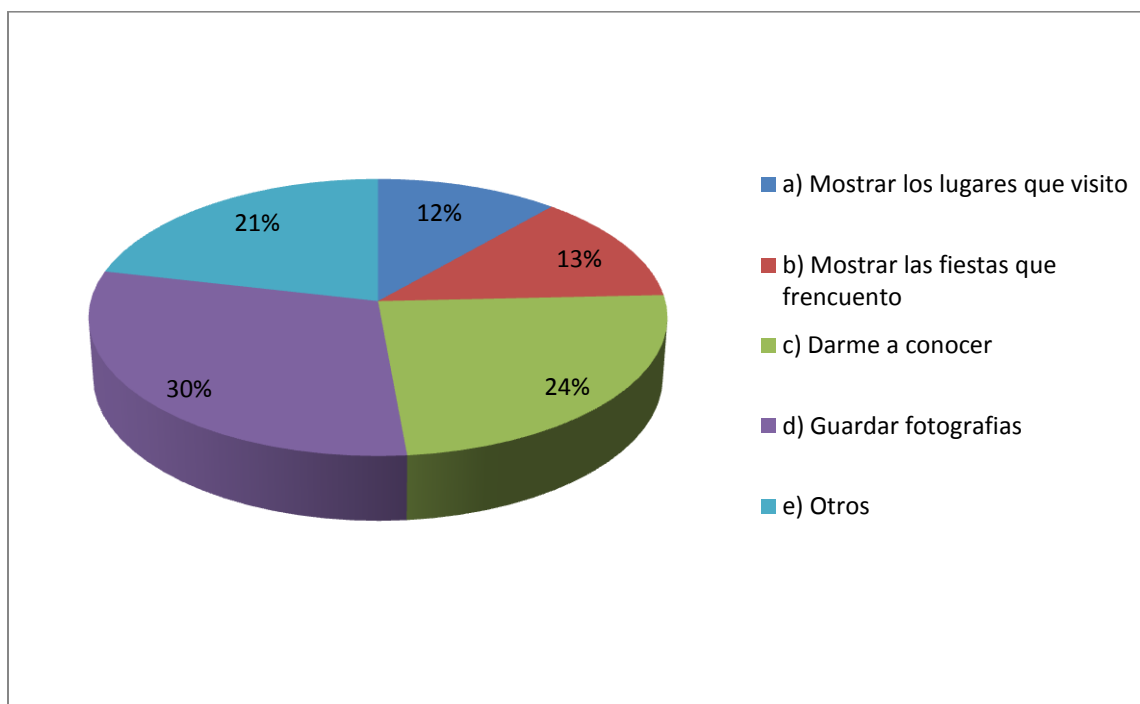
Un 0% afirmó rotundamente que no busca pareja por este medio, pero en entrevista Ana abre una duda al decir “muchos entramos a buscar novio, pero nadie lo quiere decir, es algo como muy privado, mejor decimos a solo es amigo y es que si es eso pero el trasfondo está en que se vuelve novio”. En efecto, Irma Valadez afirma que “mujeres y hombres utilizan la red social como un espacio de cortejo [...] pues ya sea a través de videos, fotografías o comentarios, los mexicanos gustan de fomentar relaciones humanas por medio de las plataformas digitales”¹⁰⁸.

Los usos de la red social Hi5 en los universitarios se concentran en la sociabilización y entretenimiento, así como una sed interna de darse a conocer con esa mascara tan bien diseñada, con la sola intención de mostrar una idealización de sí mismo.

¹⁰⁷ Entrevista Pedro

¹⁰⁸ <http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=1148>, 10 de noviembre del 2009, 23:32 hrs., “Redes sociales: usos en México”, Irma Carolina Valadez Calderón. Etcétera.

12. ¿Qué motivo tienes para subir fotografías a Hi5?



Las redes sociales tienen como pilar en su uso, la publicación de fotografías; el subir y compartir éstas, son el principal motor de la sociabilización pues permite observar a la persona creadora del perfil, sus actividades, forma de vestir, tipo de amigos, entre otros.

Ahora bien, el 30% de los encuestados usa este servicio para guardar fotografías, es decir, usarlo como respaldo en línea de las mismas en la computadora, tal es el caso de Martha quien afirma: “Me gusta subir de todo, me gusta subir cosas que se me hacen chistosas, fotos de mi familia, haz de cuenta que también lo utilizo como un álbum familiar, en vez de imprimir las fotos mejor ahí las guardo”¹⁰⁹.

¹⁰⁹ Entrevista Martha

El 24% muestra fotografías en Hi5 para darse a conocer, otro aspecto que destaca Martha, pues esta entrevistada reconoce lo siguiente: “me gusta que la gente conozca de mí, porque así como me muestro así me gusta ser, no me gusta andar así con hipocresías ni mentiras; aunque también si da un poco de miedo por todos los asaltos y secuestros y todas esas cosas pero me gusta subir fotos de mi familia, fotos de mi ya sabes en la pose sexy y todo eso, así como para que te levante tu ego, el narcisismo y todo eso, si sin duda me gusta subir fotos”¹¹⁰.

Y no solo Martha considera lo anterior sino también Pedro pues él considera que el hecho de subir fotos permite a los contactos o cualquier otra persona que dé un vistazo al perfil pueda conocer algo más de la persona misma junto con su carácter a través de este medio, asimismo, selecciona para subir a Hi5 aquellas que son consideradas la más interesantes o las de un gusto peculiar.

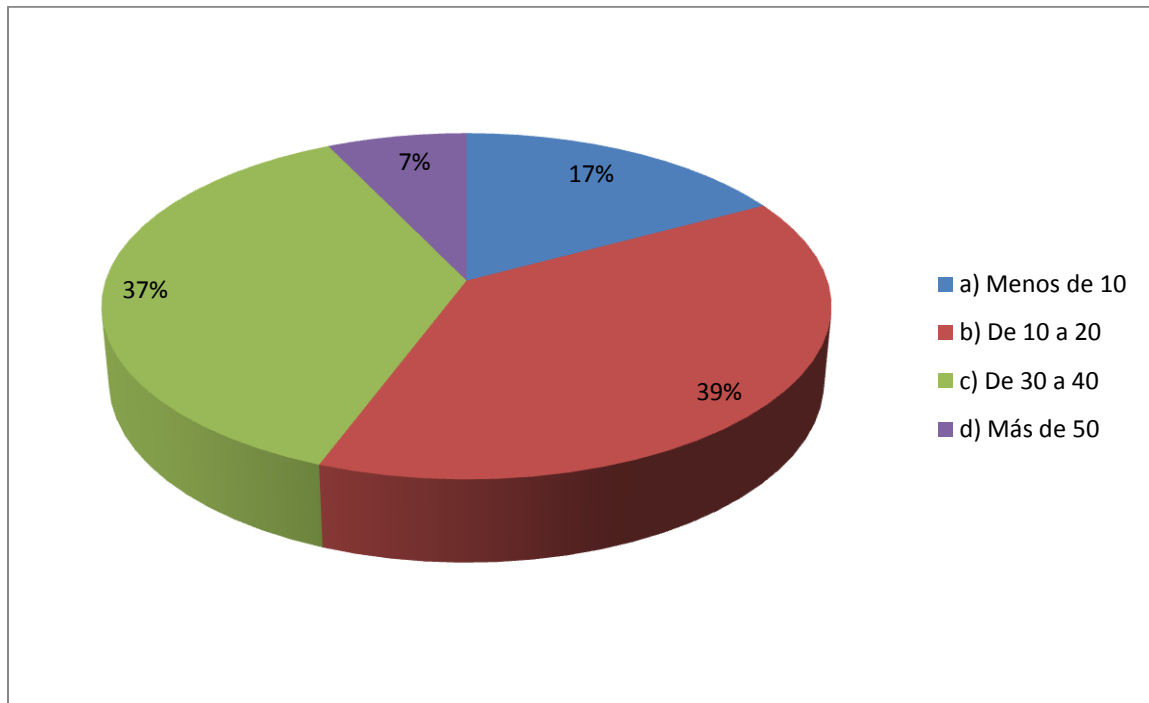
Por otro lado, el 21% tiene otros fines que bien incluye la noción de utilizarlo para todas las opciones marcadas o para excluirlas, en otras palabras, solo tener una fotografía de presentación y no subir más, tal como sucede con Juan quien asegura bajo sus propias palabras el próximo hecho: “Son poquitas las fotos que subo, pues no me gusta subir demasiadas fotos, no me gusta hacer como que muy publico lo privado ¿No? pero igual pues nada más es así como para que ubiquen de quién es ese hi5”¹¹¹.

Por último, el 13% y 12% muestra las fiestas y lugares que frecuenta el usuario respectivamente, para darle un tono mucho más comercial. Aquí aparece una crítica a las redes sociales, ya que con esto, en diversas opiniones, se observa el nivel socioeconómico así como los lugares donde se puede encontrar a dicha persona, facilitando de esta forma secuestros y/o extorsiones.

¹¹⁰ Entrevista Martha

¹¹¹ Entrevista Juan

13. De cada 50 amigos agregados al perfil ¿Con cuántos mantienes un contacto cercano real?



Las redes sociales, de acuerdo a su filosofía se trata de tener un número grande de amigos unidos a través de una misma persona, así pues los amigos pueden ser reales o virtuales, sobre esta forma muchas veces el contacto real se transfiere al virtual y viceversa, pero muchas veces lo virtual se queda en ese paso.

Ahora bien, el tener una cifra considerable no implica el mantener un contacto cercano con los contactos, pues una persona puede tener 400 amigos agregados y otra 100 pero quizá la primera solo habló con 5 mientras que la última conozca a 50.

De esta manera, la mayoría del 39% de cada 50 amigos solo conserva de 10 a 20 amigos reales, esto quiere decir alrededor de una tercera parte como le sucede a Pedro quien le habla a 17 personas¹¹².

En otro rubro, el 37% de los estudiantes trata de 30 a 40 personas en el perfil, justo como lo hace Alicia quien dice ser amiguera pues 30 de cada 50, no solo se encuentra en Hi5 sino también en la vida real¹¹³.

En contraste el 17% se relaciona de manera más estrecha con menos de 10 amigos, tal es el caso de Juan quien afirma tener muchos “datos de alta¹¹⁴” pero hablar con, alrededor de 5 personas. Aunque también hay quienes, a pesar de ser una minoría, mantienen un contacto cercano real con más de 50 amigos¹¹⁵.

Lo anterior habla no solo de la personalidad de cada individuo sino también refleja el nivel de actividad que mantiene en la red social, pues al intercambiar mensajes y actualizaciones permite que su sitio sea más visitado y por ende tenga una apertura mucho más amplia a la hora de la sociabilización.

Sin embargo, también implica aceptar a quien envía una invitación y es aquí donde el descontrol de información yace pues es imposible muchas veces visitar el perfil de cada una de las invitaciones para ser amigo, así que varios han optado por tan solo dar *click* en aceptar saltando diversas precauciones de privacidad, por otro lado hay quienes prefieren no consentir el acceso a menos que sea conocido de primera instancia.

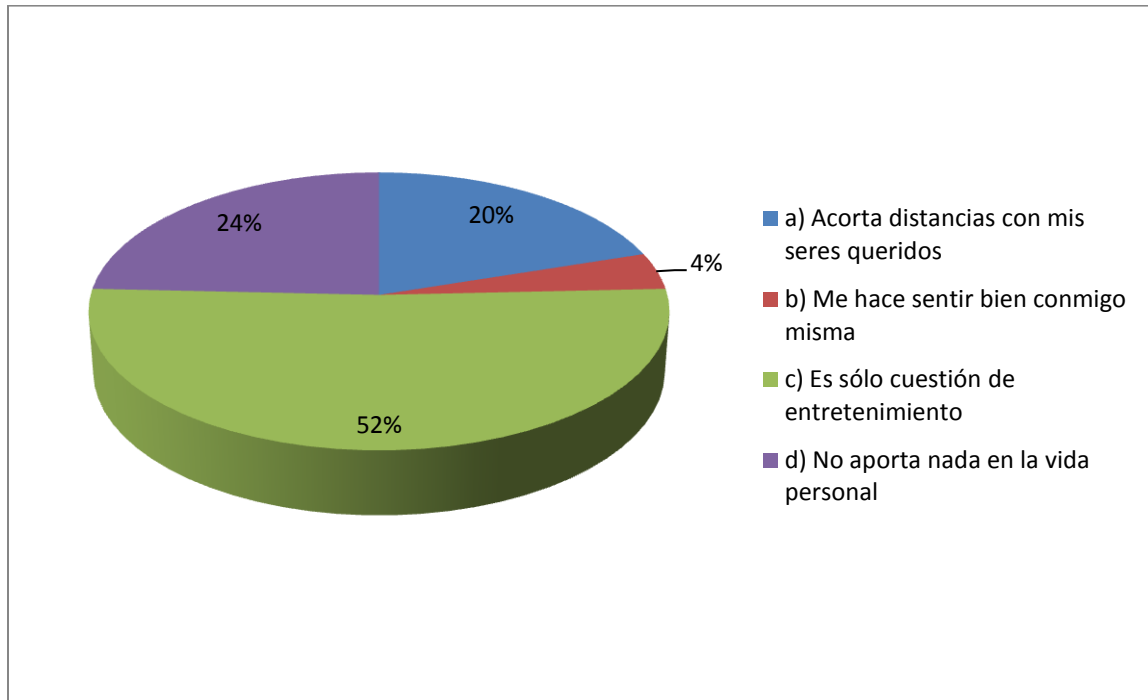
¹¹² Entrevista Pedro

¹¹³ Entrevista Alicia

¹¹⁴ Se le conoce como dar de alta a un amigo al momento de aceptarlo vía Hi5.

¹¹⁵ Entrevista Juan

14. ¿Qué necesidades satisface Hi5 en tu vida personal?



Hi5 es una nueva forma de interacción social que satisface diversas necesidades del humano, en la presente investigación esta pregunta es uno de los pilares para la argumentación de la misma, pues a partir de la necesidad que se cumpla, se puede indagar sobre la gratificación adquirida.

A la hora de hablar sobre necesidades es menester mencionar la pirámide creada por Abraham Maslow, ésta “se basa en la existencia de una jerarquía de las necesidades básicas humanas. Según Maslow, si el ser humano careciese de todo tendería de forma natural a satisfacer una necesidades antes que otras. [...] distinguiendo así cinco categorías de necesidades básicas: fisiológicas de supervivencia, de seguridad, afectivas, de estima y autorrealización”¹¹⁶.

¹¹⁶ Hernández, Francesa, “Psicóloga, Socióloga y Psiquiatra”, pág. 17



Fig. 3.1 – Pirámide de Maslow

En la pirámide (fig. 3.1) se encuentra como base las necesidades fisiológicas, es decir, comer, beber, dormir o respirar; mientras que en el área de seguridad están aquellas situaciones las cuales permiten generar una estabilidad al individuo tales como tener empleo, familia, casa o salud.

Por otro lado las afectivas recaen en los sentimientos de amistad, amor o sexo, y con el rubro de estima surgen valores como el respeto, confianza y autoestima, así en la punta de este esquema se encuentran las necesidades de autorrealización que corresponden a los dones concebidos o trabajados, por ejemplo, creatividad, moralidad, capacidad para la resolución de problemas y toma de decisiones.

Con base en lo anterior, las necesidades a satisfacer por Hi5 se encuentran entre las afectivas, de estima y autorrealización, por ende, el 52% compensa la necesidad del entretenimiento, como sucede con Pedro quien aclara lo siguiente: “Uso Hi5 para entretenerme siguiendo las actividades o comentarios de mis contactos; también, para saludar de vez en cuando a aquellos que no veo con regularidad y que no tengo en otras redes sociales o en MSN Messenger”¹¹⁷.

Ahora bien, para el 20% satisface la necesidad de disminuir distancia con los seres queridos, tal es el caso de Martha quien lo usa para ver como se encuentran sus amigos a pesar de ya no verlos con frecuencia, llevando un seguimiento importante sobre ellos, fomentando de esta manera una amistad lejana.

¹¹⁷ Entrevista Pedro

En contraste, el 24% considera que no aporta nada en la vida personal, como en las palabras de Ana: “No aporta nada porque realmente no vives para ello, hay gente que si, aunque realmente estás ahí para enterarte de los chismes, es como en las revistas nada más que la diferencia es que no son de gente famosa si no de gente normal. Es como una biografía yo a veces entro porque no me acuerdo de los cumpleaños, es un archivo pero nada más”¹¹⁸.

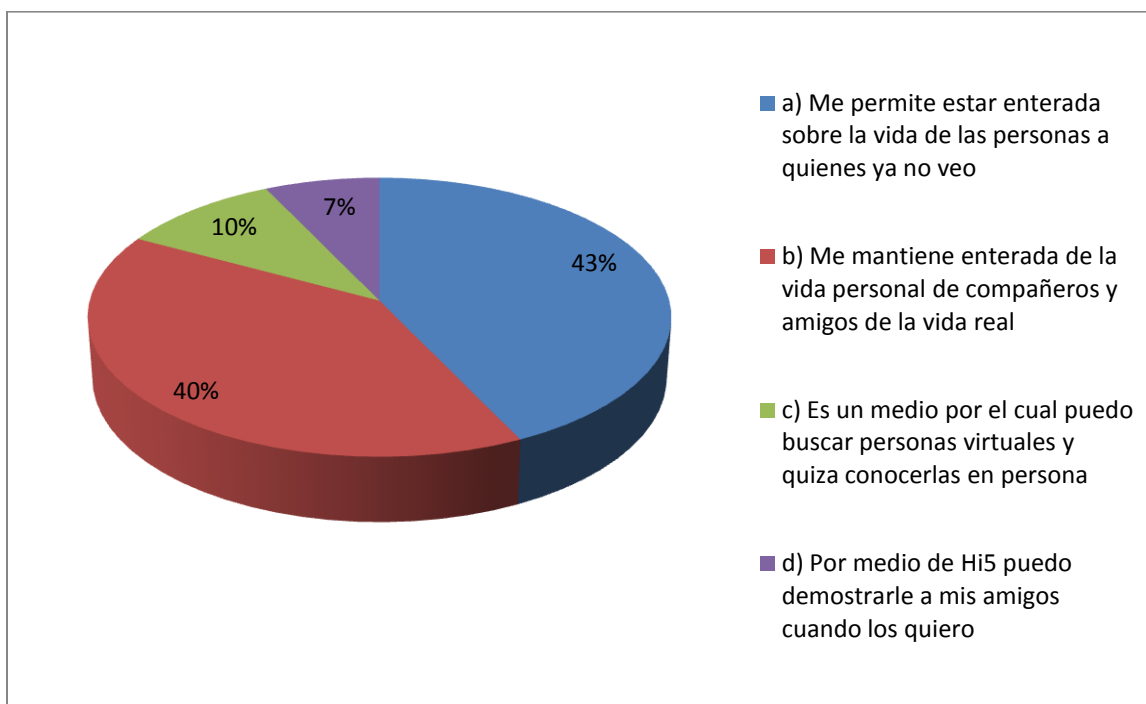
Por último, la minoría que corresponde al 4% hace a la gente sentirse bien consigo misma, aquí influyen situaciones psicológicas mucho más profundas, situadas en las últimas dos escalas que Maslow propone.

Las necesidades son esenciales en este estudio, así pues es menester citar las declaraciones tanto de Alicia y Juan quienes aseguran encontrar en Hi5 una satisfacción en la necesidad de comunicación e interacción con otros.

Así como ellos, Hi5 satisface no solo la necesidad de ser vistos y escuchados, sino también la de ver y escuchar con fines de entretenimiento, adquisición de información, sociabilización y autoestima.

¹¹⁸ Entrevista Ana

15. ¿De qué manera repercute Hi5 en tu vida social?



Las redes sociales forman parte de la cotidianidad, y la manera en que repercuten radica en un 83% de mantenerse enterado de las vidas personales; esto dividido entre el 40% quienes se refieren a compañeros y amigos reales, y el 43% que lo hacen por personas virtuales o a quienes se ha dejado de ver. Lo anterior le sucede a Pedro quien expone lo siguiente: “Me ayuda a mantener un contacto esporádico con gente que no veo con frecuencia; también por medio de esta red social he reencontrado a amistades perdidas hacía muchos años y, aunque no he restablecido contacto presencial con ellos, es gratificante poder hacerlo a través de internet”¹¹⁹.

El 10% considera que es un medio por el cual se pueden buscar personas virtuales para luego conocerlas en persona, incluso muchas veces es un promotor

¹¹⁹ Entrevista Pedro

de este tipo de relaciones, Martha asegura haber conocido gente por ahí y tener buenas experiencias, asimismo, comenta que se puede llegar a conocer a la gente mejor por ahí, aquí es necesario citar la respuesta completa en la entrevista pues relata una anécdota muy interesante.

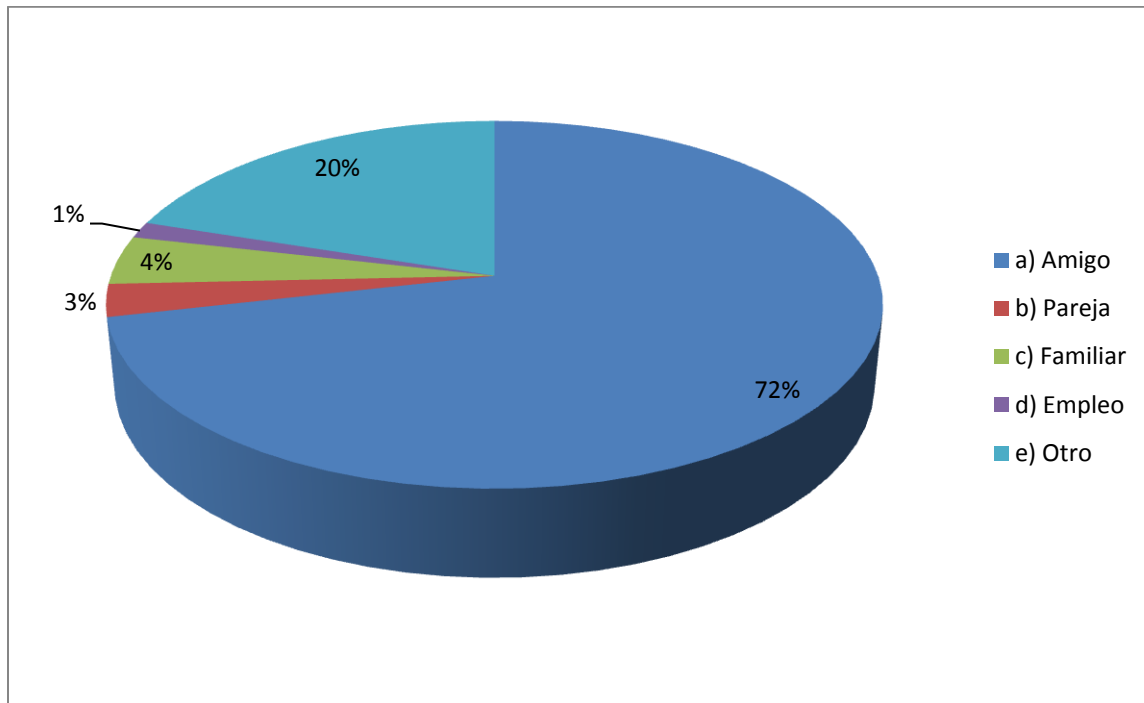
Cito, "...sí, alguna vez conocí un chico fuimos como novios dos semanas, me gustaba mucho ese chico pero no se dio más o sea si ha repercutido porque he conocido a gente por medio de hi5 y resulta chistoso porque la gente que conozco en persona por internet cambia o es más cariñosa o más fría, dependiendo, y siento que llego a conocer mejor a mis amigos que conozco en persona por hi5 porque ahí expresan sus sentimientos, por ejemplo, no se... luego se me puede hacer alguien bien maduro que nunca dice nada y ahí por hi5 pone como que "la vida es una ya sabes que" o "estoy súper feliz" o no sé se muestran tal y como son; como que todos se dan permiso de poner tontería y media incluso tengo un maestro así que yo creía ¡Uyy! bien serio, bien culto, acá, si es culto el señor pero parece como niño chiquito porque no más se la pasa publicando fotos de futbol y que "mi equipo quien sabe" o sea como si fuera niño chiquito y te das cuenta, como que ya no los idealizas tanto sino que dices "¡Ayy! tiene aficiones y parece niño", como tú, aunque ya tengan su doctorado u otra cosa"¹²⁰.

En contraste, Juan¹²¹ asegura conocer más gente por fuera que en Hi5, y solo repercute en una pérdida de tiempo, por otro lado, el 7% considera que a través de hi5 permite demostrar a los amigos cuanto se les quiere. La vida social a través de la red se ve afectada de un sinfín de formas, cada una con ideas y sentimientos diferentes que se ven a través de las gratificaciones recibidas a lo largo del desarrollo de la presente investigación.

¹²⁰ Entrevista Martha

¹²¹ Entrevista Juan

16. ¿Qué tipo de vínculo personal has descubierto y transferido de lo virtual a lo real por medio de Hi5?



Como en diversos sitios de internet, no es novedad conocer a personas nuevas de manera virtual para que luego se transfieran a lo real, muchas veces el contacto cibernético es tanto y tan profundo que el hecho de verse en persona, solo viene a ponerle un broche de oro a la relación de amistad, así pues el 72% ha descubierto a un amigo de manera virtual y más adelante de manera real; anécdotas como estas la tiene Martha quien tiene un amigo de hace cuatro años y solo lo ha visto dos veces en persona, sin embargo, él la conoce de una manera mucho más profunda, pues han logrado fraternizar con éxito.

El 3% ha conocido una pareja por Hi5 y luego es real, a esto Ana comenta “Mucha gente dice que ¡Ay no! Como ligar por el ‘hi’ cuando muchos lo hacen, solo que da

pena confesarlo”¹²². Citando de nuevo a Martha quien conoció a dos chicos y tuvo experiencias gratas revelando cierto temor por su seguridad y sin duda alguna tomando el riesgo.

En otro asunto, el 4% de los encuestados ha conocido a un familiar de manera virtual, así lo afirma Ana “yo conozco a mi prima por el Hi5, ella vive en Estados Unidos y no ha podido venir a México, así que desde ahí nos hablamos”¹²³. El siguiente rubro, se refiere a la minoría del 1% que ha encontrado empleo, este fenómeno en las redes sociales ha sido adoptado por Facebook, quedando un poco retrasado, en este ámbito, Hi5.

Ahora bien el 20% abarca en individuos que han conocido a diferentes personas que juegan otros roles sociales ajenos a los mencionados, tales como profesores o compañeros de trabajo o bien se ha conocido a ninguna persona virtual para que luego sea real; incluso ha sido también viceversa, que las personas reales se conozcan más de manera virtual así lo comenta Pedro al declarar: “Con algunos amigos en particular, he descubierto a través de la red social información relativa a gustos, intereses, modos de pensar, etc., que compartía con ellos sin saberlo y que, en una u otra forma, fortalecieron una amistad incipiente o superficial. Así, pues, a veces el contacto en las redes sociales refuerza los lazos ya existentes en las relaciones presenciales”¹²⁴.

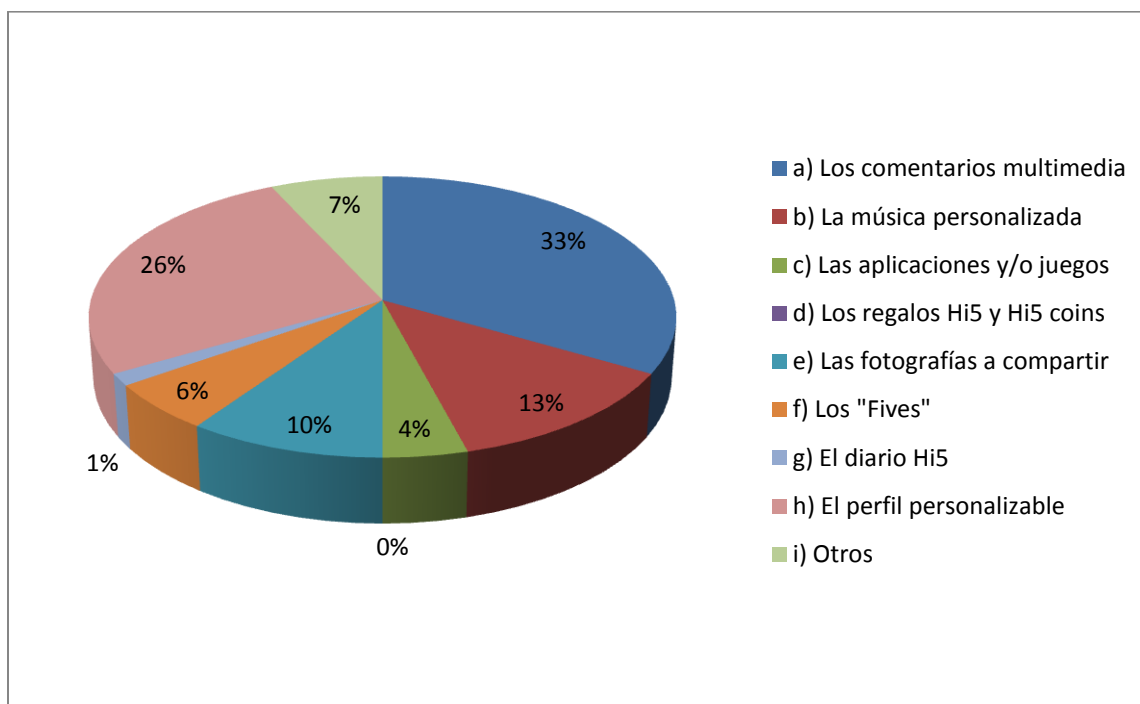
Asimismo, Juan descubrió que su novia era más cursi por Hi5 que en persona y lo mismo le sucedió a Alicia, así pues estos son algunos ejemplos. Cabe destacar que la ciber-sociabilización ha tenido un gran auge en los últimos años, tomando diversos caminos tanto buenos como malos, atentando contra la seguridad misma del individuo o bien recortando distancias.

¹²² Entrevista Ana

¹²³ Ídem

¹²⁴ Entrevista Pedro

17. Además del contacto personal ¿Qué te atrae más de Hi5?



Como ya se vio anteriormente, el contacto personal es lo principal en cuestión de redes sociales, sin embargo, en la guerra de estas por tener el mayor número de usuarios las obliga a crear nuevos valores capaces de atraer la atención del público, en el caso de Hi5, a mediados del 2009 y con la competencia al tope con Facebook, se vio obligado a renovar su logotipo y colocar un avatar para atraer gente sin olvidar, por supuesto, las clásicas aportaciones creativas hechas desde el inicio del sitio.

Así pues al 33% les atrae los comentarios multimedia, como dice Ana “me gusta que se le puede poner muy fácil videos, postales y cualquier cosa a través de los comentarios, además te enteras de un buen de cosas y siguiendo los comentarios ya te sabes el chisme completo”¹²⁵.

¹²⁵ Entrevista Ana

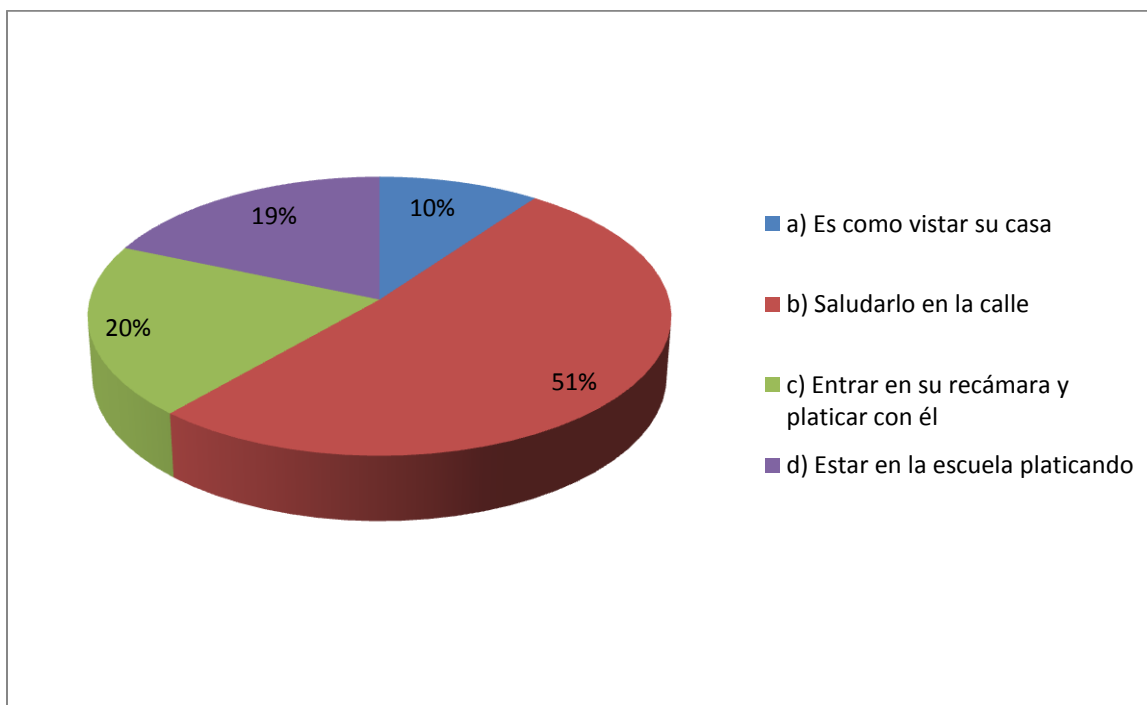
Para el 26% el perfil personalizable es lo más agradable, aquí también yace un punto para Hi5, que a diferencia de Facebook, permite “re-diseñar” el sitio, siempre y cuando se respeta la estructura básica, dentro de este porcentaje se encuentra Juan a quien no solo le gusta la idea del perfil personalizable, sino también la idea de poder compartir los diseños para luego ser usado por otras personas, pues se encuentra la opción tanto de crear uno como elegir otro ya realizado, así le sucedió a este entrevistado pues alguien más utilizó un diseño suyo y él obtuvo una buena experiencia.

Ahora bien según el 13% de los encuestados la música personalizada es lo mejor de Hi5 mientras que para el 10% lo son las fotografías a compartir; para otras secciones de Hi5 o bien ninguna de estas se encuentra el 7%. En el 6% que gusta de los “Fives” se encuentra Martha quien expone “...lo que me gustaba mucho eran los fives, así de que ¡Ayy! flechaste mi corazón o de superhéroe o de diva o de supermodelo”¹²⁶.

El 4% opta por las aplicaciones y/o juegos, como en el caso de Martha y Alicia; mientras que al 1% diario Hi5, esto se debe a que el blog se ubica más en otras enfocadas a la escritura. Por último el 0% permanece en los regalos Hi5 y Hi5 coins, que si bien es cierto es poco el conocimiento que tiene, también lo es que tiene un costo adicional, el cual debe ser pagado en dinero real y esto rompe con la noción “gratuita” de diversión, sin embargo, esto tiene especial énfasis más adelante.

¹²⁶ Entrevista Martha

18. En comparación con la vida real, ¿Qué sentimiento te remite al visitar el perfil Hi5 de un amigo?



Para fines de la presente investigación es preciso comparar los sentimientos reales y virtuales, aclarado esto, el 51% siente que al visitar un perfil en Hi5 es como si estuviera saludándolo en la calle, esto puede ser posible dada la emancipación que se vive en el sitio, así lo explica Pedro:

“Es un sentimiento de libertad irrestricta y tal vez algo culpable, al ser consciente de que en cierta forma me encuentro penetrando en un espacio personal sin que necesariamente mi amigo/a sepa que estoy entrometiéndome en su vida virtual. Sin embargo, la sensación no dura mucho, pues considero que la información que toda persona debe ser responsable por la información que hace pública en su perfil y hasta qué grado se expondrá a la mirada de los demás.

También es cierto que muchas veces el perfil de Hi5 obedece a la imagen que uno mismo pretende construir de sí: una imagen artificial, desdibujada o mentirosa con respecto a la realidad. Lo cierto es que en la relación presencial, uno frecuentemente no se siente tan libre de indagar o de averiguar tanto sobre el otro como las redes sociales a veces lo permiten”.¹²⁷

Por otro lado, el 20% considera que entrar a dicha red social es como permanecer en la recámara del individuo, pues es un lugar bastante personal donde se logra conocer un poco más de las personas desde el simple diseño así lo expone Juan. En otra opinión, Martha, al dar *click* en el sitio para acceder imagina lo siguiente: “me siento como en su cuarto ideal [...] y que me está mostrando sus posters así con sus fotos y sus aplicaciones, sus gustos; de qué color pintaría su cuarto tal vez o de qué color está pintando ya que unos lo tienen negro otros rojos, entonces así siento que entro a un espacio muy personal de ellos”¹²⁸.

El 10% de los encuestados cree visitar su casa, así le sucede a Juan quien afirma que “la red social muestra, *grosso modo*, una parte de lo que en realidad es la persona sobre todo por el diseño así pues te recibe la música o algún gusto específico como si se encontrara de pie en un departamento.”¹²⁹.

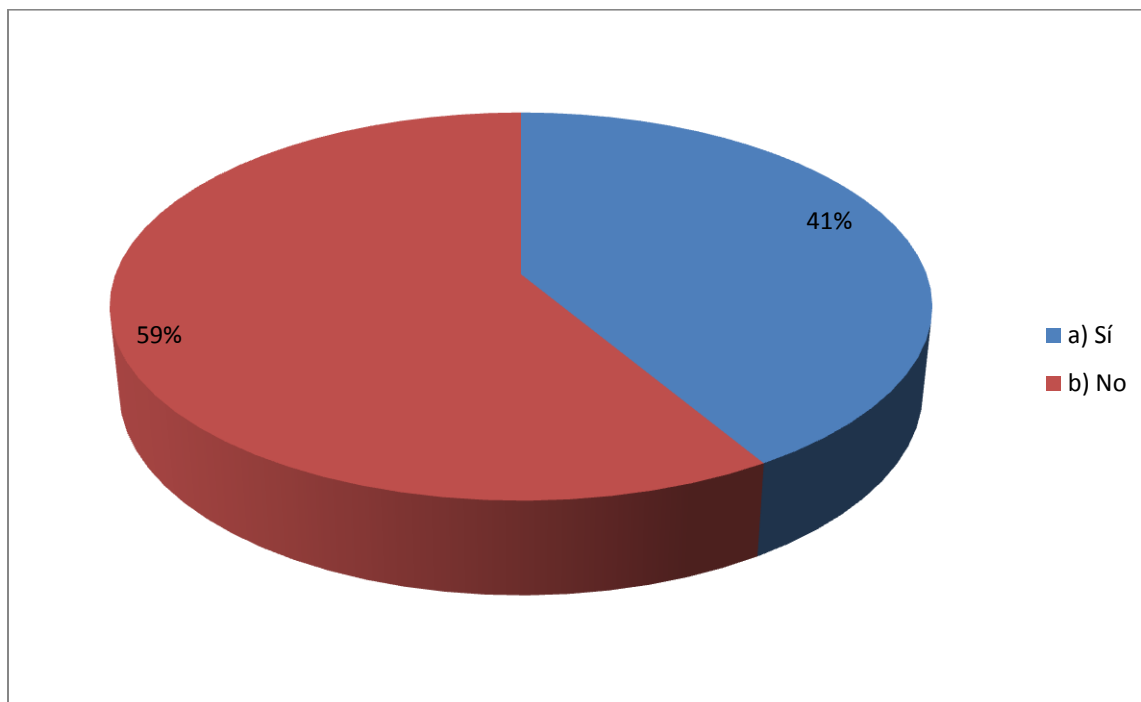
Ahora bien, al 19% le remite estar en la escuela platicando, pues se habla de la universidad, tareas, situaciones escolares y profesores. Muchas veces es también utilizado por académicos como actividad extra clase y extra muros.

¹²⁷ Entrevista Pedro

¹²⁸ Entrevista Martha

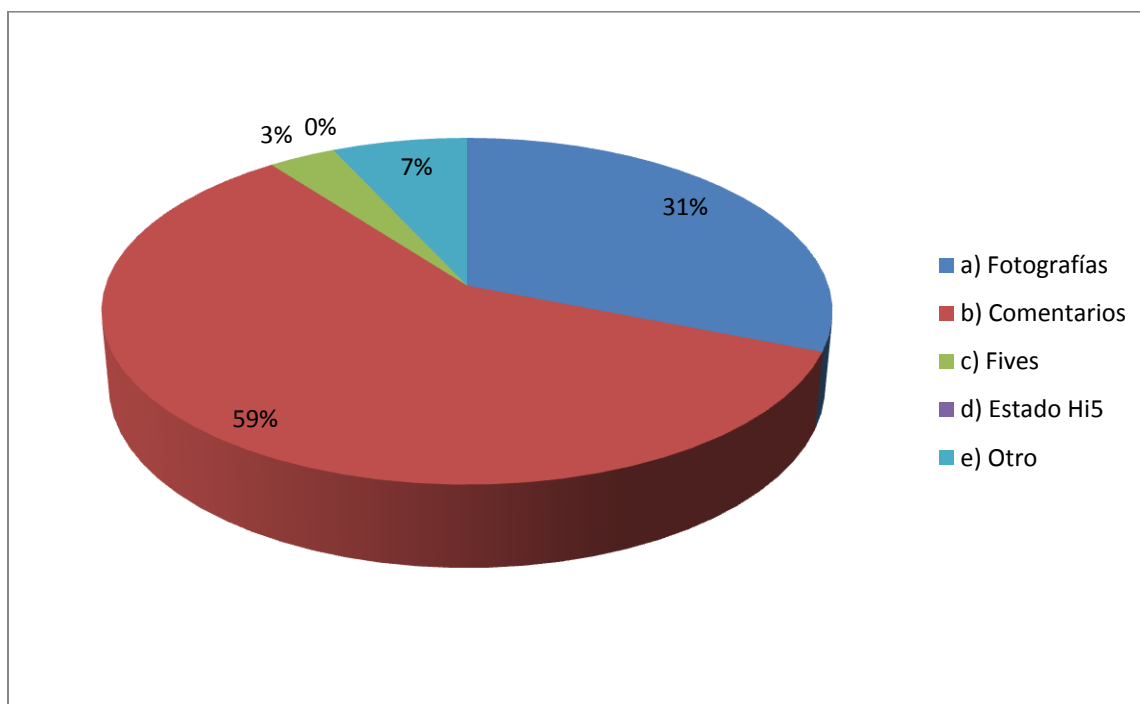
¹²⁹ Entrevista Juan

19. ¿Te ha generado Hi5 algún problema de tipo personal en la vida real?



De los usuarios en Hi5, el 41% ha tenido algún problema de tipo personal en la vida real, mientras que el 59% no tiene ninguno. Esta situación recae en la constante actualización de la información personal, así como también al acceso de una infinidad de gente, es decir, al sentido público del sitio.

20. ¿A qué le atribuyes, principalmente, dicho problema?



Muchos son los problemas virtuales que afectan en la vida real, entre ellos los ocasionados por la malinterpretación de mensajes, pues a diferencia de la comunicación realizada en persona, la cual se ayuda de ademanes, gestos y entonaciones para una mejor comprensión del mensaje; esta nueva forma de interacción, a través de una máquina, carece de dicho apoyo y por tal motivo, en una intensa búsqueda por lograr dar a la información enviada un aspecto tan personal, se ha recurrido al uso de onomatopeyas y “*emoticones*”¹³⁰ para enriquecer la comunicación.

Por lo anterior, algunos mensajes emitidos a través de las diversas aplicaciones que proporciona Hi5 suelen ser más, o bien, menos, expresivos de lo que parecen

¹³⁰ Proviene del término anglosajón Emoticon que a su vez deriva de la unión de Emotion (Emoción) y Icon (Icono), con lo cual representa aquel icono que expresa una emoción.

por lo tanto la pregunta se enfoca en cuales de estas aplicaciones ha incurrido la mayor de las veces en los problemas personales de los usuarios.

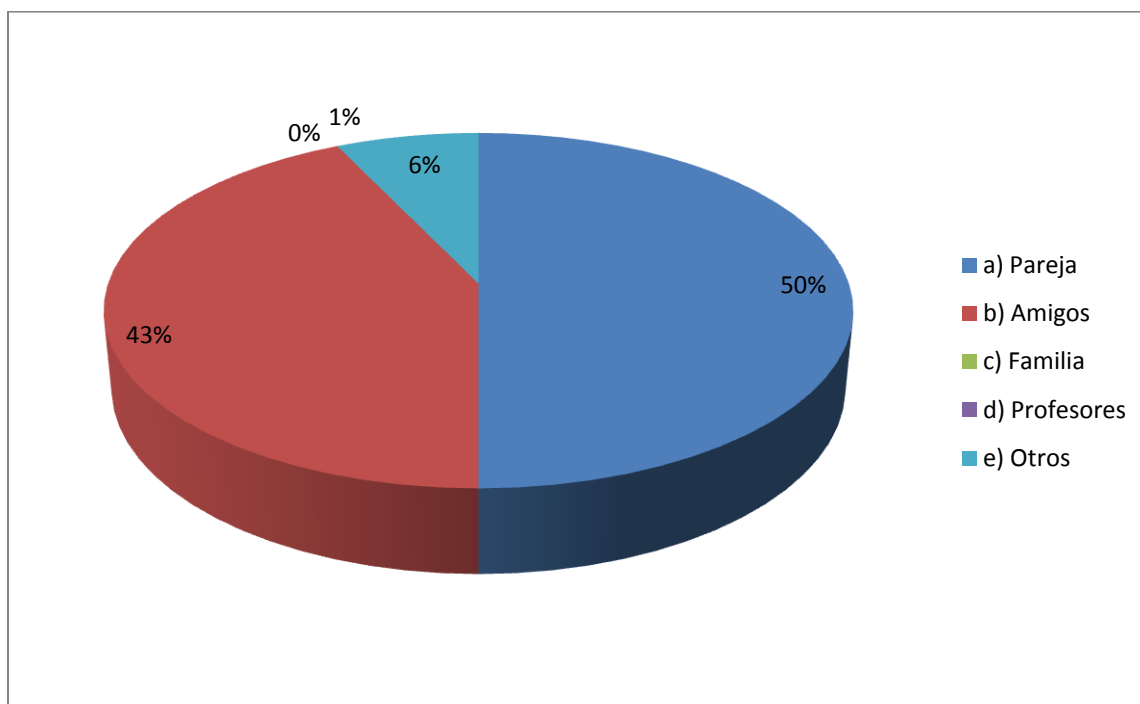
Así pues, el 59% se lo atribuye a los comentarios, pues estos son públicos y el contenido recae en la responsabilidad total de quien lo escribe, por ejemplo, Martha, quien respondió, de manera efusiva al realizarle esta pregunta, lo siguiente: “A todo, mi ex novio (con quien tuvo dichos problemas) era coqueto y mandaba comentarios de ‘¡Qué guapa te vez fulanita de tal!’ y yo así como ‘¿Qué andas diciéndole? A poco yo le estoy diciendo a un amigo que está guapo’”. Casos de esta índole existen frecuentemente, y se argumenta al ver una gran mayoría con mencionado problema.

Ante dicha situación Hi5 brinda una opción de privacidad en comentarios, los cuales son enviados primero a la bandeja de entrada del correo electrónico registrado en la cuenta para después de ser revisados se elija colocar o no, el comentario al público.

Por otro lado, el 31% discurre que las fotografías son quienes acarrear el problema, como Martha de nueva cuenta pues ella exterioriza que el ver fotografías de chicas semidesnudas o en bikini en el perfil de su novio provocaba conflictos bastante fuertes entre ellos.

También el 7% de los encuestados considera que otros aspectos de Hi5 son los generadores de diferentes tipos de inconvenientes personales, como le sucede a Alicia quien señala un enojo por parte de su pareja al agregar personas que no conoce. Asimismo, se encuentran el blog o los artilugios como promotores de problemas. Por último el 3% apunta cierta contrariedad a los “fives, mientras que nadie, es decir, el 0% habla sobre el estado Hi5 como principal factor de conflicto.

21. ¿Con quién has tenido esos problemas?



Estos mismos usuarios afectados de manera real, han tenido en un 50% el problema con la pareja, pues como anteriormente se mencionó, las parejas pueden acceder a la información mutua y ver la forma de interactuar con diversas personas que fomenta celos o inseguridades.

Alicia relata la siguiente anécdota sobre un conflicto con su pareja debido a Hi5: “Un día abrí mi hi5 frente a mi novio y entonces, otro chico me había dejado un mensaje, no decía nada malo, pero ese chico le caía mal a mi novio y él me dijo ‘¡Ayy! ¿Porqué te deja eso?’ Entonces, tuve que eliminar a ese amigo pero o sea si fue un problema real”¹³¹.

¹³¹ Entrevista Alicia

Otro ejemplo, pero con un universitario de sexo masculino es el que corresponde a Juan quien de una manera risueña responde, sin dudar, con un efusivo sí, lo siguiente: “Sí, definitivamente los celos de mi novia. En muchas ocasiones, digo, las pocas personas con las que platico luego me dejan así como comentarios, de ¡Vamos para tomar una cerveza! o cosas así, ya sabes las chicas que dejan mensajes acá de “¡Qué guapo!” ¿No? y bueno pues con eso mi novia se pone pero mal”¹³².

El segundo grupo mayoritario corresponde al 43% que han tenido complicaciones con los amigos, tal como le sucede a Ana quien expone haber tenido cierto mal entendido con su mejor amigo por no haberlo invitado a una fiesta, y por las fotografías se enteró de dicha reunión.

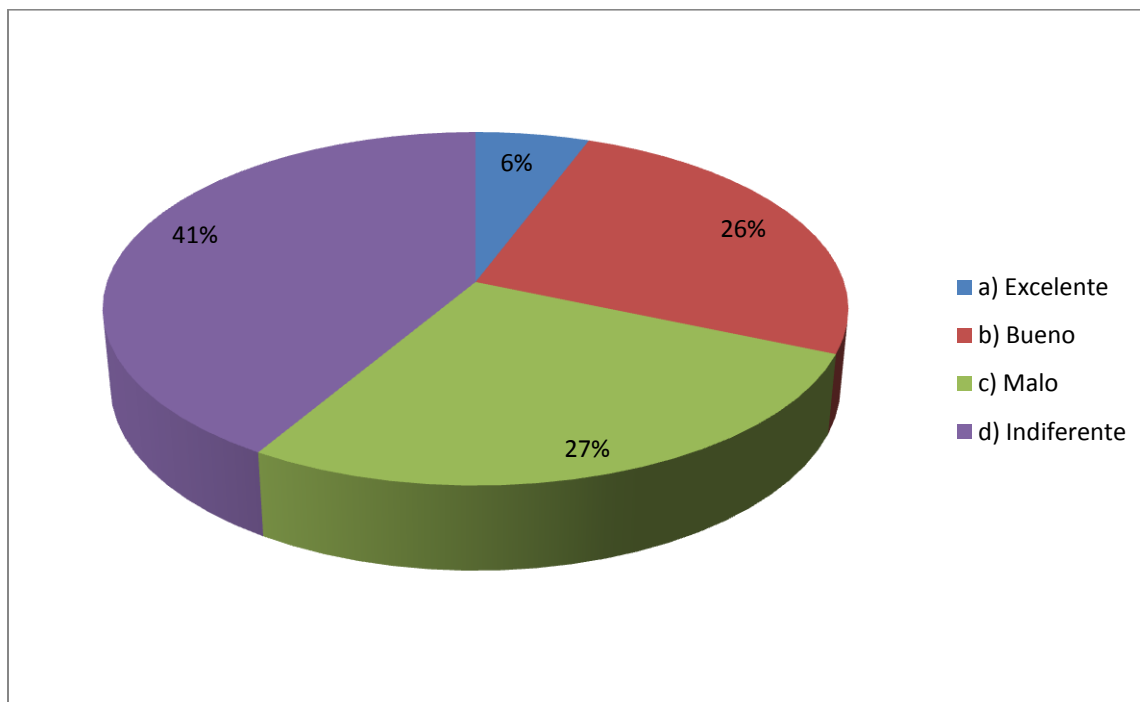
El 7% de los usuarios ha tenido problemas con otras personas ajenas a la pareja y amigos, mientras que el 1% afecto en la familia, aquí es menester citar otra vez a Ana quien expresó esto: “Una vez mi mamá se enojó conmigo porque vio una foto mía en pose sexy y en traje de baño, entonces me dijo, ¡Ay! ¿Por qué pones eso? ¿A qué te expones? y ya sabes cosas así, la verdad si fue un pleito porque son mis cosas y ella pues si se enojo feo conmigo”¹³³.

Para finalizar, las minorías del 1% y 0% corresponden a otros y profesores respectivamente. Con esto se puede deducir que el espacio es totalmente emocional y repercute en las relaciones más cercanas, esto es porque permite que todos los agregados al perfil logran darse cuenta de la actividad realizada por ellos mismos y el resto de sus amigos, pues, por ejemplo, basta con entrar al perfil y ver todos los comentarios que alguien más publica, asimismo seguir los vínculos proporcionados por Hi5 para lograr hilar los mensajes y así tener una conversación vía Hi5.

¹³² Entrevista Juan

¹³³ Entrevista Ana

22. ¿Qué opinas del uso político que se le da a la red social?



En el 2009, el uso político que se le brindó a las redes sociales fue exhaustivo pues en temporada de elecciones las campañas se realizaron con el firme propósito de llegar a los jóvenes y así promover el voto.

Sin embargo, es necesario conocer la opinión de los jóvenes acerca de este nuevo uso. Si bien es cierto que a raíz de la situación actual en que se encuentran las redes sociales, los partidos políticos apuntan hacia el bombardeo propagandístico en estos sitios, también lo es que invade muchas veces la privacidad del usuario, incluso a pesar de la diferencia que tiene la propaganda proporcionada en medios como la radio y televisión donde la gente se ve obligada a verla, en internet tiene otra mecánica pues es elección personal el aceptar o no, a dicho candidato, partido o servidor público.

De esta manera el 41% se mantiene indiferente ante esta forma de propaganda, así sucede con Martha quien agregó a gobernador del Estado de México, Enrique Peña Nieto, y afirma que las campañas lanzadas por Hi5 son una forma de llegar hacia los jóvenes pues como ella misma dice “muchas de las personas que se la pasan en internet no ven tele [...] y siempre toda la publicidad tanto política como comercial está llegando por todas partes, estamos siendo invadidos [...] así pues no lo considero ni bueno ni malo, ellos lo hacen porque quieren adeptos y yo decido a quien agrego y a quién no, por eso me es indiferente la situación”¹³⁴.

Hay quienes no son neutrales y el 27% lo considera malo, no solo por penetración excesiva en materia de campañas, sino también porque varios jóvenes carecen de interés en la política o lo encuentran aburrido. En contraste el 26% delibera que el factor político en las redes sociales es bueno, tal es el caso de Pedro quien expone que: “Las campañas políticas a través de perfiles creados sólo pueden tener una función de refuerzo entre quienes ya son adeptos de una causa, ideología, partido o candidato, por tanto para ellos y para quienes gustan de la política es bueno”¹³⁵.

La minoría del 6% considera que este uso es una forma excelente de comunicación entre la política y los jóvenes, en el caso de Ana afirma lo siguiente: “Es una gran idea sobre todo porque permite una mejor relación entre el candidato o partido y el usuario, pues es una forma de ejercer nuestra responsabilidad como ciudadano, al cuestionar e informarnos de las propuestas dadas”¹³⁶.

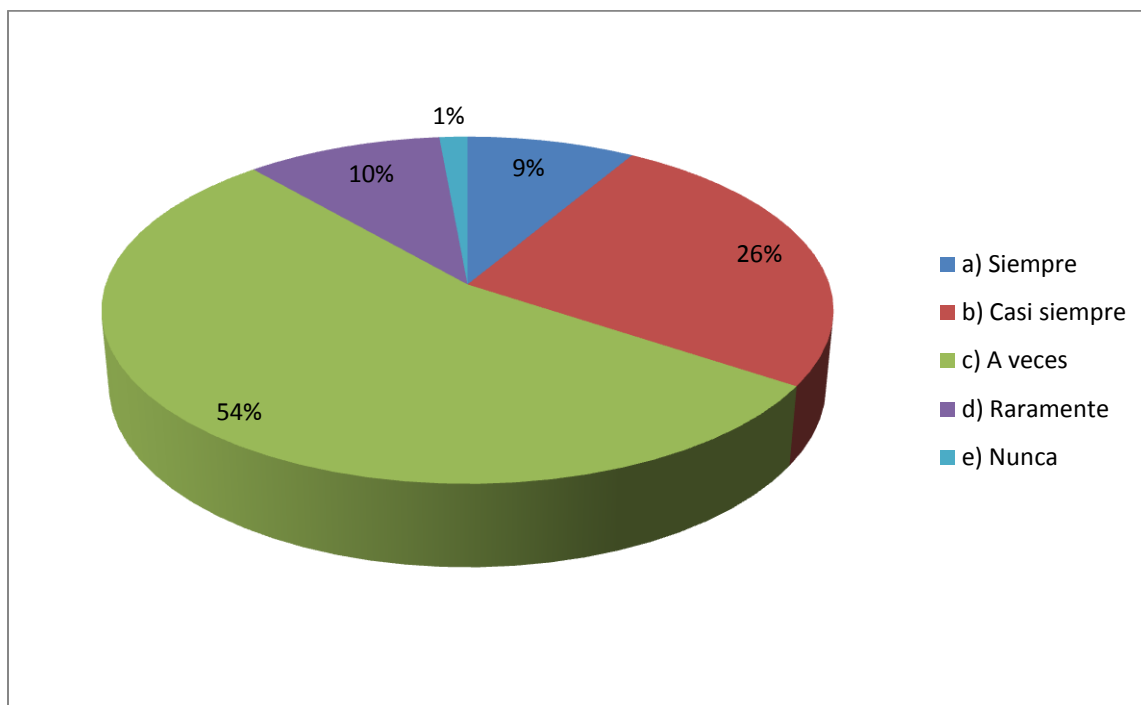
La propaganda a través de las redes sociales ha sugerido nuevas formas de interacción entre los jóvenes y el contexto político mexicano, a pesar de todavía tener diversas críticas e irregularidades.

¹³⁴ Entrevista Martha

¹³⁵ Entrevista Pedro

¹³⁶ Entrevista Ana

23. ¿Con que frecuencia consideras las redes sociales se utilizan para secuestros y/o extorsiones?



Las redes sociales permiten el acceso tan personal que se ha utilizado en varias conductas delictivas, un ejemplo importante es el ya mencionado caso “Martí” donde se asegura que la información publicada de este muchacho en Hi5 condujo a sus secuestradores a él y posteriormente a la muerte del mismo.

Por otro lado, la actividad mediática de esta situación ha generalizado la noción de que las redes sociales son un riesgo, Oscar Hernández en un reportaje para el noticiero de Joaquín López Dóriga menciona que: “Fraude, distribución y comercialización de pornografía, secuestro y hasta pederastia son algunos de los delitos que los llamados *ciberdelincuentes* cometen a través de internet”¹³⁷, ante

¹³⁷ CANAL 2 programa “Noticiero con Joaquín López Dóriga”, Joaquín López Dóriga (Reportaje de Oscar Hernández), martes 27 de agosto del 2008, 22:00 hrs.

este riesgo se alerta a la comunidad de mantener cierta precaución. Las redes sociales están en boga y el uso sigue creciendo aun más. Ahora bien, Alicia quien a pesar de asegurar que este tipo de agresiones se realizan con frecuencia, es un hecho que no le consta pues solo lo ha escuchado y visto en medios de comunicación más no lo ha vivido de manera real, es decir, permite el beneficio de la duda frente a esta situación mediática, esta misma postura es reproducida por el 54% de estudiantes quienes consideran que a veces se utilizan las redes sociales para cometer los delitos antes mencionados.

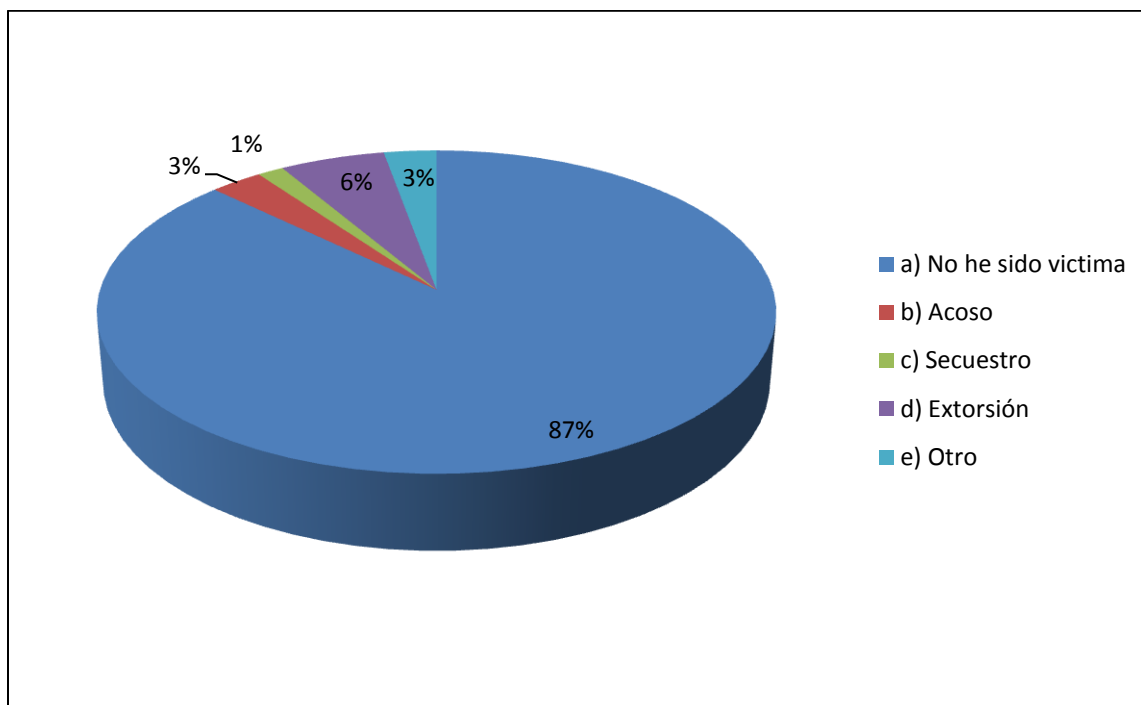
Un 26% piensa que casi siempre se utilizan estas redes para atropellos en contra de la sociedad, Martha remite de nueva cuenta a la información televisiva, pues asevera lo siguiente: “Estaba diciendo en las noticias que se utilizan mucho, que así empiezan a conocer a las personas [...] si se presta mucho porque no sabes ni a que gente agregas y nada más ponen una foto, ¿Quién te dice que si es realmente esa persona? Inclusive yo alguna vez cree un perfil falso”¹³⁸.

Por otro lado, el 10% afirma que es raro el uso de Hi5 u otras en cuestiones criminales, pues habita en la responsabilidad del usuario, en efecto y parafraseando a Eduardo Ávila, ante esto se debe utilizar el sentido común tomando en cuenta que cosas se suben y hasta donde se debe dejar verlas, una opinión interesante es la proporcionada por Pedro al decir que: “Hubo un momento de auge en este tipo de abusos, cuando estas redes aún eran una novedad y la gente no solía utilizar la opción que permite hacer privado un perfil personal. Posteriormente, los medios difundieron este riesgo y se generalizó el uso de dicha opción. En todo caso, creo que se hallan más expuestos quienes utilizan su perfil como un escaparate para ostentar una vida fastuosa y sobrada”¹³⁹. En contraste, un 9% está consciente de que es siempre es usado para estos fines y solo el 1% cree que nunca es utilizado.

¹³⁸ Entrevista Martha

¹³⁹ Entrevista Pedro

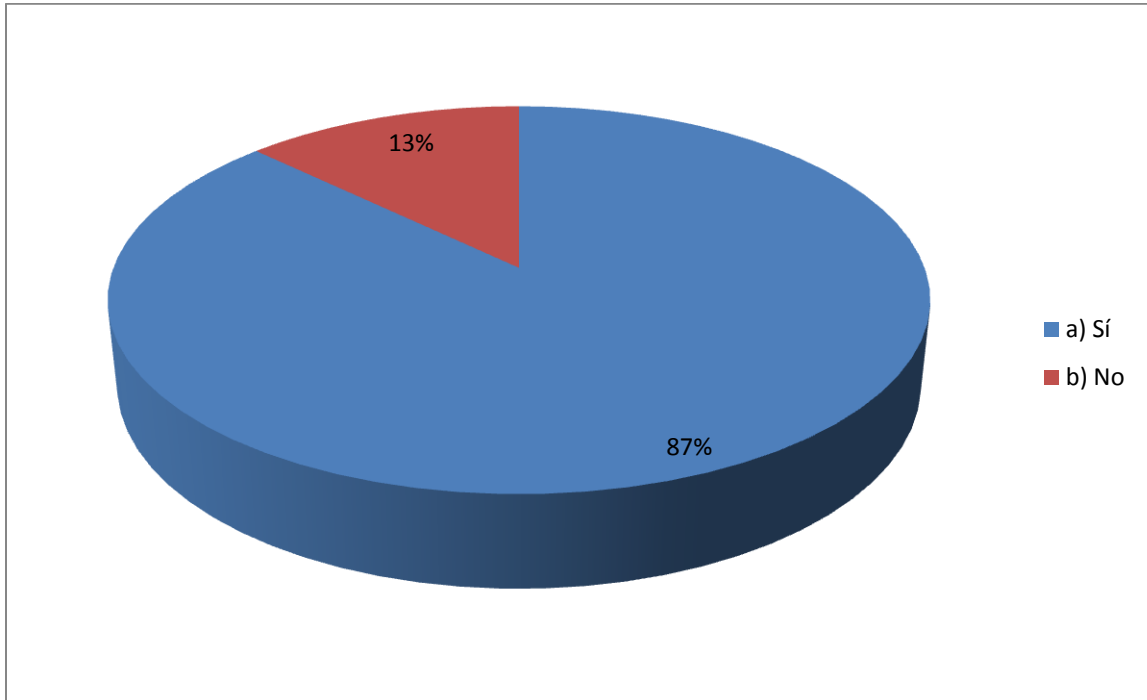
24. ¿Has sido víctima de alguna agresión por medio de Hi5? (Indica de que tipo)



A pesar de que una mayoría de los encuestados tiene sus dudas respecto al uso de las redes para fines delictivos, el 87% no ha sido víctima de ninguna agresión, mientras que el 6% ha sido extorsionado por medio de hi5, el 1% fue secuestrado, y el 3% acosado, este es el caso de Ana quien asegura haber eliminado una vez su perfil en Hi5 por el acoso de una mujer, quien era ex novia de su actual pareja “...era insoportable, siempre me escribía cosas tontas y ofensas, luego la eliminaba y entraba con otra cuenta, o sea mínimo creó como cuatro *his* diferentes solo para molestarte”¹⁴⁰. Por último, 3% ha vivido otro tipo de agresión, tales como amenazas u ofensas, en el capítulo dos se exponen diferentes casos de este tipo de agresiones.

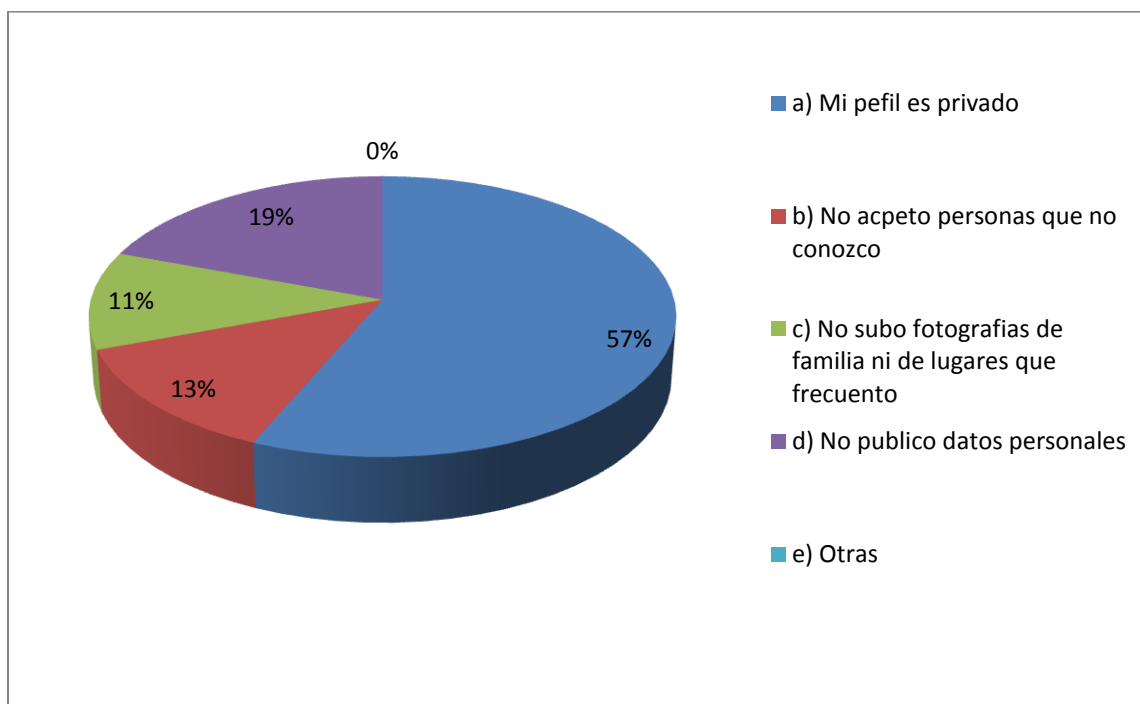
¹⁴⁰ Entrevista Ana

25. ¿Tienes alguna precaución a la hora de publicar información personal en Hi5?



Para evitar este tipo de percances, el 87% de los miembros de la comunidad universitaria sí toma precauciones antes de publicar información personal en Hi5 mientras que el 13% no tiene ningún tipo de cuidado a la hora de exponer tanto imágenes como contenido personal en el perfil.

26. ¿Qué medida de precaución tomas en tu perfil Hi5?



La medida de precaución más tomada en Hi5 es mantener el perfil privado, seleccionando solo a las personas que pueden ver el sitio; así pues, un 13% no acepta como amigos a personas que no conoce, así sucede con Juan quien restringe el acceso al sitio.

El 11% no sube fotografías de familia ni lugares que frecuenta, o bien se reflexiona como lo explica a continuación Pedro: “Cuando publico cualquier cosa, lo hago a sabiendas de que podrá ser visualizada por una cantidad enorme de gente y, con base en eso, reflexiono hasta qué punto puedo exponerme”¹⁴¹.

Asimismo, el 19% no publica ningún dato personal, así lo afirma Martha “No publico teléfono, celular ni dirección, ni apellidos nada más publico lo que es

¹⁴¹ Entrevista Pedro

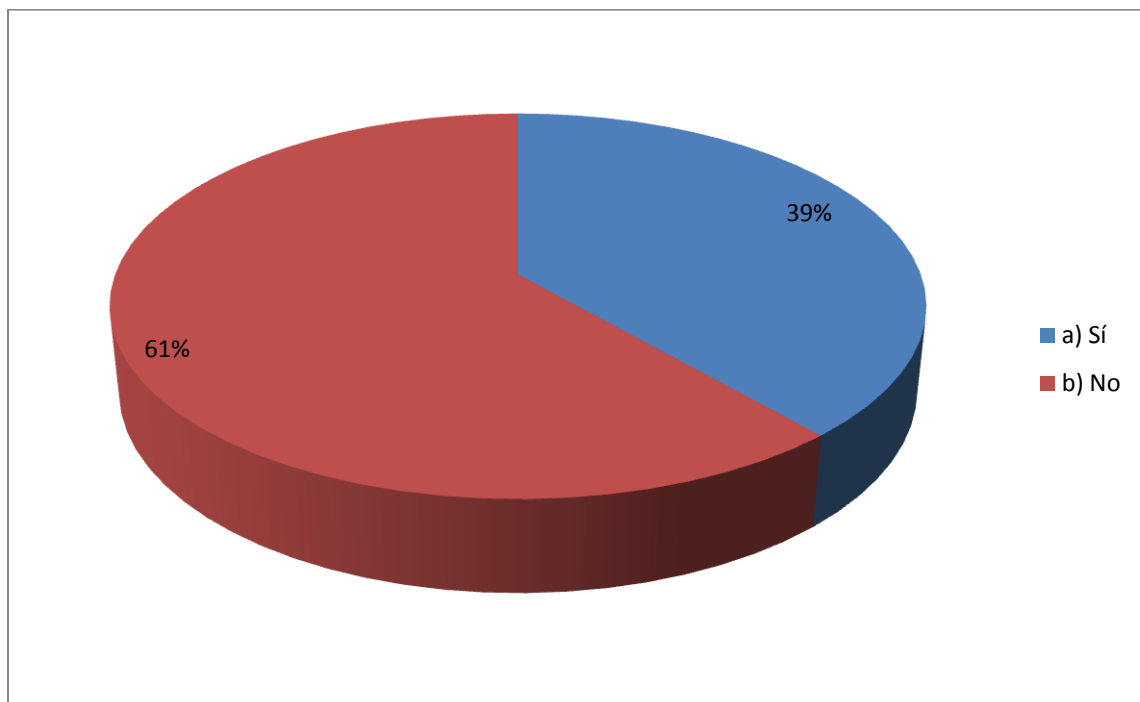
distrito federal no digo ni siquiera la delegación¹⁴²”, esta misma medida de precaución es tomada por Alicia, quien hace un comentario muy axiomático: “No pongo datos en cuestión de teléfono o dirección, nada más mi estado civil y mi edad [...] porque no es relevante para las personas que son realmente mis amigos, pues no les importa porque ya saben dónde vives”¹⁴³.

Por último el 0% toma otro tipo de medida precautoria, tales como no subir fotografías o estar en hi5 con poca o nula actividad cibernética.

¹⁴² Entrevista Martha

¹⁴³ Entrevista Alicia

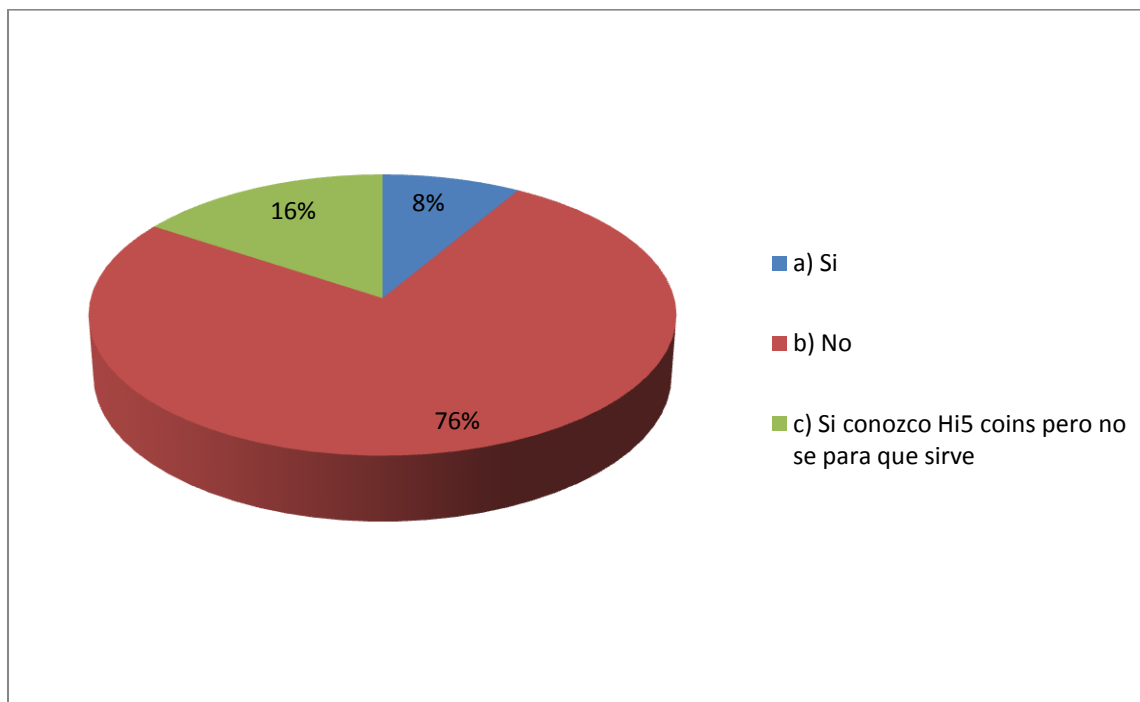
27. ¿Pertenece a alguna comunidad Hi5?



Las comunidades virtuales son grupos que forman los usuarios de las redes sociales en las redes sociales, éstos a su vez están unidos por un fin común tales como música, cine, causas sociales u otras; aquí se comparte tanto fotografías como ideologías capaces de ser masificadas, tal es el caso de la comunidad “anti-emo” dada en Querétaro; por medio de estas comunidades se logró hacer una marcha en contra de la tribu urbana llamada “emo”, por mencionar un ejemplo.

Ahora bien, 39% de los estudiantes universitarios pertenece a una comunidad Hi5, como en el caso de Alicia que pertenece a la comunidad de su facultad, o bien Ana que pertenece a la comunidad de una banda de rock. Por último, el 61% de los alumnos en Ciudad Universitaria no es miembro de ninguna comunidad virtual.

28. ¿Conoces el sistema Hi5 Coins y para qué sirve?

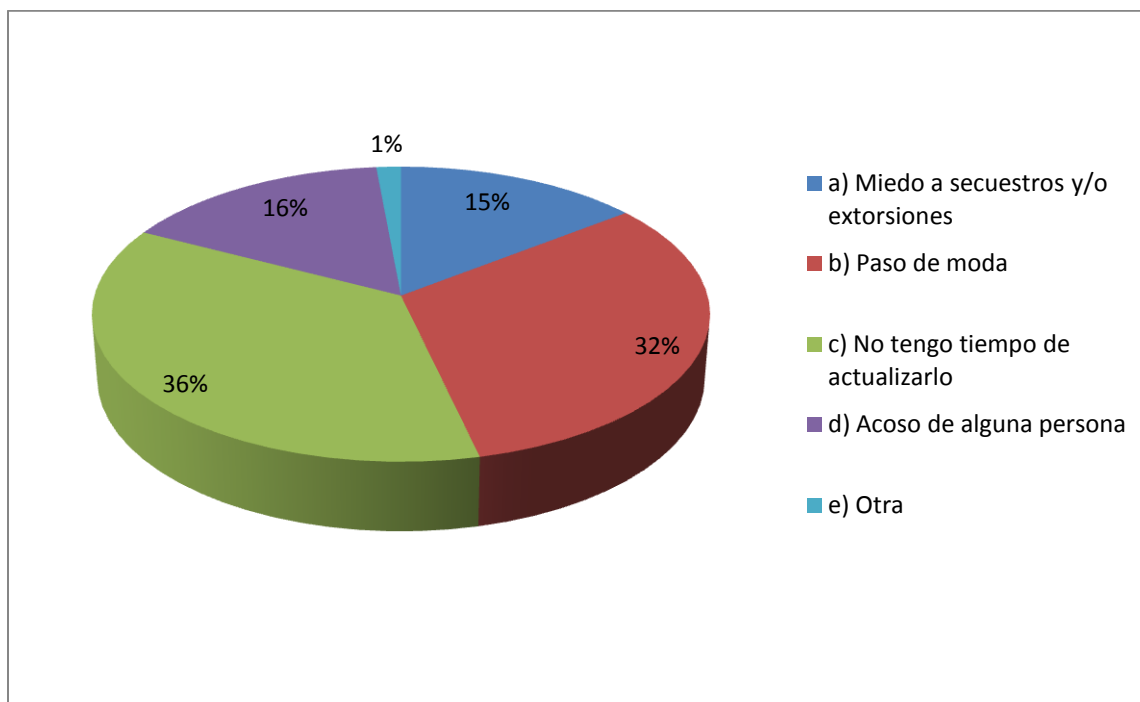


El sistema Hi5 coins es un servicio muy poco conocido de esta red social, ya que el 76% no lo conoce, en contraste, hay un 8% que si lo conoce, este es el caso de Pedro quien afirma lo siguiente: “Lo conozco superficialmente. Por lo que entiendo, se trata de enviar regalos virtuales a los contactos, adquiriéndolos con dinero real”¹⁴⁴. Asimismo, un 16% lo conoce pero no sabe para qué sirve, esta situación se logra ilustrar con el comentario de Alicia quien asegura conocerlo pero no haber entrado ahí jamás pues lo confundía con un virus informático. Esta función de Hi5 es poco utilizada por los universitarios, una razón muy probable del desuso y desconocimiento de Hi5 coins se debe al costo y manejo de dinero real, ante esto Ana expone: “Es algo que se paga y pues la verdad no voy a dar dinero por dibujitos electrónicos cuando puedo hacer uno yo y subirlo gratis”¹⁴⁵.

¹⁴⁴ Entrevista Pedro

¹⁴⁵ Entrevista Ana

29. Si existiera una razón por la cual eliminaras tu perfil en Hi5 ¿Cuál sería esa causa?



Hay veces en que el perfil ya no satisface al usuario o tiene nuevas razones para abandonarlo, siendo así el 36% lo borraría porque ya no tiene tiempo de actualizarlo, esto fundamenta la noción de que es menester actualizarlo de otra manera no tendría caso contar con un perfil en determinada red social.

El 32% dejaría Hi5 ya que “paso de moda”. En las palabras de Pedro quien no cree eliminarlo “pero la razón más poderosa para hacerlo sería quizá una ausencia absoluta de novedades sobre mis amistades”¹⁴⁶. El 15% por miedo a secuestros y/o extorsiones, tal es el caso de Juan “yo lo borraría si se continuara dando eso

¹⁴⁶ Entrevista Pedro

de las extorsiones”¹⁴⁷. El 16% por el acoso de alguna persona, tal como le sucedió una vez a Ana.

Mientras que el 1% necesita una razón diferente, como lo dicen Martha y Alicia, la primera lo borraría porque desea mantenerse en el anonimato y la segunda porque su novio se lo pidiera.

Existen diversos motivos para eliminarlos, pero también para continuarlos, lo principal es la causa que lo mueve, es decir, la sociabilización; por ende, la mejor red social es aquella que logra reunir mayor número de seguidores.

¹⁴⁷ Entrevista Juan

CONCLUSIONES

Hoy en día las redes sociales fungen un papel importantísimo en la interacción social, ya que permite un alcance mucho más grande de conocimientos, ya no se tiene de amigo solo a un vecino o compañero escolar, si no también se puede volver amigo una persona de Egipto o Japón; las distancias se acortan de una manera extraordinaria, así pues es aquí donde la imaginación de Sherlock Holmes cobra vida al escribir que algún día todas las personas del mundo estarían comunicadas por medio de cables, permitiendo de esta forma ya salir de casa.

116

De ésta manera hace aparición el internet, el cual crea la web 1.0 y después la 2.0 que tiene de rubro a las redes sociales, todo esto se refiere al campo de la comunicación el cual durante años ha sido estudiado de manera cuidadosa, arrojando diversas hipótesis y una de las más importantes es aquella que rompe con el concepto lineal de comunicación, esta es llamada la teoría de los usos y gratificaciones.

Así pues, esta teoría se basa en los medios masivos de comunicación, sin embargo, ahora se enfoca a un medio mucho más multitudinario como lo es internet, medio capaz de reunir las tres características indispensables de los medios convencionales: prensa (texto), radio (audio) y televisión (video); permitiendo de esta forma que el usuario sea espectador y creador al mismo tiempo, pues realiza su propio contenido dirigido a un micro segmento, ya que estos tienen gustos tan bien definidos que un medio masivo se encuentra incapaz de satisfacer.

Y es que en esta sociedad de la información esa sed de conocimiento rebasa el mundo, la ciencia, la tecnología; por tal motivo, la creación de diversos materiales informativos debe ser acelerada, para solucionarlo esta misma sociedad se enfoca

más a lo personal a las ideas no de la masa sino del usuario, justo como los estudiosos de usos y gratificaciones que dejan de lado al público enfocándose al espectador; a esa única persona que selecciona que ver pero de una manera más profunda puesto que ahora esa persona no solo elige que ver sino genera dichos contenidos.

Por lo anterior, este trabajo de investigación propone un nuevo enfoque de la teoría de los usos y gratificaciones, basado en la noción de “enfoque” propuesto por Moragas, quien lo refiere como la manera de “explicar algo sobre la forma en que las personas utilizan la comunicación, entre otros recursos de su ambiente, para satisfacer sus necesidades y para conseguir sus objetivos, y lo hace preguntando a esas personas”.

Con base en lo anterior, queda lograda la noción del nuevo enfoque en la teoría de los usos y gratificaciones pues con este estudio se explican las necesidades, usos y las posibles respuestas gratificantes que se adquieren; por medio de encuestas y testimonios que apelan al raciocinio del espectador, agregando materiales más exactos para la sustentación de lo dicho.

Ahora bien se pueden discernir de exitosa manera, las necesidades, usos y gratificaciones que se obtienen a través de las redes sociales. Por tanto, las necesidades que motivan el uso de estos sitios se colocan, en los últimos tres eslabones de la pirámide propuesta por Maslow, es decir, recaen en la necesidad de socialización, estima y autorrealización.

Por el lado de la socialización, este contenido de la web 2.0 tiene su pilar, pues no solo la satisface sino que la expande haciéndolo interactuar con gente de otra localidad, mientras que para las necesidades de estima satisface los rubros de autoestima pues el simple hecho de publicar fotos habla de una seguridad a la

exposición frente a otros; y obviamente, refuerza los sentimientos de amistad y afecto de otros individuos hacia uno.

Por último, surgen las necesidades de autorrealización, la cual “es la tendencia a desarrollar al máximo todas las capacidades o posibilidades; es el deseo de llegar a ser lo que uno es” y es que Hi5 permite realizar una construcción ideal de la persona que lo publica, de esta forma expone lo que en realidad es maquillando algunos aspectos para construirse una imagen ideal de sí mismo.

Ahora bien, los usos que se hacen de estas redes recaen en la transferencia de mensajes multimedia, pues a través de ellos se abre un canal de mayor interacción; por otro lado, el intercambio de material audiovisual por este medio permite archivar una gran cantidad de datos, asegurando de cierta manera información importante para el individuo como tal.

Asimismo se usa como generador de información personal altamente interesante para un grupo social determinado, a manera de analogía, esta situación remite a la lectura de una nota periodística, la cual proporciona información de índole social, por ejemplo, el último acontecimiento importante del actor de moda; en las redes sociales sucede lo mismo pero el actor de moda se reemplaza por una persona común y que es interesante para un micro segmento.

Dicho de otra forma, la vida en las redes sociales es como una revista o un periódico donde el usuario publica y consume, al mismo tiempo, información específica, la mayoría de las veces en cuestión de entretenimiento, no obstante cierto tipo de datos se pueden convertir en la noticia de primera plana, por las fotos publicadas en diversas situaciones o por conversaciones, por mencionar algunos, tan banales que solo le importa a ese pequeño grupo que se conoce entre sí, pero lo hace tan grande porque no se trata solo de uno si no de varios unidos por uno.

Lo más relevante sobre el nuevo enfoque de los usos y gratificaciones es que permite refutar algunas críticas dadas a esta teoría, entre las que destacan la participación altamente activa del usuario, pues si bien es cierto que es utilizado como un pasatiempo, también lo es que conlleva una actividad racional a la hora de publicar datos pues para lograrlo previamente se realiza una selección de acuerdo a lo que se requiera expresar, es decir, el usuario es más racional cuando esta bajo el papel de emisor.

Sin embargo, para cuando es receptor también es lo suficientemente activo para elegir que perfiles visitar, dependiendo de los intereses que tenga y de las gratificaciones posibles a obtener. De esta manera, es irrefutable la concepción de un usuario totalmente activo en las redes sociales, pues a su vez depende este que se realice o no un acto comunicativo, ya que el puede controlar el acceso, por medio de candados para una mejor privacidad, de sus destinatarios. Asimismo, cuando se establece el vínculo de la comunicación este mismo exige y atiende exigencias por parte de otros consumidores para lograr una situación comunicativa exitosa y agradable.

Por otro lado, las redes sociales adquieren una base mucho más sólida en el territorio de los usos y gratificaciones cuando se prueba el tono individualista de este estudio, pues como se mencionó anteriormente, es en este campo donde se rompe la masa y se convierte en usuario, es justo aquí donde la única persona encargada de los contenidos en cuanto a publicación y consumo es sí misma.

Ahora bien, cabe destacar que el usuario satisface muchas necesidades a través del uso de estos sitios, no obstante, no lo considera como la única fuente y todavía es más importante la comunicación personal real que la comunicación virtual, es más bien un complemento de esta la cual permite acortar distancias.

Por tal motivo, los usos y gratificaciones que se le da a la red social Hi5 recaen en el individualismo fomentado hoy en día, que produce en el humano ese intento descontrolado de sociabilización en un espacio donde no hay barreras geográficas o raciales, ahí no existen los blancos, negros o amarillos; tampoco se necesita de un pasaporte para viajar a otro país pues aquí solo basa con un click para ver todos los colores e imágenes, leer todas las letras y escuchar toda la música, pues Hi5 habla un idioma universal pues es aquí donde nace la posibilidad de ser amigo del mundo.

Por último, es menester aclarar que la presente tesis permite seguir siendo investigado, quizá para que en un futuro se pueda obtener un grado de maestría, pues un suceso bastante curioso se presentó al inicio de la investigación, cuando Hi5 era la primera red social más visitada en México siendo la tercera en el mundo; y ya para principios del 2010 había sido desbancada, no solo Hi5 sino también otras redes sociales como MySpace que incluso ocasionaron el cierre de las oficinas en México. El fenómeno se llama Facebook y Twitter, los cuales se encuentran actualmente muy por arriba de los sitios antes mencionados, llegando a ser las páginas de internet más visitadas de México y el mundo.

BIBLIOGRAFÍA

ALONSO GARCÍA DEL BUSTO, José Manuel y Barreiro López Ramón, “Ocio Digital”, Alfaomega, México, 2008, 164p.

BRIGGS, Asa; **BURKE**, Peter, “De Gutenberg a Internet”, Taurus, Madrid 2002, 425p.

BAENA PAZ, Guillermina, “Instrumentos de investigación (manual para elaborar trabajos de investigación y tesis profesionales), UNAM, México, 1979.

BUSTAMANTE; Enrique, “Redes sociales y comunidades virtuales en internet”, Alfa Omega, México 2008.

CASTELLS, Manuel, “La Galaxia Internet”, Arete, Barcelona 2001, 316p.

CASTELLS, Manuel, “La Era de la Información: La Sociedad Red” V.1, Siglo XXI Editores, México 1998, 495 p.

CARAMON ARANA, Cristina, “Investigación documental: La ficha de investigación”, Edicol, México.

CHAMORRO MARIN, Rafael, “Blogs”, Alfaomega, México, 2008, 144p.

COBO, Cristóbal y Pardo, Hugo, “Planeta Web 2.0: inteligencia colectiva o medios fast food”, Flacso México, Barcelona y DF, 2007.

DE FLEUR, Melvin Lawrence, “Teorías de la Comunicación de Masas”, Paidós, México, 1994, 463p.

DE MORAGAS, Miguel, “Teorías de la Comunicación”, Gili, Barcelona, 1984, 362p.

DE MORAGAS, Miguel, “Sociología de la comunicación de masas; Estructura, funciones y efectos”, 3ª ed., Ediciones G. Gili, México.

DE URGARTE, David, “El poder de las redes”, Océano Ediciones El Cobre, 2008.

ECO, Umberto, “Como se hace una tesis: técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura. Gedisa, Barcelona, 2001, 233p.

HERNANDEZ, Francesa “Psicología, Sociología y Psiquiatría”, Taidé, Barcelona, 1982.

HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto “Metodología de la Investigación”, McGraw-Hill Interamericana, México, 2006, 850p.

MCQUAIL, Denis, “Introducción a la teoría de la comunicación de masas”, Paidós, México.

MCQUAIL, Denis, “Sociología de los medios masivos de comunicación”, 3ª ed., Paidós, Argentina.

MENÉNDEZ GÓMEZ, Patricia Isabel “Revista para dar a conocer el Instituto Poblano de la Mujer”, Tesis, UDLAP, México, Abril 2004.

MONTESINOS RAMÍREZ, Melissa “La televisión como escuela paralela a la institución educativa: usos y gratificaciones que los niños en edad escolar, obtienen actualmente de los contenidos de ambas instituciones”, Tesis, UDLAP, México, Diciembre 2005.

NOSNIK, A “El desarrollo de la comunicación social: un enfoque metodológico” 1ª Ed, Trillas, México.

PAZ PELLAT, Marco Antonio, “Redes Sociales: La Nueva Oportunidad”, INFOTEC-CONACYT, México, 2009, 216p.

PISCITELLI, Alejandro, “Ciberculturas 2.0: En la era de las máquinas inteligentes”, Paidós, 2002.

SANCHEZ DEL CARPIO, Francisco “Técnicas de Investigación Documental”, UNAM, México, 1985, 231p.

SILBERMAN, García Sarah y **RAMOS**, Lira Luciana, “Medios de comunicación y violencia”, Fondo de cultura económica, reimpresión, México, 2000, 517p.

TREJO DELARBRE, Raúl, “Viviendo en el Aleph: La sociedad de la información y sus laberintos”, Gedisa, España, 2006, 249p.

URRESTI, Marcelo, “Ciberculturas juveniles: los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era de Internet”, Paidós, 2002.

WOLF, Mauro, “La investigación de la comunicación de masas”, Paidós, España.

ANEXOS

ANEXO 1

MARTHA

23 AÑOS

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

1. ¿Por qué medio te conectas a Internet?

Por banda ancha de mi casa.

2. ¿Cuántas horas al día pasas en Internet?

¡Uthaaa!... Ahorita que estoy desempleada muchas (*¿Cómo cuantas?*) fácil como unas 6, 7... 8 (*¿Al día?*) Aja... (*Pero así una cifra...*) Pues 8.

3. ¿De cada hora que pasas en Internet cuanto tiempo destinas al uso de redes sociales?

Casi la mayoría como unas 6 horas, porque tengo mi granjita (*¿Pero en Hi5?*) Ahorita en Hi5 ya no mucho pero cuando empecé a utilizar Hi5 si era bastante pero era más para subir fotos y ver así de amigos muy cercanos.

4. De manera alterna a Hi5 ¿Tienes perfil en alguna red social?

Si, en Facebook, antes tenía en Myspace pero lo cerré, en Metroflog pero ya casi no lo utilizo pero ahorita lo que más utilizo es Facebook... y Twitter lo saqué pero tampoco me gustó y lo dejé.

5. ¿Cuánto tiempo tienes con tu perfil en Hi5?

Como unos tres años.

6. ¿Qué te motivo a abrir un perfil en Hi5?

Creo que me llegó alguna vez una invitación por mi correo y yo dije ¡Ah vamos a ver, vamos a probar esto! Y ya empecé a sacarlo, me empezó a gustar porque antes estaba muy padre, me empezó a gustar así de ver los estados de todos los amigos y luego que empecé a encontrar amigos míos de la escuela que hace mucho no veía entonces así lo empecé a sacar poco a poquito y ya después lo llené, lo tapice de fotos.

7. ¿Para qué usas Hi5?

Para que uso... para el chisme (risas). Yo pienso que usar esas redes sociales es como ser este... personas públicas pero a la vez eres personal normal ¿No? O sea pero que se

den cuenta todos lo que está pasando con tu vida; una manera de expresarte a los demás de sentir que estas siendo escuchada y vista, porque para el ser humano es muy necesario ser escuchado y visto.

8. ¿Qué motivo tienes para subir fotografías a Hi5?

Me gusta subir de todo, me gusta subir cosas que se me hacen chistosas, fotos de mi familia, haz de cuenta que también lo utilizo como un álbum familiar, en vez de imprimir las fotos mejor ahí las guardo. Me gusta que la gente conozca de mi, porque así como me muestro así me gusta ser, no me gusta andar así con hipocresías ni mentiras; aunque también si da un poco de miedo por todos los asaltos y secuestros y todas esas cosas pero me gusta subir fotos de mi familia, fotos de mi ya sabes en la pose sexy y todo eso, así como para que te levante tu ego, el narcisismo y todo eso, si sin duda me gusta subir fotos.

9. De cada 50 amigos agregados al perfil ¿Con cuántos mantienes un contacto cercano real?

¡Uyyy! Como con unos 10... (¿Por qué no con más?) Porque luego me mandan invitación y yo ¡Ahh si! No le pongo mucha atención, antes si, antes si agregaba así a lo menso, ya después ya casi no me metía al internet pero ahora que ya regresé al internet por el desempleo si soy como que elitista, como que ya no meto a gente fea (risas), antes si decía ¡Ahh que tal este chavo es simpático! o algo ¿No? pero ahora con que me guste el físico, ya me volví superficial.

10. ¿Qué necesidades satisface Hi5 en tu vida personal?

Nada más distraerme, distraerme, me gusta mucho Hi5, me gusta más en el aspecto que es más visual que Facebook, porque Facebook es más de letras ¿No? Mas de test y todo eso es lo me gusta por el lado así intelectual, así como para echar el chisme no pero Hi5 me gusta más el lado visual y tiene más colores pero...¿Cuál fue la pregunta? (Risas) Este... no se me gusta arreglarlo así con varios colores y mantenerme en contacto con mis amigos que hace mucho no veo, por ejemplo, los del Harmon Hall, porque yo estudié en un Harmon Hall, entonces así me entero de sus vidas porque luego ellos no tienen tiempo o cuando ellos pueden yo no puedo, entonces es así, como que aunque no los veas en persona pero sabes que ahí están y están bien, ya pasa cualquier cosa te das cuenta porque no se conectó fulanito o algo así y empiezas a investigar o luego les hablo y ya veo que están bien y ya, todo sigue bien.

11. ¿De qué manera repercute Hi5 en tu vida social?

¡Híjole! He conocido gente, a ver por hi5 no... o ¿Sí? Sí, alguna vez conocí un chico fuimos como novios dos semanas, me gustaba mucho ese chico pero no se dio más o sea si ha repercutido porque he conocido a gente por medio de hi5 y resulta chistoso porque la gente que conozco en persona por internet cambia o es más cariñosa o más fría dependiendo y siento que llego a conocer mejor a mis amigos que conozco en persona por hi5 porque ahí expresan sus sentimientos, por ejemplo, no se... luego se me puede hacer alguien bien maduro que nunca dice nada y ahí por hi5 pone como que "la vida es

una ya sabes que” o “estoy súper feliz” o no sé se muestran tal y como son; como que todos se dan permiso de poner tontería y media incluso tengo un maestro así que yo creía ¡Uyy! bien serio, bien culto, acá, si es culto el señor pero parece como niño chiquito porque no más se la pasa publicando fotos de futbol y que “mi equipo quien sabe” o sea como si fuera niño chiquito y te das cuenta, como que ya no los idealizas tanto sino que dices “¡Ayy! tiene aficiones y parece niño”, como tú, aunque ya tengan su doctorado u otra cosa.

12. ¿Qué tipo de vínculo personal has descubierto y transferido de lo virtual a lo real por medio de Hi5?

Pues lo que te decía de tener novio ¿No? Pues ahí conocí a dos, ¡Sí!, dos chavos y si da miedo, a mi si me da miedo o sea te pueden decir mil cosas pero pues si me latía conocerlos y uno fue muy grata la experiencia y el otro no tanta (*¿Por qué?*) el otro no tanta... ¿Realmente quieres q te diga? (*Pues como tú quieras*) porque no besaba bien (risas), (pero ¿Solo pareja has transferido?) ¡Ahh no! también amigos, tengo un amigo que es de puebla y ya tiene como cuatro años que lo conozco pero nada más nos hemos visto como dos veces en persona pero él sabe muchas cosas que otras personas no saben de mi, o sea, como que nos volvimos almas gemelas en contarnos nuestros gustos, miedos, fobias y pasiones por la vida.

13. Además del contacto personal ¿Qué te atrae más de Hi5?

Como te había dicho los colores, soy muy visual me encanta tomar fotos de todo y subir fotos; soy muy narcisista, me encanta tomar fotos así en la pose y que ahora con el pelo rubio, ahora con el cabello rojo, y así varias cosas. Y también, antes había una mascotita y así juegos pero ahora ya no están ¡Ahhh! lo que me gustaba mucho eran los fives, así de que ¡Ayy! flechaste mi corazón o de superhéroe o de diva o de supermodelo y también lo que me gustaba era cuando subías a que artistas te pareces, de esas cosas que pones en los cuadros (*¿En las aplicaciones?*) ajá las aplicaciones.

14. En comparación con la vida real, ¿Qué sentimiento te remite al visitar el perfil Hi5 de un amigo?

Mira con las personas que yo veía bien serias, como te decía con este maestro, me he dado cuenta que ahh están bien inmaduros no como que cosas ponen y con las personas que yo veía bien frías secas así como que mostraban su lado tierno y eran tiernas así como romanticonas pero hubo un obispo de una capilla de la capilla donde yo iba porque yo antes, bueno soy mormona pero ya no lo práctico y así bien recto y lo que tú quieras este obispo pero me doy cuenta por hi5 que se la pasa chuleando a todas sus amigas y está casado y así como q cae de tu gracia así de Arggg ¡Qué horror! Donde era tu ideal ahora se la pasa ahí de coqueto con las chavas en Hi5. (Y ese sentimiento te remite o como que ambiente te encuentras) es que es un arma de dos filos ponle que la persona esté siendo quien realmente como es o este mintiendo sea su máscara, entonces me siento como es su cuarto ideal ¿No? Y que me sesta mostrando sus posters así con sus fotos y su aplicaciones, sus gustos que color pintaría su cuarto tal vez o de qué color está pintando ya que unos lo tienen negro otros rojos, entonces así siento que entro a un

espacio muy personal de ellos y que están utilizando varias cosas de ellos que están sacando.

15. ¿Te ha generado Hi5 algún problema de tipo personal en la vida real?

(Risas) Ayy dios que si me lo ha generado, sí, con mi ex novio tuvimos varias broncas porque agregaba varias viejas así... perdón, a mujeres así en bikini, semidesnudas, de esas como prostitutas, entonces si me enojaba porque a mí cuando me llegaban varias invitaciones de amigos yo no agregaba y él sí.

16. ¿A qué le atribuyes, principalmente, dicho problema?

A todo, porque también era coqueto y mandaba comentarios de “Que guapa te vez fulanita de tal” y yo así como “que andas diciéndole a poco yo le estoy diciendo un amigo que esta guapo” a las fotos porque agregaba te digo a mujeres así semidesnudas así voluptuosas entonces si es muy visual el espacio se puede prestar para muchas cosas depende de las manos en quien caiga puede ser tanto para cosas buenas como para cosas malas también como los sitios pornográficos y todo eso pues si ahí cae de mi gracia pero para cosas como fomentar la amistad lejana o conocer gente nueva pues yo si estoy de acuerdo.

17. ¿Con quién has tenido esos problemas?

Con mi ex... (Risas)

18. ¿Qué opinas del uso político que se le da a la red social?

Ahh si es cierto pues apenas acabo de agregar a Peña Nieto ahora que me acuerdo pero no me ha constado la invitación, nada más lo agregue porque esta guapo porque me caen re gordos todos los políticos, no sé yo pienso que pues que es un lugar muy cómo se diría que... es así como que le dieron al grano de llegarle a los jóvenes por esos sitios, porque muchas de las personas que se la pasan en internet no ven tele y también conozco a muchos amigos que son así y yo también, de que estamos mejor en internet en nuestros ratos libres que en la televisión y entonces siempre buscan la manera ellos de llegar no al publico a la gente y siempre toda la publicidad tanto política como comercial está llegando por todas partes y pues estamos siendo invadidos y peor pues por algo tienen que ganar esos sitios (como lo consideras bueno malo) no lo considero ni bueno ni malo ellos lo hacen porque quieren adeptos no? pero si es molesto para nosotros para el público Al menos para mí si porque luego te salen los spots publicitarios y todo eso y hasta te alentan la maquina y lo que quieres hacer luego luego es darle al tachesito para que ya se cierren esas cosas, etnoncoes bueno o malo no lo considero me mantengo imparcial.

19. ¿Con que frecuencia consideras las redes sociales se utilizan para secuestros y/o extorsiones?

Pues estaban diciendo que en las noticias que se utilizan mucho que así empiezan a conocer a las personas yo por eso también tuve broncas con mi ex porque publicaba su teléfono, su dirección, apellidos y todo y yo casi nunca pongo mi apellido, entonces, si se presta mucho porque no sabes ni a que gente agregas y nada más ponen una foto quien te dice que si realmente es esa persona o alguna vez cree un perfil falso (risas) y todos los casos ya sabes así queriéndome agregar (porque lo creaste) ahh por otro exnovio, fue un exnovio que el lo conocí en otra parte no en hi5 pero si en un jueguito de yahoo, me acuerdo que quería vigilar su vida pero...no me acuerdo exactamente creo lo quería probar no me acuerdo si ya habíamos terminado, no, no habíamos terminado, lo quería probar para ver si así me coqueteaba no? cosas tontas que ya no volví a hacer (risas).

20. ¿Has sido víctima de algún tipo de agresión por medio de Hi5?

No, gracias a dios no.

21. ¿Tienes alguna precaución a la hora de publicar información personal en Hi5?

Sí.

22. ¿Qué medida de precaución tomas en tu perfil Hi5?

No publico teléfono, celular ni dirección ni edad (risas) ni apellidos nada más publico lo que es distrito federal no digo ni siquiera la delegación.

23. ¿Pertenece a alguna comunidad Hi5?

Creo que me había metido a uno de pintura, por un amigo que me dijo que me metiera porque estaba bueno.

24. ¿Conoces el sistema Hi5 Coins y para qué sirve?

Hi5 Coins, no, es de la muñequita del avatar (no, ese es el avatar) no fijate que no ni quise buscarle.

25. Si existiera una razón por la cual eliminaras tu perfil en Hi5 ¿Cuál sería esa causa?

Porque ya no quiero que vean mis cosas, quiero mantenerme totalmente en el anonimato. Que ya no esté gente de mi pasado viendo que es lo que está pasando con mi vida ni yo estar fijándome tampoco en gente nociva que haya sufrido algún acoso sexual o algo así o extorsión económica no sé, por esas razones lo quitaría.

ANEXO 2

ALICIA

21 AÑOS

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

130

1. ¿Por qué medio te conectas a Internet?

Me conecto a internet por medio de una red inalámbrica de banda ancha en mi casa

2. ¿Cuántas horas al día pasas en Internet?

En un día normal que no voy a la escuela, que no hago nada unas 5 horas, y cuando tengo muchas cosas que hacer como 2 horas y media.

3. ¿De cada hora que pasas en Internet cuanto tiempo destinas al uso de redes sociales?

¡Uyy no! pues todas (como hi5, facebook, myspace) ¿Messenger también? (No, Messenger no es una red social, pero lo espacios de live Messenger son redes sociales)
¡Ah ok! entonces yo creo que unas 4 horas

4. De manera alterna a Hi5 ¿Tienes perfil en alguna red social?

Este... no, nada más Hi5 (...ni twitter, ni facebook) No, solo Hi5.

5. ¿Cuánto tiempo tienes con tu perfil en Hi5?

Como...dos años aproximadamente o un año y medio al menos.

6. ¿Qué te motivo a abrir un perfil en Hi5?

De que me mandaban muchas invitaciones y de que todos mis amigos me decían que subiera fotos y que estaba muy padre. Entonces dije ¡Ay bueno voy a ver que está! Y entonces ya lo abrí y vi que estaba muy padre y empecé a subir mis fotos y después ya me volví adicta y ya no lo puedo dejar (risas)

7. ¿Para qué usas Hi5?

Para enseñarle a los amigos mis fotos de los viajes que he hecho con ellos, para compartirles lo que hago, mis intereses, este... porque luego me dejan comentarios que a veces no me pueden enviar, por ejemplo no me pueden dejar mensajes de texto en

celular y me los dejan en hi5, como diario lo checo pues es más fácil que les conteste por ahí.

8. De cada 100 amigos agregados al perfil ¿Con cuántos mantienes un contacto cercano real?

Un cercano real... yo creo que unos 30, (te llevas con todos ellos) Si que les hablo más, o sea que no solo en Hi5 nos vemos si no que nos vemos en la vida real (o sea que si eres muy amiguera) Aja, ¡sí! (risas)

9. ¿Qué necesidades satisface Hi5 en tu vida personal?

Pues de comunicación, pues ahí me comunico fácilmente con todos mis amigos y es más fácil que vean como estoy, que estoy haciendo o me pueden dejar algún mensaje sin que tengan algún costo. ¿No?

10. ¿De qué manera repercute Hi5 en tu vida social?

Pues no, no repercute, bueno a veces que paso mucho tiempo ahí, (risa) pero no, no repercute en nada, creo que hasta me involucra más por que se como están mis amigos (pero en tu vida personal ¿Sí?) en mi vida personal... no porque a veces no tengo nada que hacer y ahí ocupo el tiempo perdido.

11. ¿Qué tipo de vínculo personal has descubierto y transferido de lo virtual a lo real por medio de Hi5?

He descubierto, pues la relación con mi novio, se hizo como más cursi (risas) porque me dejaba así comentarios con videos, canciones o algún poema, o... de repente conocí a varias personas de mi escuela por medio de ahí que no las conocía.

12. Además del contacto personal ¿Qué te atrae más de Hi5?

Que puedes ponerle diseños que tu quieras, que aparte le puedes poner un slide, le puedes poner música y las personas pueden ver cómo eres no solo con lo escribes sino con lo que le ponen ¿No? Y... pues que vez los diseños de las personas que también lo tienen y puedes saber un poquito más de ellas, y hasta a veces con su estado de ánimo sabes que les paso a veces ponen ahí "ay estoy triste" y ya puedes saber que le paso (risas).

13. En comparación con la vida real, ¿Qué sentimiento te remite al visitar el perfil Hi5 de un amigo?

Pues si es un amigo que frecuento, pues me gusta porque veo a donde ha ido que ha hecho y si es un amigo que nunca veo pues también puedo ver que es lo que ha pasado con él.

14. ¿Te ha generado Hi5 algún problema de tipo personal en la vida real?

En la vida real... pues sí, uno (risas), (tu cuéntanos) que un día abrí mi hi5 frente a mi novio y entonces me habían dejado un mensaje otro chico, no decía nada malo, pero ese chico le caía mal a mi novio y él me dijo ¡ayy por que te deja eso! Entonces tuve que eliminar a ese amigo pero o sea si fue un problema real.

15. ¿A qué le atribuyes, principalmente, dicho problema?

(risas) a los comentarios... y al agregar a personas que no tenia que agregar, incluso en la parte de hi5 hay una parte donde puedes bloquear mensajes y por seguridad puedes hacer eso, en vez de que todos tus mensajes entren directos.

16. ¿Qué opinas del uso político que se le da a la red social?

Pues yo veo que... en la política no hablan de eso o ¿Sí?... bueno en la televisión si, de que varias personas por ejemplo twitter lo tiene políticos (bueno me refiero que las redes sociales hablan de temas políticos o la usan políticos como propaganda) ¡ahh! ¡Ok! pues no que flojera meterte a un Hi5 de política, no me gusta eso.

17. ¿Con que frecuencia consideras las redes sociales se utilizan para secuestros y/o extorsiones?

Pues he escuchado eso solamente en la tele, no lo e visto en la vida real porque también en hi5 no puedes poner todo lo que haces y entonces eso solo lo he escuchado y no sé si sea real.

18. ¿Has sido víctima de algún tipo de agresión por medio de Hi5?

No, ninguno. Porque los amigos que tengo pues agregados ya los conozco.

19. ¿Tienes alguna precaución a la hora de publicar información personal en Hi5?

Si, mis fotos están privadas y mi perfil igual está privado no cualquier persona puede acceder (tus datos no los proteges, en cuestión de tu dirección, tu teléfono) ah pues eso no lo pongo en mi pagina, nada más este... mi estado civil y mi edad (¿Por qué no lo haces?) porque pues... eso no es relevante para las personas que son realmente tus amigos, pues no les importa porque ya saben dónde vives (risas)

20. ¿Qué medida de precaución tomas en tu perfil Hi5?

¡Ahh! pues Pongo el perfil privado, solo entran mis amigos, igual mis álbumes de fotos nada más es para amigos igual pueden comentar solo amigos y no nadie más, y cuando me llega alguna invitación de algún desconocido nunca lo agrego.

21. ¿Pertenece a alguna comunidad Hi5?

Si a la de la facultad de contaduría y administración de la UNAM y a la del CCH oriente.

22. ¿Conoces el sistema Hi5 Coins y para qué sirve?

No, no lo conozco... (no has visto que sale ahí gana monedas de hi5) ¡Ahh! sí, si lo he visto pero nunca le he pushado ahí porque creo es un virus o algo así.

23. Si existiera una razón por la cual eliminaras tu perfil en Hi5 ¿Cuál sería esa causa?

Porque... mmm me aburro de ver las fotos o porque ya las vi o porque no tendría tiempo de estarlo checando o porque mi novio se enojara y me dijera ¡Cierra tu hi! (¿Entonces lo cerrarías por tu novio?) Sí, solo por él lo cerraría.

ANEXO 3

JUAN

19 AÑOS

FACULTAD DE CIENCIAS

134

1. ¿Por qué medio te conectas a Internet?

Por banda ancha de mi casa o del trabajo.

2. ¿Cuántas horas al día pasas en Internet?

En internet, pues alrededor de 6 o 7 horas.

3. ¿De cada hora que pasas en Internet cuanto tiempo destinas al uso de redes sociales?

Pues si, si es muy poquito, la verdad es que en internet si viajo bastante pero en redes sociales, alrededor de dos horas, tres horas tal vez de todo el tiempo que paso en Internet, y haciendo cuenta por hora, suponiendo que paso 7 horas en inter y 2 horas en el hi pues sería como una cuarta parte... o sea que como 15 minutos, no manches y eso que estudio actuaria (risas)

4. De manera alterna a Hi5 ¿Tienes perfil en alguna red social?

No en ninguno, solamente en Hi5.

5. ¿Cuánto tiempo tienes con tu perfil en Hi5?

Deben de ser alrededor de un año o año y medio.

6. ¿Qué te motivo a abrir un perfil en Hi5?

Pues principalmente nada más era curiosidad, era nada más saber de que se trataba y bueno poquito a poco bueno ya fui actualizando lo que era el hi5 y metiéndome un poquito más en eso.

7. ¿Para qué usas Hi5?

Pues únicamente es así como con fines de saludar a los amigos, ver un poquito a que se dedican y pues ver sus fotos más que nada igual y estar así que muchos cuates ya se casaron y demás. (Para seguir en contacto con ellos ¿No?) Sí, así exacto.

8. ¿Qué motivo tienes para subir fotografías a Hi5?

Pues la verdad es que son muy poquitas, no me gusta subir demasiadas fotos, no me gusta hacer como que muy publico lo privado ¿No? pero igual pues nada más es así como para que ubiquen de quién es ese hi5.

9. De cada 50 amigos agregados al perfil ¿Con cuántos mantienes un contacto cercano real?

Pues así un contacto muy muy cercano podrían ser alrededor de 5, tengo bastantes digo si tengo muchos dados de alta pero la verdad así que mensajeo o que me pongo en contacto con todos ellos pues muy poco realmente.

10. ¿Qué necesidades satisface Hi5 en tu vida personal?

Pues ehmm la falta de por ejemplo de números telefónicos o cuentas de correo electrónicos tal cual directas podemos compartir, bueno... conversar en tiempo real pues la verdad es que únicamente es así de enviar saludos, felicitaciones, tal vez y pues básicamente sería eso.

11. ¿De qué manera repercute Hi5 en tu vida social?

Bueno algo en que repercute directamente en la vida social, siento que es algo así como que... la verdad es como pérdida de tiempo digo nada más sería lo único rescatable es estar así viendo las fotos hacerle llegar un mensaje pero tal cual que pueda estar ahí mucho tiempo, pero así que pueda conocer a un amigo así pues no creo que puedo llegar a conocer más gente por fuera que ahí adentro.

12. ¿Qué tipo de vínculo personal has descubierto y transferido de lo virtual a lo real por medio de Hi5?

Pues la verdad es que nada, salvo digamos mi novia me manda recados así como de mucho amor pero a ella no la conocí por ahí solo supe que era más amorosa por ahí (risas).

13. Además del contacto personal ¿Qué te atrae más de Hi5?

Pues que lo puedes modificar a tu modo, puedes ponerle tus colores puedes hacer tus propios diseños y compartirlos, (risas) con eso pues ya te sientes diseñador por que se ponen el nombre de la persona que lo hizo y yo hice uno entonces una chava lo utilizo y pues ya me sentí realizado (risas) pero bueno básicamente eso es lo me gusta porque lo puedes manipular la pagina como tal ¿no? a tu gusto

14. En comparación con la vida real, ¿Qué sentimiento te remite al visitar el perfil Hi5 de un amigo?

Pues si muestra un poquito de lo que es esta persona, así a grosso modo, digo si es así como que muy cursi, si es así muy aventado pues si ser ve reflejado por sobre todo el diseño de la pagina, del portal, en los colores que le meten, en el diseño que le meten, los dibujos tal vez, más o menos te vas fijando su personalidad, también cuáles son sus gustos por ejemplo en música también muchos tienen así como que abres su página y te

recibe un poquito de la música que les gusta, algo de ellos ¿no? Como si entraras a su depa (Risas)

15. ¿Te ha generado Hi5 algún problema de tipo personal en la vida real?

Si, definitivamente los celos de mi novia (risas) en muchas ocasiones digo las pocas personas con las que platico luego me dejan así como comentarios, de vamos para tomar una cerveza o cosas así, ya sabes las chicas que dejan mensajes acá de “¡Que guapo!” ¿No? (risas) y bueno pues con eso mi novia se pone pero mal.

136

16. ¿A qué le atribuyes, principalmente, dicho problema?

Creo que es, digamos es otra cosa de las que no me gusta tanto ese tipo de páginas, porque es un medio bastante frio ¿No? O sea igual y ellos lo dicen con una intención pero al solamente estar escrito se puede malinterpretar o se entienden otras cosas entonces pues más que nada eso, se entiende lo que dice la frase y nada más.

17. ¿Con quién has tenido esos problemas?

Con mi novia y solo con ella (risas).

18. ¿Qué opinas del uso político que se le da a la red social?

O sea como que ellos metan así sus spots, su propaganda para hacerse propaganda a hi5 o ellos creen el perfil? (si así y también que lo utilicen más personas como blogs de crítica política, e intercambio de ideas) ah pues está bien que la política de este país se acerque a las redes sociales pero para mí la verdad que es de bastante flojera porque cada quien defiende así su partido, y siempre alguien tiene que apoyar más a otra persona y la verdad que prefiero estar en la onda neutral porque la política pues... (¿No te gusta?) No definitivamente no me resulta interesante, a mí, pero está bien que esos espacios se utilicen cada quien tiene su gusto ¿No? De eso se trata.

19. ¿Con que frecuencia consideras las redes sociales se utilizan para secuestros y/o extorsiones?

Yo digo que es bastante la frecuencia, de hecho ese es uno de los motivos que por lo regular no me gusta subir tanto las fotografías o subir información de más, si he escuchado que se presta mucho ese espacio, digo entras a las fotografías vez lo que tienen su estilo de vida y bueno pues te das una idea más o menos de donde encontrarlo.

20. ¿Has sido víctima de algún tipo de agresión por medio de Hi5?

No, ninguna yo si tomo mis precauciones.

21. ¿Tienes alguna precaución a la hora de publicar información personal en Hi5?

Así es.

22. ¿Qué medida de precaución tomas en tu perfil Hi5?

Pues si por ejemplo restringir la pagina únicamente para que puedan visitarla a los que tengo como amigos y pues básicamente eso de estar recibiendo cualquier persona.

23. ¿Pertenece a alguna comunidad Hi5?

No, ninguna.

24. ¿Conoces el sistema Hi5 Coins y para qué sirve?

No, tampoco.

25. Si existiera una razón por la cual eliminaras tu perfil en Hi5 ¿Cuál sería esa causa?

Pues que se continuara dando eso de las extorsiones y pues la falta de uso, de hecho ahorita estoy a punto de... por falta de uso la verdad que no lo actualizo ni lo reviso tanto, como que nada más está ahí ocupando memoria.

ANEXO 4

PEDRO

25 AÑOS

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

138

1. ¿Por qué medio te conectas a Internet? *Computadora personal (laptop), principalmente en mi casa pero también en la universidad.*
2. ¿Cuántas horas al día pasas en Internet? *Cuatro aproximadamente en días de escuela/trabajo; en fines de semana el doble.*
3. ¿De cada hora que pasas en Internet cuanto tiempo destinas al uso de redes sociales? *15 minutos aproximadamente.*
4. De manera alterna a Hi5 ¿Tienes perfil en alguna red social? *Sí, en Facebook.*
5. ¿Cuánto tiempo tienes con tu perfil en Hi5? *Más de dos años y medio.*
6. ¿Qué te motivo a abrir un perfil en Hi5? *La necesidad de contactar a una amiga que no veía desde hacía muchos años; al no tener perfil, no podía dejarle un mensaje.*
7. ¿Para qué usas Hi5? *Para entretenerme siguiendo las actividades o comentarios de mis contactos; también, para saludar de vez en cuando a aquellos que no veo con regularidad y que no tengo en otras redes sociales o en MSN Messenger.*
8. ¿Qué motivo tienes para subir fotografías a Hi5? *Permitir que mis contactos o cualquier persona que dé un vistazo a mi perfil pueda conocer algo más de mí y de mi carácter a través de las fotografías; selecciono para subir a Hi5 aquellas que considero más interesantes o las que me gustan más a mí.*
9. De cada 50 amigos agregados al perfil ¿Con cuántos mantienes un contacto cercano real? *Con la tercera parte aproximadamente... unos 17.*

10. ¿Qué necesidades satisface Hi5 en tu vida personal? *Me proporciona algunos ratos de esparcimiento y satisface mi curiosidad por saber algo más de la gente con la que me relaciono.*
11. ¿De qué manera repercute Hi5 en tu vida social? *Me ayuda a mantener un contacto esporádico con gente que no veo con frecuencia; también por medio de esta red social he reencontrado a amistades perdidas hacía muchos años y, aunque no he restablecido contacto presencial con ellos, es gratificante poder hacerlo a través de internet.*
12. ¿Qué tipo de vínculo personal has descubierto y transferido de lo virtual a lo real por medio de Hi5? *Con algunos amigos en particular, he descubierto a través de la red social información relativa a gustos, intereses, modos de pensar, etc., que compartía con ellos sin saberlo y que, en una u otra forma, fortalecieron una amistad incipiente o superficial. Así, pues, a veces el contacto en las redes sociales refuerza los lazos ya existentes en las relaciones presenciales.*
13. Además del contacto personal ¿Qué te atrae más de Hi5? *Enterarme de cosas que no sabía de la gente que conozco a través de sus escritos, comentarios o fotos.*
14. En comparación con la vida real, ¿Qué sentimiento te remite al visitar el perfil Hi5 de un amigo? *Es un sentimiento de libertad irrestricta y tal vez algo culpable, al ser consciente de que en cierta forma me encuentro penetrando en un espacio personal sin que necesariamente mi amigo/a sepa que estoy entrometiéndome en su vida virtual. Sin embargo, la sensación no dura mucho, pues considero que la información que toda persona debe ser responsable por la información que hace pública en su perfil y hasta qué grado se expondrá a la mirada de los demás. También es cierto que muchas veces el perfil de Hi5 obedece a la imagen que uno mismo pretende construir de sí: una imagen artificial, desdibujada o mentirosa con respecto a la realidad. Lo cierto es que en la relación presencial, uno frecuentemente no se siente tan libre de indagar o de averiguar tanto sobre el otro como las redes sociales a veces lo permiten.*
15. ¿Te ha generado Hi5 algún problema de tipo personal en la vida real? *No, ninguno.*
16. ¿A qué le atribuyes, principalmente, dicho problema? -----
17. ¿Con quién has tenido esos problemas? -----

18. ¿Qué opinas del uso político que se le da a la red social? *En redes sociales, las campañas políticas través de perfiles creados sólo pueden tener una función de refuerzo entre quienes ya son adeptos de una causa, ideología, partido o candidato, puesto que cada quien tiene la opción de controlar a quién acepta y a quién no como contacto, qué mensajes recibe y de quiénes, así como hasta qué grado permite hacer pública su información personal, quiénes la pueden ver. Así, pues, una campaña política por este medio penetra únicamente hasta donde el usuario lo permita. No es así, en cambio, cuando se trata e publicidad insertada/pagada que uno no puede evitar, porque Hi5 se encuentra infestado de ella.*
19. ¿Con que frecuencia consideras las redes sociales se utilizan para secuestros y/o extorsiones? *Creo que hubo un momento de auge de este tipo de abusos, cuando estas redes aún eran una novedad y la gente no solía utilizar la opción que permite hacer privado un perfil personal. Posteriormente, los medios difundieron este riesgo y se generalizó el uso de dicha opción. En todo caso, creo que se hallan más expuestos quienes utilizan su perfil como un escaparate para ostentar una vida fastuosa y sobrada.*
20. ¿Has sido víctima de algún tipo de agresión por medio de Hi5? *No.*
21. ¿Tienes alguna precaución a la hora de publicar información personal en Hi5? *Sí.*
22. ¿Qué medida de precaución tomas en tu perfil Hi5? *No publico información como mi teléfono, mi domicilio u otros datos de identificación personal por el estilo. Cuando publico cualquier cosa, lo hago a sabiendas de que podrá ser visualizada por una cantidad enorme de gente y, con base en eso, reflexiono hasta qué punto puedo exponerme.*
23. ¿Pertenece a alguna comunidad Hi5? *No.*
24. ¿Conoces el sistema Hi5 Coins y para qué sirve? *Lo conozco superficialmente. Por lo que entiendo, se trata de enviar regalos virtuales a los contactos, adquiriéndolos con dinero real.*
25. Si existiera una razón por la cual eliminaras tu perfil enHi5 ¿Cuál sería esa causa? *No creo eliminarlo, pero la razón más poderosa para hacerlo sería quizá una ausencia absoluta de novedades sobre mis amistades.*

ANEXO 5

ANA

22 AÑOS

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

141

1. ¿Por qué medio te conectas a Internet?

Pues desde mi casa, en una laptop con una conexión de banda ancha.

2. ¿Cuántas horas al día pasas en Internet?

Pues... si quieres algo exacto, paso como unas 12 o 14 horas, solo no estoy cuando duermo y es que trabajo en una empresa de telecomunicaciones donde me dan una blackberry por eso siempre tengo que estar conectada a todas horas que igual no es frente a una compu pero siempre ando checando el correo o los mensajitos, ya sabes ese es mi trabajo.

3. ¿De cada hora que pasas en Internet cuanto tiempo destinas al uso de redes sociales?

Pues por eso de la blackberry me llegan los mensajes del Facebook y lo checo cada que llega uno, en cuanto a hi5 pues cada que veo una notificación en mi correo pues veo de que se trata y ya.

4. De manera alterna a Hi5 ¿Tienes perfil en alguna red social? *Sí, tengo Facebook y MySpace pero mspace ya no lo uso solo que no sé como borrarlo.*

5. ¿Cuánto tiempo tienes con tu perfil en Hi5?

¡Uyy! Como uno dos o tres años por mucho.

6. ¿Qué te motivo a abrir un perfil en Hi5?

Ya sabía que existía pero no me quedaba muy claro que era, y empecé a escuchar en la escuela ayy que lo vi en su hi5 y luego mi prima, ella vive en Sonora, me dijo ¡Ay sube las fotos al hi5! Y ya lo abrí entonces si me gustó por que vi que había muchos conocidos.

7. ¿Para qué usas Hi5?

Pues para divertirme un rato, distraerme un rato, además de que saludo a los amigos y quieras o no puedes ver que hacen de sus vidas, vivan cerca o lejos yo, por ejemplo, le firmo el Hi5 hasta a mi vecina, es mi mejor amiga, le envié postales o solo entro para

molestarla, pues estudia medicina y casi no la veo de manera real. (¿No la usas para buscar pareja o algo así?) Pues no pero la neta es que muchos entramos a buscar novio, pero nadie lo quiere decir, es algo como muy privado, mejor decimos ¡Ahh! Solo es un amigo y es que si es eso pero el trasfondo está en que se vuelve novio. Yo tuve un novio por el Hi5, nos conocimos por ahí y decíamos que nos conocimos en un viaje a Sinaloa.

8. ¿Qué motivo tienes para subir fotografías a Hi5?

Pues que las demás personas vean lo que hago o lo que me gusta, así como compartir momentos.

9. De cada 50 amigos agregados al perfil ¿Con cuántos mantienes un contacto cercano real?

Pues como con 15, siempre trato de agregar a quienes conozco.

10. ¿Qué necesidades satisface Hi5 en tu vida personal?

Me da diversión, me permite enterarme de la vida de los demás sin ser vista es como ser invisible y eso es la cosa más divertida, pero en sí como persona, no aporta nada por que realmente no vives para ello, hay gente que si, aunque como te digo, realmente estas ahí para enterarte de los chismes, como en las revistas nada más que de gente normal, es como una biografía yo a veces entro porque no me acuerdo de los cumpleaños, es un archivo pero nada más.

11. ¿De qué manera repercute Hi5 en tu vida social?

Hace que se mantenga un contacto a pesar de que ya no veas diario a la persona, como que te hace no olvidar a las personas.

12. ¿Qué tipo de vínculo personal has descubierto y transferido de lo virtual a lo real por medio de Hi5?

(Risas) Mucha gente dice ¡Ay no! Como ligar por el hi, cuando obviamente muchos lo hacen, solo que da pena confesarlo. Así como yo te dije que pues tuve un novio por ahí (risas). Pero también conozco a mi prima por el Hi5, ella vive en Estados Unidos y no ha podido venir a México, aquí que desde ahí nos hablamos, yo le dije que lo abriera porque allá casi no usan Hi sino Face.

13. Además del contacto personal ¿Qué te atrae más de Hi5?

Me gusta que se le puede poner muy fácil videos, postales y cualquier cosa a través de los comentarios, además te enteras de un buen de cosas y siguiendo los comentarios ya te sabes el chisme completo.

14. En comparación con la vida real, ¿Qué sentimiento te remite al visitar el perfil Hi5 de un amigo?

Pues como si fuera a su casa o estuviera buscando en los cajones de su cuarto, (risas) como en Room Riders de MTV (risas) no lo había pensado, si es como eso.

15. ¿Te ha generado Hi5 algún problema de tipo personal en la vida real?

Sí.

143

16. ¿A qué le atribuyes, principalmente, dicho problema?

A todo (risas)

17. ¿Con quién has tenido esos problemas?

Pues tuve con mi mejor amigo, es que se enoja por que vio que subi las fotos de una fiesta y no lo invité a él, es que iba a ir con otro chavo y como llevar a mi amigo... me perdono después pero no manches hasta sentí feo, yo me habría sentido así.

¡Ah! También una vez mi mamá se enoja conmigo, cuando deje mi compu y vio una foto mia en pose sexy y en traje de baño, entonces me dijo, ¡Ay! ¿Por qué pones eso? ¿A qué te expones? Y ya sabes cosas así, la verdad si fue un pletio porque son mis cosas y ella pues si se enoja feo conmigo.

18. ¿Qué opinas del uso político que se le da a la red social?

Es una gran idea sobre todo porque permite una mejor relación entre el candidato o partido y el usuario, pues es una forma de ejercer nuestra responsabilidad como ciudadano, al cuestionar e informarnos de las propuestas dadas.

19. ¿Con que frecuencia consideras las redes sociales se utilizan para secuestros y/o extorsiones?

Pues si muy seguido.

20. ¿Has sido víctima de algún tipo de agresión por medio de Hi5?

Sí, una vez una loca, ex novia de mi novio, se alucinó y me empezó a molestar de una manera muy enferma incluso tuve cerrado un tiempo mi Hi5 porque era insportable, siempre me escribía cosas tontas y ofensas, luego la eliminaba y entraba con otra cuenta, o sea minimo creó como cuatro *his diferentes solo para molestarme*.

21. ¿Tienes alguna precaución a la hora de publicar información personal en Hi5?

Sí.

22. ¿Qué medida de precaución tomas en tu perfil Hi5?

Poner mi perfil privado y checar el perfil de la persona que me pidió ser su amiga antes de agregarlo

23. ¿Pertenece a alguna comunidad Hi5?

Sí, a la de Garbage y la de la UNAM

24. ¿Conoces el sistema Hi5 Coins y para qué sirve?

Sí, sirve para dar regalos cibernéticos en Hi5 y te cobran con saldo del celular, así das tu número y se te descuenta, entonces te dan el objeto que es como una animación. Yo no lo uso es algo que se paga y pues la verdad no voy a dar dinero por dibujitos electrónicos cuando puedo hacer uno yo y subirlo gratis.

25. Si existiera una razón por la cual eliminaras tu perfil enHi5 ¿Cuál sería esa causa?

Pues que no haya amigos conocidos o que pase de moda, yo creo que Hi ya fue ehhh.

ANEXO 6

L@ REV DL LGJE (LA REVOLUCIÓN DEL LENGUAJE)

Sin salir de casa y con sólo un teclado, niños y jóvenes han creado sus propios códigos y símbolos para comunicarse con sus amigos

145

CINTHYA SÁNCHEZ
EL UNIVERSAL
MARTES 17 DE MARZO DE 2009
CINTHYA.SANCHEZ@ELUNIVERSAL.COM.MX

No conocen el olor de sus nuevos amigos. Tampoco saben si tienen la letra bonita a pesar de que su relación se basa en la escritura. Se comunican sin salir de sus recámaras. Su laptop y la pantalla del teléfono celular son sus espejos mágicos, por ahí se enamoran, se pelean, comparten videos, se pasan la tarea, crean su mundo, su lenguaje.

Con sus teclados mezclan las matemáticas con el español y crean un nuevo idioma que sólo comprenden ellos, los menores de 25 años. “Qan2 m aqerde le qnto” significa “cuando me acuerde le cuento”, “xo.xo” quiere decir abrazos y besos, “ntc” es “no te creas”, “omg” es una expresión que usan en inglés y que significa “¡Oh my God!”, “a2” es adiós y “salu2” es saludos.

Son los mejores mecanógrafos de la historia. Con un solo dedo pueden mantener dos o tres conversaciones a la vez, todas con falsas abreviaturas y símbolos que muchas veces sólo ellos entienden, pero que logran su objetivo principal: transmitir un mensaje.

Los espacios virtuales donde interactúan están llenos de nuevas frases. Portales como Facebook, Youtube, Hi5 y lajaula.net tienen registros de cómo llevan las relaciones personales los integrantes de la generación que más ha escrito en la historia.

“Hoy, los niños y adolescentes reciben 100 veces más mensajes de texto que los jóvenes de 25 años y 200 veces más que los adultos de 40”, dice Antonio Navalón, analista y conferencista que imparte el seminario Sociedad y Tecnología a profesionales de la comunicación de la UNAM.

Explica que quizá en un futuro leamos libros con el nuevo lenguaje que hoy ya es una realidad observable en el ciberespacio.

Raúl Ávila, investigador del Centro de Estudios Lingüísticos y Literarios del Colegio de México, considera que el nuevo lenguaje no trascenderá: “Lo van a cambiar cuando crezcan, pues sólo lo ocupan en un espacio que en lingüística

llamamos situación comunicativa, así que es más una forma de identificación de grupo que un nuevo lenguaje”.

Explica que el problema es que el lenguaje siempre se está juzgando desde un punto de vista opresor y que la ortografía es una forma de control social.

Josefina Vázquez Mota es la secretaria de Educación Pública y está preocupada porque teme que el lenguaje de messenger llegue a las aulas. Ella ha declarado que el “nuevo lenguaje” que utilizan los jóvenes por celular e internet se ha convertido en el mayor desafío tanto para la educación como para las academias de la lengua en habla hispana.

Lo cierto es que ahora, en un mismo salón de clases, conviven niños del siglo XXI con maestros del siglo XX. Las distintas formas de comunicación está creando una “barrera generacional” entre alumnos y profesores.

No sólo mantienen un uso de lenguaje diferente entre generaciones, sino una forma diferente de adquirir el conocimiento.

“Hoy los niños y jóvenes reciben en un día la misma información que sus abuelos tuvieron en un año”, dice Antonio Navalón.

Explica que los adultos aún absorben el conocimiento de manera lineal, cuando el mundo no está creciendo linealmente, mientras que los adolescentes aprenden por el efecto de la multiplicación de la información. Ahora bien, el desafío está en integrar lo viejo con lo nuevo, porque chatear y responder un mail no es entender de nuevas tecnologías, “tenemos que empezar por aceptar que no entendemos el mundo de nuestros hijos”, dice Navalón.

Así, lo único que comparten los jóvenes y adultos es el método para prender y apagar computadoras y teléfonos móviles, lo demás es completamente diferente. Los jóvenes viven dobles vidas a través de un avatar (personaje) en Second Life, están inscritos en redes sociales donde comparten música con japoneses e hindús, terminan sus relaciones de noviazgo por Facebook, juegan videojuegos en línea con todos sus amigos sin desplazarse físicamente, todo con un teclado.

Para Antonio Navalón la comunicación se ha transformado en el medio y no en el fin. Así que, dice, lo que romperá la barrera generacional es la fusión entre lo nuevo y lo viejo. “Hay que perderle el miedo a las nuevas herramientas, entender que las relaciones sociales han cambiado a tal grado que hoy una niña puede vivir en Nueva Zelanda, regresar de la escuela, conectarse a internet y cuidar de su mascota virtual que tiene en Japón”, comenta Navalón.

Pero los papás no deben preocuparse por el nuevo lenguaje, ya que a fin de cuentas ponen cara feliz cuando leen esto en sus mensajes: “T KIERO + Q TDO L MNDO”. Y entienden, sin necesidad de traductor, lo que significa.