



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES

A R A G Ó N

“Ya no buscamos protestas, ellas nos encuentran. La incidencia de Facebook y Twitter en movimientos sociales”

REPORTAJE

Elaborado en el
*Curso-taller para la Titulación en
Trabajo Periodístico Escrito*

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN Y PERIODISMO

PRESENTA:

Alba Melina Quezada Solano

ASESOR: Lic. Alberto Fernández de Lara Quesada



FES Aragón

Nezahualcóyotl, Edo de México

Agosto de 2013



Universidad Nacional
Autónoma de México



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

El siguiente trabajo representa la culminación de una etapa más en mi vida profesional y personal, es por ello que reconozco a quienes con el paso del tiempo han caminado a mi lado, sirviendo de inspiración, motivación y apoyo.

A mi familia

Yo cambié, la vida cambió, el mundo cambió, pero ellos siempre han estado y espero sigan estando ahí, para que juntos continuemos transformándonos en mejores seres humanos. A mi mamá con especial cariño, por ser mi guía y el más contundente ejemplo de la fortaleza de una mujer, ella es fundamental en este proceso. A mi hermano, porque con él he creado ese vínculo indisoluble que va más allá de lo congénito y que me compromete siempre a ser su mejor ejemplo. A mis abuelos, a quienes por herencia les debo lo que soy, significantes en mi vida por su gran legado de valores, respeto y amor.

A Salvador

Este es tan sólo un breve agradecimiento por tu apoyo incondicional. Llegaste a mi vida justo en el momento que necesitaba fe y a partir de ahí no has dejado de llenar mi vida todos los días con amor.

A la Universidad

Es difícil describir lo que sentí la primera vez que pise sus aulas, fue una especie de sosiego que me confortó al saberme cobijada por una de las instituciones más auténticas y más desde ese día como una madre generosa la UNAM me ha brindado instrucción, conciencia e identidad. Hasta el día de hoy la sigo sintiendo mi segundo hogar y honro cada día su nombre con mi actuar.

A mis profesores

Mi reconocimiento a todos aquellos profesores que gracias a su vocación supieron transmitirme sus conocimientos a lo largo de la carrera. Especial mención por su paciencia y dedicación al Lic. Alberto Fernández de Lara Quesada, asesor de este trabajo, así como a cada uno de los profesores del Curso-taller para la Titulación en Trabajo Periodístico Escrito.

CONTENIDO

Tema	Página
Presentación.....	5
La crisis económica y sus voces.....	7
España, el nuevo epicentro de la crisis.....	9
Los indignados: la necesidad como madre de todas las acciones.....	16
Lo que no sabía de las redes sociales.....	29
Su origen.....	32
¿Qué son y con qué se comen?.....	40
Postear, twittear... los nuevos verbos.....	53
Las Redes Sociales como caja de resonancia.....	56
Ciudadanos a la calle: Facebook y Twitter convocan acciones de protesta en Madrid y el mundo.....	58
Social media y política.....	64
Redes, ¿determinantes o sólo una herramienta más?.....	69
Consideraciones finales.....	72
Fuentes de consulta.....	75

PRESENTACIÓN

El mundo actual transcurre al paso de una de las crisis económicas más duras. España ha sido uno de los países más afectados debido a las características propias de esta nación; el mal manejo de la administración pública y la frágil industria nacional, llevaron a España a convertirse en uno de los epicentros de la crisis y con ello provocar el levantamiento social.

Se les colgó el mote de “indignados”, son jóvenes españoles que ven un presente falto de oportunidades y un futuro desalentador. A ellos se suman diferentes sectores sociales y generacionales, que van desde trabajadores sindicalizados con bajos salarios, inmigrantes y desempleados que buscan cambiar, a través de la movilización social, la nueva realidad de la Península; este movimiento civil busca perfeccionar la democracia, hacer frente a la “dictadura de los mercados” y reivindicar los derechos asumidos en la mayoría de las constituciones de los países democráticos: una vivienda digna, un trabajo y la libertad de expresión y protesta.

El presente trabajo constituye un análisis del papel que juegan las redes sociales virtuales dentro de estos acontecimientos y es a través del reportaje como género periodístico, que conceptualizo las redes como estructuras de comunicación y me permito dar contexto a las manifestaciones del movimiento 15-M en España.

Nos conectamos a las redes para buscar una vinculación social. En mi caso, una afinidad personal por estos nuevos espacios de interacción, es el principal motor que me lleva a convertirlo en el objeto de estudio de mi investigación.

Considero de suma importancia contribuir a los recientes y aún muy escasos estudios que se han hecho sobre el tema, debido a su relativa novedad. Estoy segura de que a través de la desmitificación de sus vertientes podremos

comprender mejor los actuales paradigmas que la tecnología ha impuesto a la comunicación. Opté por hacerlo a través de un reportaje, ya que en su momento consideré que era el género periodístico que más se acercaba a cubrir todas mis expectativas y no me equivoqué. Narrativo por su forma y discurso, y demostrativo por su propósito, este reportaje cumplió cada uno de los objetivos planteados durante su diseño.

Las herramientas principales de este trabajo son la investigación documental y de campo. Por medio de publicaciones en línea, diarios, revistas y blogs pude entender las características de la crisis en España y el surgimiento de Los Indignados y otros movimientos de protesta gestados a partir de la organización en redes sociales.

Por otro lado, la investigación de campo la diseñé a partir de entrevistas con personas que formaron parte de estos acontecimientos, el medio fueron las mismas redes sociales, a través de las cuales busqué entrar en contacto con ellas. Las entrevistas con expertos en social media e internet abrieron también otro panorama, en algunas ocasiones más técnico; en otras, más humano, pero sin duda, todos ellos contribuyeron a crear la visión final reflejada en mi trabajo.

Deseo que el presente trabajo además de representar para mí la culminación de una etapa en mi vida profesional, cuente con la relevancia periodística necesaria para contribuir a los conocimientos en el área de la comunicación.

LA CRISIS ECONÓMICA Y SUS VOCES

Sería absurdo no querer ver la realidad política, económica y social de nuestros tiempos. Nos encontramos en un ciclo de la historia de la humanidad, donde al igual que muchos anteriores, la desigualdad, las injusticias y la falta de libertades, han detonado la movilización social.

En cada época, estos movimientos sociales han ostentado sus propios matices, llevan entre sí diferencias sustanciales, basadas en los avances tecnológicos, industriales o comerciales que marcan su tiempo.

Esta investigación tiene por objeto, desmitificar los movimientos sociales contemporáneos, específicamente el 15-M, también llamado el “movimiento de Los Indignados”, surgido en la ciudad española de Madrid, como un grupo ciudadano de protesta pacífica que lleva como finalidad promover una democracia más participativa y alejada del bipartidismo (PSOE-PP) en España, además de reprobar y expresar indignación ante la actual situación económica que vive esa nación y la crisis financiera detonada en Europa y el mundo.

No quiero dejar de mencionar que el 15-M no ha sido el único movimiento social de su tipo y tampoco que tiene algo en común con otro tipo de protestas que se han dado actualmente en diferentes países.

Pero, ¿cuál es esa característica especial que ha marcado los movimientos sociales de nuestra época? Acertaste, LAS REDES SOCIALES VIRTUALES. Hemos visto esta herramienta de comunicación como el común denominador durante las revoluciones y protestas del mundo árabe, también llamada Primavera Árabe, donde casos como el de Egipto son por demás ilustrativos en este sentido.

Sin ir tan lejos, en el caso de México es posible visualizar ya, en la agenda noticiosa actual, el inicio de lo que se ha dado por denominar la Primavera Mexicana, que a través del movimiento #YoSoy132, conformado en su mayoría por jóvenes estudiantes universitarios, busca entre otras demandas, la democratización de los medios de comunicación y la promoción de un voto informado y reflexionado.

Este movimiento se da en el marco de las campañas electorales anteriores a la elección presidencial del 1 de julio de 2012. Es iniciado en la red social twitter con el Hashtag o etiqueta #YoSoy132, luego de la visita del candidato del Partido Revolucionario Institucional (PRI) a la presidencia, Enrique Peña Nieto, a la Universidad Iberoamericana, el 11 de mayo de 2012.

Ante los señalamientos por parte de miembros del PRI, de que se trataba de actitudes porriles de un grupo minoritario de jóvenes, que no representaban la comunidad de dicha universidad, 131 jóvenes publicaron un video en la red social You Tube, en donde mostraban las credenciales que los acreditaban como alumnos regulares de la institución. A partir de ese momento, estudiantes de todas las universidades del país, jóvenes y la sociedad en general comenzaron a volcar su apoyo a este movimiento, una vez más, a través de las redes sociales, bajo el eslogan YoSoy132.

El 23 de mayo, esta organización dio a conocer su primer manifiesto, en el que se declara un movimiento apartidista, pacífico, laico, plural, autónomo, de base estudiantil, anti-neoliberal y humanista. Unos días después, se formaliza también su carácter "Anti-Enrique Peña Nieto". A partir de ese momento, comienzan a darse asambleas informativas y marchas de protesta en el Distrito Federal y la mayoría de los estados de la República, todas ellas convocadas y organizadas a través de twitter y fecebook.

Como podemos ver, las redes sociales en este tipo de movimientos, han sido la constante como herramienta de comunicación, organización y convocatoria. Es por esto que surge como inquietud personal, un análisis del cada vez más activo papel que están jugando las redes sociales virtuales, dentro de los movimientos de protesta en el mundo y en el caso particular de este trabajo, el caso 15-M “Los Indignados” de España.

España el nuevo epicentro de la crisis

La crisis se produce cuando lo viejo no acaba de morir y lo nuevo no acaba de nacer
Bertolt Brecht. Dramaturgo alemán (1898-1956)

Para poder entender el surgimiento del movimiento 15-M debemos remontarnos a sus causas y origen; éstas confluyen en dos crisis: la económica y la política, dificultades que hasta el día de hoy sigue padeciendo España y de las cuales aún se vislumbra un largo y penoso camino por recorrer.

Las crisis económicas graves y prolongadas tienen, inevitablemente, consecuencias sociales que son conocidas. Cuando la gente se encuentra bien, se queda en casa; cuando las cosas no están bien, inevitablemente la gente protesta, y España no fue la excepción de esta regla.

Por un lado, la desgastada situación económica, que contaba en 2011 casi tres años de mermar las cifras macroeconómicas del país y que comenzaba ya, a reflejarse en una profunda afectación del nivel de vida de la población. Y por otro lado, el desalentador panorama político en España, enmarcado por la corrupción de los políticos, los banqueros y grandes empresarios.

No soy experta en economía, por tanto me di a la tarea de tratar de entender el porqué de la crisis española y mejor aún, explicar de forma simple, su origen y desarrollo.

Se advierte como crisis económica, a la fase más depresiva de la evolución de un proceso económico recesivo. El origen de la crisis en España es similar a la crisis en Estados Unidos y es también en Norteamérica donde se originó todo:

Durante muchos años, desde la explosión de la burbuja de internet en el 2001, los bancos monetarios aplicaron bajas a los tipos de interés. En el caso de Estados Unidos, a partir de 2001, el Banco de la Reserva Federal disminuyó su objetivo de tasas de los fondos federales de 6.5 a 1% en 2003, manteniéndolas así por un año.

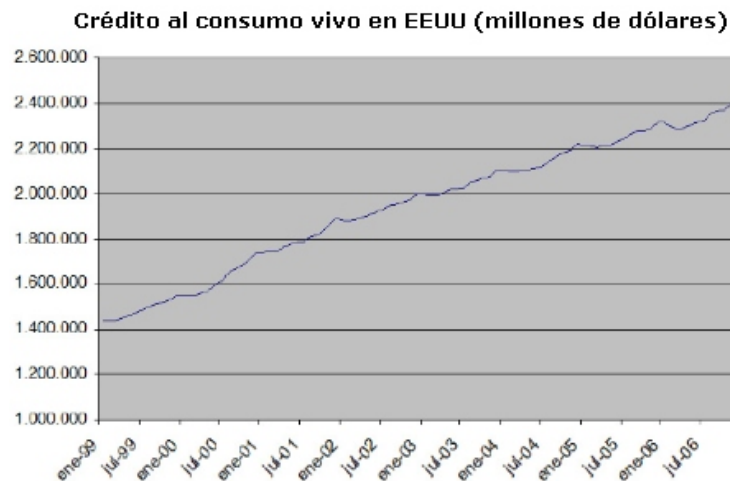
La causa que citaron fue la recesión de 2001 provocada por el estallido de la burbuja de las empresas ".com", el miedo a que los ataques terroristas del 11 de septiembre de 2001 provocaran una recesión y, más importante aun, el riesgo de deflación (estancamiento de la economía más una subida de los precios) por la inclusión al comercio mundial de países con bajos costos de producción.

Las tasas de interés reales tan bajas durante un periodo tan prolongado (cinco años), en combinación con la desregulación (se les permite hacer más cosas) de la banca de inversión de 2004, hizo que la relación entre el capital propio y el crédito de estos bancos se disparara absurda y peligrosamente. Además, en la economía estadounidense hubo un aumento de liquidez derivado de mayores recursos provenientes de la economía china y de los productores petroleros de Medio Oriente. Esta abundancia de recursos alimentó el mercado inmobiliario y bajó a cero las tasas de ahorro interno.

En 10 años, el precio real de las viviendas en Estados Unidos se multiplicó por dos, esto hizo que los bancos vieran que el negocio se les hacía más pequeño:

- a) Daban préstamos a un bajo interés.
- b) Pagaban algo por los depósitos de los clientes (cero si el depósito está en cuenta corriente y, si además, cobran comisión de mantenimiento, pagaban “menos algo”).

c) Pero, con todo, el Margen de Intermediación (“a” menos “b”) decrecía.



Como el margen de ganancia del banco decrece, y los objetivos del banco son maximizar sus beneficios, los bancos empiezan a dar préstamos más arriesgados, y a compensar la caída de su margen de beneficio con más operaciones, ganan menos en cada una, pero tienen muchas más operaciones.

Empezaron a dar créditos a un grupo de población que se denominó NINJA (no income, no job, no assets; o sea, personas sin ingresos fijos, sin empleo fijo, sin propiedades), pero como se pensaba que el precio de los bienes raíces nunca iba a caer, no había problema, ya que si el cliente no pagaba, le embargaban la casa y ésta valía más que el préstamo que tenía con el banco.

Para empeorarlo más, el banco no sólo daba crédito por la casa, también para hacer obra, comprar un coche... todo soportado en que esa casa cada vez valía más. A este tipo de hipotecas con tanto riesgo se les denominan hipotecas subprime.

El verdadero problema que tienen los bancos es que se les acaba el dinero porque están prestando mucho, es decir, inflan el consumo, pero para solucionar esto

está la globalización y entonces recurrieron a pedir dinero a otros bancos extranjeros.

Para obtener aun más dinero, crean muchos instrumentos entre ellos el llamado MBS (Mortgage Backed Securities), un paquete con hipotecas buenas, regulares y muy malas, y van vendiendo todos estos instrumentos a otros bancos y al público en general que piensa que se convierte en gran inversor.

Es la época del despilfarro, del consumo desbocado y de las compras a crédito, se crea una burbuja porque el dinero no existe, lo han inventado. Pero todo basado en la premisa de que la gente pagará sus hipotecas y el mercado inmobiliario va a seguir subiendo.

Hasta que en 2007 los precios de las viviendas se desploman, y algunos de los clientes se dan cuenta que están pagando al banco más de lo que vale su vivienda y deciden no pagar. Los que compraron los MBS pierden gran parte de su dinero y no los pueden vender porque nadie los compra.

Los bancos ya no venden sus instrumentos, tienen mucha morosidad porque no les pagan y necesitan urgentemente pedir dinero, pero para esas alturas ya nadie confía, no se sabe cuánta “porquería” tiene cada banco y ya no se prestan dinero entre ellos. Por ello se escucha que la crisis es una “crisis de confianza”, como no me confié en ti... si quieres que te preste dinero te va a costar muy caro.

Eso hace que suban los tipos de interés; y como las hipotecas están referenciadas a los tipos de interés, los clientes tienen que pagar mucho más al mes por su hipoteca con lo cual se hace mucho más difícil y cada vez más gente no puede pagar.

Agobiada por sus deudas, la gente deja de comprar, de consumir, necesita ahorrar, por ello la economía se contrae y si las empresas no venden, empiezan a

despedir a más gente, lo que provoca que cada vez más personas estén sin trabajo, no paguen su hipoteca y todo esto se vuelve un círculo vicioso que agranda el problema.

En suma, los bancos ya no prestan, las empresas que están acostumbradas a comprar a crédito ya no pueden comprar, los que quieren crear empresas, pero no tienen recursos, se dan cuenta de que nadie les presta el dinero por muy buena idea que tengan.

En este panorama empresas como la Aseguradora AIG, con 116 mil empleados quiebran porque habían vendido seguros que garantizaban a sus clientes sus inversiones y por lo tanto sucumben al no poder hacer frente a todo lo que tenían que pagar por indemnizaciones. Lehman Brothers, el cuarto banco de inversión en Estados Unidos se declara en quiebra en el 2008 tras 158 años de actividad, debido a los problemas que tenía con 46 mil millones de dólares en títulos hipotecarios, su nota de crédito y su capacidad para reunir fondos.

Fannie Mae y Freddie Mac, las dos gigantes del mercado hipotecario que contaban con el respaldo del gobierno federal estadounidense, fueron una parte importante del problema. Su rescate, financiado con el dinero de los contribuyentes, ha costado más de 130 mil millones de dólares, dinero que sale de los empleados que ven reducidos sus ingresos o una visible baja en sus prestaciones.

Es así como comienza todo, para bien o para mal la economía es global y desencadena que este problema se extienda a los bancos de todo el mundo.

En el caso concreto de España, es el país de Europa donde más se construyó infraestructura antes de la crisis, donde las casas tuvieron un mayor aumento de precio y donde la cultura hace que la gente prefiera comprar su casa antes que rentarla, puesto que creen, a diferencia de los europeos, que rentar es tirar el

dinero. Todo esto hace que en España la crisis denominada del ladrillo, pegue aún más fuerte que en cualquier otro país.

Ya en el 2006 un grupo de inspectores del Banco de España mostró su malestar en una carta dirigida al Vicepresidente del gobierno, saltando a su Gobernador del Banco de España, en la cual citaban: “nos vemos en la obligación de hacer constar que el nivel de riesgo acumulado en el sistema financiero español como consecuencia de la anómala evolución del mercado inmobiliario en España en los últimos seis años es muy superior al que se desprende de la lectura de los discursos del Gobernador”. Dicha advertencia nunca fue tomada en cuenta.

El *Financial Times*, en un informe especial sobre España fechado el 11 de junio de 2008, decía:

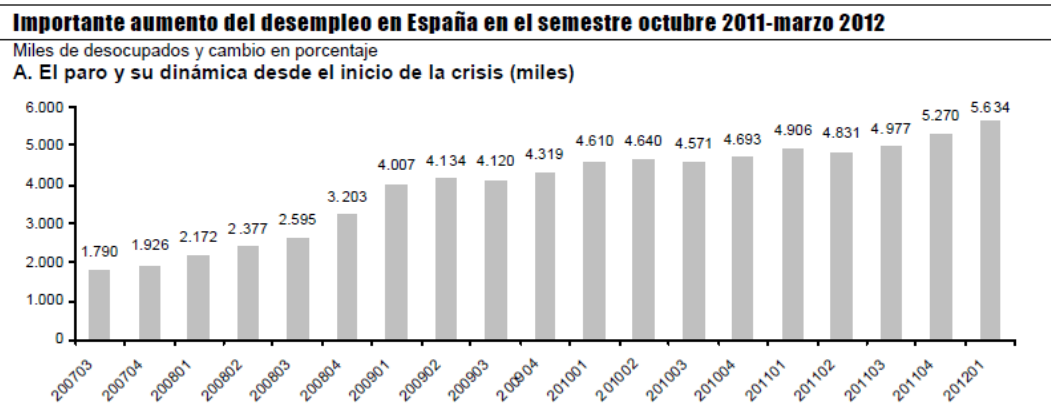
1. El boom de la construcción de los últimos 10 años se ha acabado
2. Hay un millón de casas sin vender
3. La economía ha crecido en el primer trimestre de 2008 un 0.3 % (contra un 0.9 % en el primer trimestre de 2007)
4. Tasa de desempleo actual: 9 %
5. Tasa de desempleo prevista para 2009: 12 %
6. Previsión de crecimiento para 2009: 0.4 %

Los problemas se veían venir y la gente cada vez está más asustada, prefiere ahorrar y no gastar, provocando con ello la caída en el consumo y por consiguiente despidos en las empresas.

A todo lo anterior, se le añaden ingredientes específicos de España:

- La sobredimensión de la administración pública, muchos burócratas no obtienen su plaza por méritos y eficiencia, sino por estar en un partido.

- Corrupción, clientelismo, nepotismo.
- Politización del funcionariado.
- Control político de todo lo posible: Tribunal de Cuentas (interventores del Estado), Banco de España, Poder Judicial, Instituto Nacional de Estadística.
- Acceso de la clase política al mercado financiero a través de las Cajas de Ahorro. Esto hace unas cajas de ahorro al servicio de los políticos más que de los dueños o clientes. Sonado es el caso en el que La Caixa condona al partido político PSOE la deuda que mantenía.
- Desaparición del mercado único en España. (Cada vez las autonomías tienen más poder, se descentraliza el país y se crean 17 subdivisiones, con duplicidad de cargos, con más cargos de confianza y consecuentemente más gastos).
- La subvención y subsidios a sectores improductivos.
- El paro: cuando en España un trabajador pierde su empleo el gobierno le da una renta del 70% del sueldo hasta dos años máximo si cumple los requisitos. Además la tasa de paro de España es la más alta de Europa.



Es así como este país de 48 millones de habitantes le imprime su sello a la crisis que sacudía al mundo entero. Los españoles ven perder sus empleos de la noche a la mañana, no tienen cómo pagar sus hipotecas y éstas les son embargadas.

Hay más de un millón de familias que tienen a todos sus miembros sin empleo; la economía cada vez va peor, no saben cuándo acabará.

El gobierno en turno encabezado por José Luis Rodríguez Zapatero, del Partido Socialista Obrero Español, tarda mucho tiempo en reconocer que el país está en crisis, cuando es de sobra conocido por todos y debido a este retraso se comienzan a tomar medidas sumamente duras contra los empleados, ya de por sí castigados, tales como subir los impuestos, recortar prestaciones, prolongar la edad de jubilación hasta los 67 años, no cubrir las bajas de los empleados públicos y, por supuesto, la penosa baja de salarios.

Por si esto fuera poco, los partidos políticos se enzarzan en disputas entre ellos, y como resultado se destapan muchos casos de corrupción que no se investigan a fondo, entre ellos, salen a la luz costos de obras públicas que han supuesto grandes desembolsos, que al final no representan un adecuado costo-beneficio y que además tienen conexiones políticas.

Los altos sueldos de la clase política y sus beneficios y el hecho de que España sea una de las naciones europeas con mayor número de ellos. Los rescates a bancos que conllevan indemnizaciones millonarias a sus directivos. En resumen la privatización de los beneficios y la nacionalización de las pérdidas han hecho que la crisis mundial se ensañe particularmente con la Península Ibérica.

Los Indignados: la necesidad como madre de todas las acciones

Debido a la falta de fondos por la actual crisis económica, la luz al final del túnel ha sido apagada.
Frase popular en redes

Era difícil abrirse paso para ir de un lugar a otro entre la multitud, las fuentes oficiales contabilizaban 20 mil almas, el “oé, oé, oé, lo llaman democracia y no lo

es” me hizo estremecer. La plaza de Puerta del Sol se veía exquisita, repleta de vida, colores, olores y sabores todos con ese toque de atrevimiento que brinda la juventud y más sí esa juventud se estaba atreviendo a mover conciencias.

No quedó ni un solo metro cuadrado que no hubiese sido cubierto; los carteles lo empapelaban todo, ventanas, puertas, escaparates, cabinas telefónicas, no quedó espacio libre para nada, en ellos se leían consignas como “Todos los caminos llevan al Sol”, “Me quejo, luego existo”, “Lee más”, “Nos sobra demasiado mes, después de llegar a fin de sueldo” “Nuestros sueños no caben en sus urnas” y así, un sinfín de pensamientos vaciados en papel que acompañados por la energía que se dejaba sentir, me hicieron suponer que algo importante se gestaría a partir de esa primavera en Madrid y en toda España.

Es extraño, al menos para mí, llegar a un lugar y sentir que perteneces a él, eso me ocurrió al llegar a Plaza del Sol poco antes del anochecer de ese jueves 19 de mayo. Debo confesar que mi conocimiento de lo ocurrido hasta entonces era prácticamente nulo, ya que los medios de comunicación cubrían el suceso de forma poco profunda y casi marginal. Por pláticas con amigos supe la magnitud de la protesta y los disturbios, se trataba nada menos que de la mayor manifestación ciudadana de la historia de la democracia en España y por si esto fuera poco se realizaba sin ningún soporte político ni sindical, el único fin era expresar indignación ante los datos de desempleo y las leyes electorales.

Tuve la suerte de conocer a un grupo de jóvenes con los que pude charlar amablemente. Me sorprendió el intercambio de ideas que surgió, abierto, plural y sin censura. Con ellos expresé mi sentir respecto al hecho de haber terminado la carrera un año antes y desde entonces estar enviando currículas a destajo en Madrid y toda España, sin conseguir ni una entrevista de trabajo, con tan sólo 24 años de edad y mención de honor al graduarme. Esto es histórico Paulina, escuché decir a todos, esto es una revolución pacífica, nunca nos había tocado vivir algo así y hay que aprovecharlo, de momento nos están escuchando, estamos llamando su atención y ya saben que no estamos dormidos.

Según la información que me proporcionaron algunos de los organizadores, el día 15 después de los disturbios, se quedaron 40 personas en la plaza, éstas organizaron diferentes comisiones de trabajo y crearon una asamblea con el fin de dar continuidad al movimiento. Me cuentan que a partir del día siguiente la gente comenzó a sumarse a esas 40 personas y a las ocho de la noche se hizo la convocatoria para que todo el mundo fuese a la primera asamblea en donde todos comenzaron a participar. A partir de eso, el movimiento creció muchísimo más, quedándose a dormir ya unas cien personas y alrededor de mil al día siguiente.

Como cualquier movimiento espontáneo, de principio estuvo falto de organización, escuché decir que varias organizaciones se adjudicaban la convocatoria, entre ellas: Democracia Real Ya, Foro Social de Madrid, Movimiento V de Vivienda, Juventud sin futuro/sin miedo y No Les Votes, colectivos que surgieron a menester de las elecciones generales del 20 de noviembre de 2011 en España, en donde además de elegir presidente, estuvieron en juego 350 escaños del Congreso de los Diputados y 208 senadurías. De manera natural todos estos colectivos se fueron integrando hasta formar la organización Acampada Sol.

El movimiento llevaba escasos cinco días de existencia, pero fue gracias a las redes sociales, en especial Twitter, Facebook y Tuenti, que pequeñas réplicas de la protesta de Puerta del Sol comenzaron a darse por toda España y más tarde las veríamos también implementadas en muchas ciudades del mundo, hasta ese momento ninguno de los que estábamos allí nos pudimos imaginar tales alcances.

Como la historia de Paulina, se cuentan muchas más acerca del movimiento 15-M surgido ese 15 de mayo de 2011 en Madrid y extendido a todo el mundo. Tratemos ahora de entender este suceso y los factores que intervinieron para su surgimiento y desarrollo.

Mucho hemos oído ya acerca de Los Indignados. Al momento de leer este trabajo, seguramente usted ya tiene una idea preconcebida de lo que es, así que me avocaré a desmitificar este movimiento para poder entenderlo. Estudiar su causa y desarrollo es fundamental para entenderle y así más adelante comprender qué tienen que ver las redes sociales en este marco y cuál fue su trascendencia.

El año pasado la prensa nacional mexicana dedicó mucha tinta a la cobertura de éste y otro tipo de movimientos de protesta que se gestaron en Europa y América, en el contexto de la crisis económica global, pero debo resaltar que todos fueron consecuencia de un movimiento inicial surgido en España y más concretamente en la ciudad de Madrid.

Como una forma de calificarlos, los medios de comunicación españoles, les colgaron el mote de “indignados”. Aunque como bien destaca Amador Fernández-Savater, en su libro *Las Voces del 15-M*: “No encuentro a nadie en el campamento que se describa a sí mismo como ‘indignado’. Es una etiqueta mediática, no un gesto de autorrepresentación”.

Pero sin duda, el apelativo ganó fuerza y al final se impuso. Esta definición mediática del movimiento se hizo coincidir, no sin causa justificada, con el título de un folleto escrito por Stéphane Hessel, *Indignez Vous!* o en su traducción al español, *Indignaos!*, cuyo subtítulo acota: Un alegato contra la indiferencia y a favor de la insurrección pacífica. Su objetivo, exhortar a la juventud de Francia a tomar partido contra la infamia mundial.

Hessel, con 93 años ahora, no es un extraño del tema, ya que formó parte de la resistencia antinazi. Fue encarcelado en el campo de concentración de Buchenwald hasta el final de la Segunda Guerra Mundial, al haber trabajado junto al general Charles De Gaulle. Una vez concluida la guerra, De Gaulle lo nombró embajador de Francia en Naciones Unidas y, como tal, participó en la comisión redactora de la Carta Universal de Derechos Humanos de 1948. Además, desde los años setenta su nombre ha estado vinculado a la defensa de los derechos del pueblo palestino.

Su ensayo *Indignaos!* es un recordatorio a la necesidad de luchar, resistir y compartir las esperanzas. A los pocos meses de ser editado, había sido leído ya por miles de franceses, aunque su carácter local parece que traspasó fronteras. Lo que en principio comenzó como una advertencia, acabó siendo interpretado como un manifiesto de la conciencia.



El escrito de Hessel representa un punto de inflexión entre el desanimo, la apatía y el devenir de un nuevo movimiento ciudadano capaz de constituir una insurrección pacífica. Su propuesta en esencia llama a indignarse, a romper la indiferencia y posicionarse en contra el Estado de Israel por los actos de terrorismo cometidos contra la población palestina de Gaza y Cisjordania.

Para algunos críticos, este exhorto de Hessel tiene un destinatario único, la juventud francesa y mundial, por lo cual plantean que el movimiento de indignados en España, se corrompe si en él se incorporan trabajadores, desempleados, amas de casa, inmigrantes, profesionales, artistas y militares. Desde su ortodoxo punto de vista, ser indignado, es ser joven, apartidista, crítico del poder y respetuoso del sistema.

Este reduccionismo distorsiona el movimiento ciudadano de los indignados y lo condena a solamente expresar el descontento propio de una juventud que no

encuentra cabida en el mundo de los adultos. Incluso se le ha llegado a comparar con el movimiento pacifista hippie de los años sesenta del siglo pasado.

Por lo anterior, el reto de este nuevo movimiento supone ampliar esas limitadas perspectivas y abrir espacios de libertad para entrar en otro nivel de protestas, como la antisistémica y anticapitalista, lo cual supone sin lugar a dudas, romper las barreras generacionales y resaltar el destacado rol de los diferentes sectores de la sociedad que en él participan, sin dejar de preponderar por supuesto el importante papel de la juventud en su impulso, creación y desarrollo.



Manifestante portando máscara de Anonymous, seudónimo utilizado mundialmente por diferentes grupos o individuos para realizar acciones de protesta. CNN

Como analizamos anteriormente y como consecuencia directa de la crisis financiera, en España el desempleo juvenil sobrepasó el 40% y las expectativas de encontrar un trabajo digno son escasas. La falta de vivienda social, el

crecimiento del empleo basura, es despido libre y los bajos salarios, construyen el marco social en el cual transcurre la formación del movimiento.

Entre los sectores más destacados que se suman a él, se encuentran los desempleados o “parados de larga duración”, los trabajadores precarios con bajos salarios, los profesionistas que buscan su primer empleo, los inmigrantes sin papeles y los intelectuales. Muchos de ellos han perdido su trabajo, sufren de recortes en sus prestaciones sociales e incluso pierden sus ahorros. Sin trabajo y sin ahorros se enfrentan a un futuro desalentador en el que no pueden pagar los préstamos, las hipotecas, ni acceder al crédito. Entonces comienzan a ver cómo los bancos se quedan con sus viviendas, generalizándose así la gran crisis.

Muchos de ellos se ven obligados a enfrentarse a una nueva realidad que nadie se esperaba, obligados a acudir a la beneficencia y dormir en albergues o transformar sus autos en viviendas de emergencia y en el mejor de los casos, volver a la casa paterna o de parientes cercanos.

Frente a esta realidad, los nuevos movimientos ciudadanos organizan su respuesta. Denunciar la impunidad del capital financiero y el poder desmedido de los bancos, cuyo chantaje a los poderes públicos para recibir más dinero público y disfrutar de los paraísos económicos no tiene fin, la complicidad de un poder político entregado a sus designios y una fuerte crítica a las desigualdades sociales, así como la reivindicación de una democracia real.

Es así como el 15-M significó la unión de tan amplias y heterogéneas capas de la sociedad española, con el fin de demostrar el poder cívico y como consecuencia, la recuperación del gusto por participar en los asuntos políticos, que hasta ese entonces en España, al igual que en muchos países, había sido falsamente atribuida a la incompetencia de las clases políticas.

Dentro de su planteamiento político, los autores del *Manifiesto del Movimiento 15M–¡Democracia Real YA!*, se consideraban preocupados por el panorama político, económico y social existente, marcado por la corrupción de los políticos,

banqueros y grandes empresarios. Declararon que mediante la unión de la sociedad civil es posible construir un sistema mejor. Por ello sostuvieron lo siguiente:

Las prioridades de toda sociedad avanzada han de ser la igualdad, el progreso, la solidaridad, el libre acceso a la cultura, la sostenibilidad ecológica y el desarrollo, el bienestar y la felicidad de las personas.

Comunicado de prensa de "Democracia real YA" (17/05/2011)

Nosotros los desempleados, los mal remunerados, los subcontratados, los precarios, los jóvenes... queremos un cambio y un futuro digno. Estamos hartos de reformas antisociales, de que nos dejen en el paro, de que los bancos que han provocado la crisis nos suban las hipotecas o se queden con nuestras viviendas, de que nos impongan leyes que limitan nuestra libertad en beneficio de los poderosos. Acusamos a los poderes políticos y económicos de nuestra precaria situación y exigimos un cambio de rumbo.

Comunicado de prensa de "Democracia real YA" (17/05/2011)

No debemos omitir el contexto político en el cual surge el 15-M, en donde transcurría el último año de gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero, del Partido Socialista Obrero Español (PSOE). Las elecciones generales para renovar presidente se encontraban a seis meses de distancia (20 de noviembre de 2011). Se celebraron cuatro meses antes de lo previsto debido a la decisión por parte de Zapatero de efectuar un adelanto electoral, decisión que fue anunciada con sólo cuatro meses de antelación, el 28 de julio.

El gobierno de Zapatero se caracterizó por la división marcada de dos etapas: durante la primera, las principales decisiones fueron la retirada de las tropas españolas de Irak, el envío de tropas a Afganistán y la promoción de la Alianza de Civilizaciones. La estabilidad política y económica que vivió España entre 2004 y 2007 permitió el desarrollo de un programa progresista con acciones como la legalización del matrimonio homosexual, la Ley de la promoción de la autonomía personal y atención a las personas en situación de dependencia, la Ley para la igualdad efectiva entre mujeres y hombres, la creación de los Juzgados de Violencia sobre la Mujer, una nueva regularización de inmigrantes, el intento de proceso de paz con ETA, la Ley antitabaco y la reforma de estatutos de autonomía de algunas provincias como Cataluña.

La segunda parte de su mandato, estuvo intensamente definida por el impacto de una crisis económica mucho más grave y profunda de lo previsto por su gobierno y por la mayoría de los organismos económicos internacionales. Este período de recesión, agravado por el colapso del sector financiero y por la debacle del sector inmobiliario (principal motor económico y laboral de España en los 15 años previos) conllevó un brusco deterioro de la economía nacional y un rápido crecimiento del desempleo.

La reacción del gobierno de Rodríguez Zapatero consistió, en primera instancia, en programas de estímulo económico, como el Plan E, en los años 2008 y 2009; y en políticas de recorte presupuestario, los mayores de la historia reciente en 2010 y 2011, incluyendo la retirada de muchas de las medidas sociales puestas en marcha durante su propio gobierno, así como planes de ahorro energético y de competitividad, con la intención de iniciar la transición hacia un nuevo modelo económico fundamentado en la innovación.

Es en esta segunda parte del periodo de Zapatero cuando surge el movimiento 15-M, que además resultaría también ser testigo del inicio de las campañas electorales, el 4 de noviembre, en donde cinco partidos políticos se disputaban la presidencia del gobierno, 350 escaños en el Congreso de los Diputados y 208

curules del senado. El mismo día se efectuaron también elecciones locales en 35 municipios y en 110 entidades locales menores.

El 15-M irrumpió todo esto con un rotundo alegato dirigido sin complejos contra todos los partidos por igual. “No nos representan. No les votes”.

Los manifestantes elaboraron una serie de propuestas durante los primeros días, todas ellas se consensuaron en la Asamblea de Sol el 20 de mayo de 2011. A continuación hago un recuento de las más destacadas.

1. Cambio de la Ley Electoral para que las listas sean abiertas y con circunscripción única. La obtención de escaños debe ser proporcional al número de votos.
2. Atención a los derechos básicos y fundamentales recogidos en la Constitución como son: derecho a una vivienda digna, articulando una reforma de la Ley Hipotecaria para que la entrega de la vivienda en caso de impago cancele la deuda; sanidad pública, gratuita y universal; libre circulación de personas y refuerzo de una educación pública y laica.
3. Abolición de las leyes y medidas discriminatorias e injustas como han calificado la Ley del Plan Bolonia y el Espacio Europeo de Educación Superior, la Ley de Extranjería y la conocida como Ley Sinde.
4. Reforma fiscal favorable para las rentas más bajas, una reforma de los impuestos de patrimonio y sucesiones. Implantación de la Tasa Tobin, que grava las transferencias financieras internacionales y supresión de los paraísos fiscales
5. Reforma de las condiciones laborales de la clase política para la abolición de sus sueldos vitalicios, así como que los programas y las propuestas políticas tengan carácter vinculante.
6. Rechazo y condena de la corrupción. Que sea obligatorio por la Ley Electoral presentar unas listas libres de imputados o condenados por corrupción.

7. Medidas plurales con respecto a la banca y los mercados financieros en cumplimiento del artículo 128 de la Constitución, que determina que “toda la riqueza del país en sus diferentes formas y sea cual fuere su titularidad está subordinada al interés general”. Reducción del poder del FMI y del BCE. Nacionalización inmediata de todas aquellas entidades bancarias que hayan tenido que ser rescatadas por el Estado. Endurecimiento de los controles sobre entidades y operaciones financieras para evitar posibles abusos en cualquiera de sus formas.
8. Democracia participativa y directa en la que la ciudadanía tome parte activa. Acceso popular a los medios de comunicación, que deberán ser éticos y veraces.
9. Verdadera regularización de las condiciones laborales y que se vigile su cumplimiento por parte de los poderes del Estado.
10. Recuperación de las empresas públicas privatizadas.
11. Efectiva separación de los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial.
12. Reducción del gasto militar, cierre inmediato de las fábricas de armas y un mayor control de las fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado.
13. Recuperación de la Memoria Histórica y de los principios fundadores de la lucha por la Democracia en el Estado.
14. Total transparencia de las cuentas y de la financiación de los partidos políticos como medida de contención de la corrupción política.

Se hicieron además propuestas más controvertidas, como la abolición de la monarquía española, aunque en este punto no hubo consenso.

A través de convocatorias a protestas, acampadas y otras acciones contestatarias que analizaremos más adelante, el movimiento de Los Indignados ha dejado huella en la historia de España. La radiografía política de la Península Ibérica está obligada a transformarse una vez más, como lo hizo durante la transición a la democracia. La clase política se ha enterado ya, de que debe manejarse con más rectitud y disciplina.

Pero sin duda, el acierto más visible de este movimiento, es el de despertar una conciencia social, recordar a los ciudadanos que son parte de un todo en el que tienen obligación de participar y derecho a ser tomados en cuenta. La repolitización de la gente es saludable para el desarrollo de cualquier democracia y tal vez la crisis y los problemas sociales de España han sido el mejor pretexto para recordarlo.

Alguna vez leí que el desarrollo humano se supera más en tiempos de crisis. Que los grandes avances de nuestra especie han surgido casi siempre en las épocas difíciles, conflictos bélicos, hambrunas, pestes, crisis financieras. Pensando un poco, me doy cuenta que es verdad. España está pasando un momento histórico, lleno de dificultades y con un futuro que se mira desalentador a corto plazo, sin embargo, es también una nueva oportunidad para replantearse el camino a seguir.

Y no me refiero a la política o a la economía en especial, sino a un cambio radical de conciencia social, un cambio que surja desde la colectividad y que sea probablemente generacional, pero que lleve como fin una sociedad más justa, más consciente y más participativa.

El 15M es sin duda un instrumento influyente para ello, y es el vivo ejemplo de que sólo desde la organización y la movilización social se pueden realizar cambios trascendentales.



Acampada en Puerta del Sol Madrid. Diario El País.



Protesta masiva en calles de Barcelona. Diario El Mundo.

LO QUE NO SABÍA DE LAS REDES SOCIALES

La privacidad ya no es una norma social
Marck Zuckerberg
Fundador de Facebook

Esta mañana escuchando la radio, se programó una canción muy bella, han pasado muchos años desde que Roberto Carlos la convirtió en un éxito internacional, y reza así, “yo quiero tener un millón de amigos y así más fuerte poder cantar”. Si usted tiene más de 25 años seguramente la reconocerá; la letra de esta encantadora canción, se remonta a los años 80 y expresa en cada estrofa las buenas ansiedades de los jóvenes de aquella época, en donde la fraternidad y la cordialidad resaltaban entre las motivaciones juveniles.

Analizando esta canción y su letra, me di cuenta de que a tres décadas de ella, estamos cada vez más cerca de alcanzar el sueño de Roberto Carlos, tener un millón de amigos hoy en día. Ya no es una bonita utopía y esto se lo debemos a las redes en Internet.

¿Las redes sociales como Facebook, Twitter, Tuenti y MySpace están cambiando totalmente la forma de relacionarnos con nuestros vecinos, conocidos, clientes, familiares, seguidores, compañeros de trabajo, íntimos? Algunos ven riesgos de adicción y pérdida de privacidad y del verdadero sentido de la amistad, pero más de 940 millones de personas en todo el mundo ya se han dejado seducir por ésta, que para muchos, es la manera más novedosa de socializar y sentirse acompañados.

El éxito de las redes sociales ha sido asombroso. Los expertos no encuentran ningún otro producto que haya recibido una acogida tan veloz y masiva. Tuenti y Twitter nacieron hace sólo cuatro años; Facebook, seis, y la pionera MySpace, hace siete. Las hay globales y locales, elitistas o populares, orientadas al empleo, al ligue, fáciles y difíciles de utilizar, para jóvenes y para mayores. Pero todas

tienen en común que están formadas alrededor de las personas, dejando ver las líneas invisibles que son las relaciones que nos unen.

Los seres humanos siempre hemos formado redes en torno a nuestros gustos, aficiones, diversiones y preferencias, pero con la tecnología se han desarrollado más, se han eliminado barreras como las geográficas y podemos tener una mayoría de vínculos, que aunque débiles, en conjunto pueden ser más importantes. La acción de los lazos humanos es poderosa y creo que a eso se debe el gran éxito de esta nueva herramienta de comunicación.

Por otro lado, el estilo de vida actual es muy diferente al que tenían nuestros padres o abuelos, muchas cosas han cambiado y entre ellas la administración del tiempo. Quedó en el pasado aquella máxima de que el día consta de 24 horas y éstas se debían repartir así: ocho para trabajar, ocho para descansar y ocho para recrearse.

Desafortunadamente, la realidad se contrapone a ello y vemos empleados que laboran más de ocho horas diarias, que dedican tres o cuatro horas al día sólo para transportarse de su domicilio a su empleo y viceversa, y que su vida prácticamente se reduce a trabajar, dejando sólo espacio para el descanso vital que biológicamente requiere su cuerpo, excluyendo totalmente de sus hábitos las diversión personal o familiar. Ésta es una de las grandes causas por las cuales las redes sociales han tenido tanto éxito.

Si la gente no cuenta con tiempo ni con ánimos para trasladarse de un sitio a otro para visitar a algún pariente o familiar, los usuarios de redes sociales cuentan con esa opción para evitarse el tan engorroso recorrido. Esto ocurrió también cuando se inventó el teléfono, éste vino a simplificar la vida de mucha gente que pudo, sin gastar energía, estar en contacto con familia y amigos.

Con las redes estos procesos son parecidos, sólo que la experiencia es mucho más visual y gráfica, es un mundo virtual donde cada uno puede expresar sus ideas y pensamientos a través de la palabra escrita, de la fotografía, el video, la música, etc. y además de ello, se tiene la posibilidad de retroalimentar esa comunicación de ida, con la opinión de vuelta de sus seguidores.

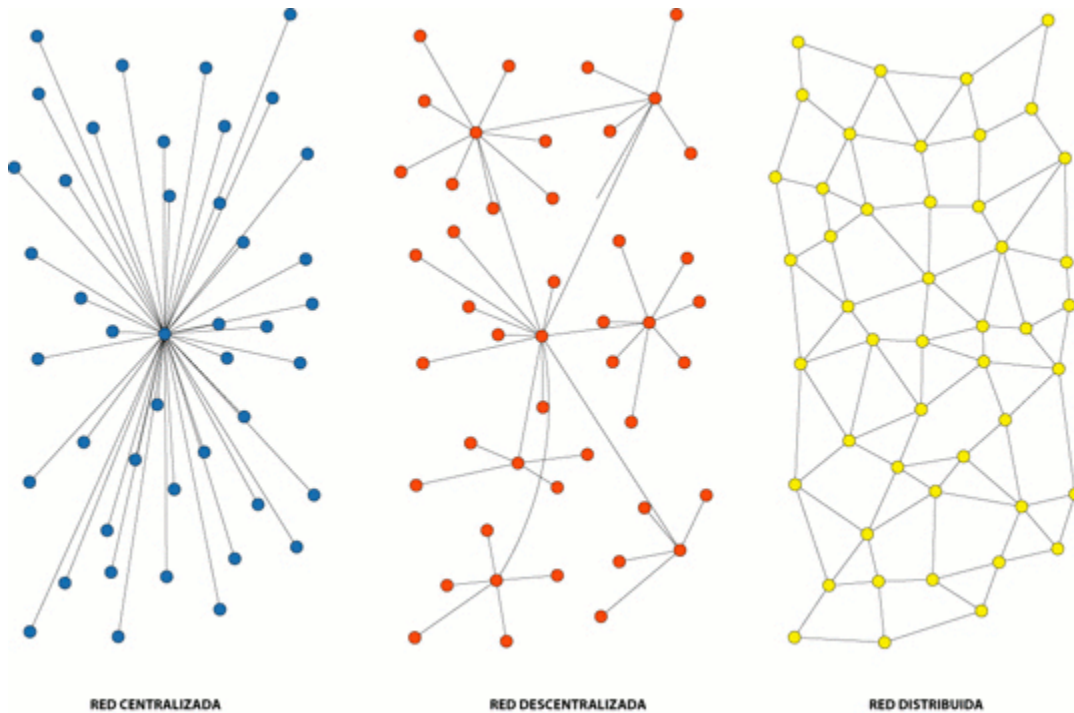
En esencia, nos conectamos a las redes para buscar esa vinculación social que nos marcan ahora los avances tecnológicos. Algunos estudiosos del tema señalan que participar en ellas es como vivir una realidad alterna, una que en ocasiones nos facilita ser más desinhibidos y expresar sin simulaciones nuestra forma de pensar. Esto se sustenta en que en gran medida se cuenta con un cierto anonimato a través de perfiles falsos que no revelan la verdadera identidad del usuario. Sin embargo, hay quienes defienden que ya no se debe hacer distinción entre el “dentro” y “fuera”, que la vida virtual, es la real, sólo que llevada a ese plano.

Entre las ventajas de usar las redes como espacio de interacción social se encuentra la gran velocidad a la que nos comunicamos, cuestión que hasta hace años era risible. Las redes están cambiando muchos paradigmas de la socialización. Desde que la humanidad existe siempre ha buscado interactuar con otros, lo que se ha venido modificando con los avances científicos y tecnológicos es el *cómo*.

Nos encontramos en una etapa que evoluciona rápidamente hacia lo virtual, con inconvenientes como el de la desconfianza que produce la comunicación que no es cara a cara, pero con muchas más ventajas que siguen explicando el crecimiento y éxito de este nuevo sistema que alienta a personas de todas las edades a incorporarse a él.

Su origen

El siguiente gráfico sostiene de alguna manera todo lo que vendrá a continuación, fue creado por Paul Baran para fundamentar la estructura de un proyecto que más tarde se convertiría en Internet.



Si observamos atentamente, los tres gráficos unen los mismos puntos de diferente manera. Estas tres disposiciones, técnicamente llamadas topologías, describen tres formas completamente distintas de organizar una red: centralizada, descentralizada y distribuida.

La idea central es que la clave para poder explicar la gran mayoría de los nuevos fenómenos sociales y políticos a los que nos enfrentamos, consiste en entender la diferencia entre un mundo en el que la información se distribuye en una red descentralizada y otro en el que lo hace en una red distribuida.

En 1964, Paul Baran había recibido un importante encargo de la Rand Corporation, el pensador científico de la defensa norteamericana: describir qué estructura debían de tomar las comunicaciones de datos para sobrevivir a la primera oleada de un ataque nuclear soviético.

Baran se dio cuenta de que en una red centralizada, la desconexión del nodo central destruye inmediatamente toda la red. Una red descentralizada era en cambio mucho más robusta: al eliminar uno de los nodos localmente centralizadores, la red no desaparecía completamente aunque algunos nodos quedaban desconectados y generalmente la red se rompía en varios trozos.

Baran se preguntó si no era posible definir una red cuya característica principal fuera que al eliminar cualquier nodo ningún otro quedara desconectado. Llamó a este tercer tipo «redes distribuidas» y propuso su uso para conectar entre sí los ordenadores de las grandes universidades que habían recibido fondos de investigación de la defensa. Esa red, DARPA Net, se conocería más adelante como internet.

Pero donde Baran veía ordenadores y cables, David de Ugarte, en *El Poder de las Redes*, ve todo un relato histórico.

La red centralizada correspondería casi perfectamente a la estructura de las redes de postas que eran el principal sistema de comunicación hace tres siglos. En el sistema de postas cada carta enviada de un punto a otro tenía que pasar necesariamente por la capital, la ciudad central donde vivía el rey y estaba establecido el poder que literalmente permitía que unos lugares se conectaran con otros. Son los tiempos de la monarquía absoluta, los monopolios reales y el estado confesional.

El sistema era especialmente rígido con las colonias americanas. En el Imperio Portugués, por ejemplo, estaba prohibido construir caminos entre las distintas colonias brasileñas y para poder enviar una carta de Río de Janeiro a Bahía, tenía que viajar hasta Lisboa sólo para volver por barco a América. No es de extrañar

que los primeros periódicos estuvieran en los puertos y sus noticias principales fueran precisamente las llegadas y salidas de barcos. En cambio, los periódicos con opinión y noticias políticas nacerán necesariamente en las capitales, donde las noticias llegaban antes que a ningún otro lado a través del correo. De hecho, todavía hoy la prensa llama “corresponsales” -es decir colaboradores por correspondencia- a quienes escriben fuera de la sede central del periódico.

Cuando durante la Revolución Francesa aparezca la primera forma de los partidos políticos modernos, «los clubs», funcionarán exactamente igual: sobre un centro en París con corresponsales en la provincia. Basado en el mismo sistema centralizado de comunicaciones, el modelo de Estado al que darán lugar los partidos de la Revolución Francesa será tan centralista como el de la monarquía absoluta. De hecho, todavía hoy se conoce al centralismo extremo como “Estado jacobino”.

Pero en 1844 Samuel Morse envió por primera vez una noticia a través de su “telégrafo eléctrico”. En noviembre de 1851 se abrió al público la primera línea de telégrafo entre el Reino Unido y Francia. El primer mensaje directo entre Londres y París llegaba pocos meses más tarde cuando un emprendedor alemán, Paul Julius Reuter, consigue conectar por primera vez París y Londres a través de un cable submarino. Su idea: compartir las cotizaciones de las bolsas europeas en tiempo real.

Los “cables” de Reuter pronto llevarán noticias de todo tipo y no sólo los inversores, sino los periódicos locales comenzarán a comprarlas. Reuter pronto se dará cuenta del valor de sus cables con noticias impactantes que llegan mucho antes que las crónicas que se envían por barco. Nace entonces la agencia Reuter's y en 1853, cuando estalla la guerra de Crimea, consigue el apoyo del Almirantazgo y el diario *The Times* para tender su red hasta el mismo mar Negro, donde ingleses, franceses, italianos, rusos y otomanos batallan por el control de las puertas de Asia.

Eran los comienzos de lo que Tom Standage bautizó, en su estupendo libro *Internet victoriana*. Aunque Standage se muestra irónico en su libro sobre el efecto final del telégrafo en las relaciones diplomáticas, en la medida en que modificó los asuntos militares. Y es que el telégrafo no sólo unió las bolsas, sino que unió y mestizó los intereses económicos de los tres países, Reino Unido, Estados Unidos y Francia, dando impulso tanto a la primera globalización como al imperialismo.

Les unió de hecho con más potencia que la rivalidad generada por las fuerzas centrífugas de la competencia. Y el nacimiento de las agencias de noticias Associated Press y Reuter's, hijas directas del telégrafo, contribuyó además a casar el "orden del día" del debate público entre ellas.

Es difícil entender hoy el cambio que supusieron las agencias de noticias para la democracia. Al principio la novedad consistió en que permitieron incorporar noticias nacionales y globales a la prensa local en un momento en que la alfabetización crecía tanto por necesidades productivas (las máquinas requerían cada vez más habilidades de manejo por parte de los obreros) como por la acción educativa del propio movimiento sindical y asociativo.

Pero al incorporar la prensa popular (y no sólo la burguesa, inaccesible para la mayoría de las personas tanto por sus costes como por su lenguaje), asuntos nacionales e internacionales, hasta entonces reducto de las cancillerías y la élite, la política exterior y "de Estado" pasó a formar parte de aquello sobre lo que cualquier ciudadano medio, independientemente de su clase social, tenía una opinión. Los argumentos del sufragio censitario se hacían obsoletos porque la información y la opinión abarcaban ahora al conjunto de la ciudadanía.

De hecho, el telégrafo también fue fundamental en el ascenso de nuevos sujetos con nuevos valores. Fue la clave que permitió soñar con acciones sindicales coordinadas entre Francia e Inglaterra. La convocatoria en 1864 de la conferencia que daría pie a la fundación de la Primera Internacional Socialista fue una consecuencia directa del tendido del primer cable telegráfico bajo el Canal de la Mancha.

Y es que la tecnología, en especial la de comunicaciones, genera las condiciones de posibilidad de los cambios en la estructura de poder. El paso de las postas (es decir, de la red centralizada) al telégrafo (la red descentralizada), supuso el fin del poder de filtro de un único agente sobre la información que recibían los demás. Con la red descentralizada vivimos la aparición del pluralismo y la democracia representativa universal, del sistema de agencias de noticias y periódicos moderno, de las multinacionales y del Estado federal.

Al final de la Segunda Guerra Mundial el mundo había desarrollado de forma completa la forma descentralizada que subyacía como posibilidad en el telégrafo. De hecho las comunicaciones serán ya mucho más que el telégrafo. Las mismas necesidades de la guerra y de las empresas para la gestión de un mundo globalmente descentralizado llevarán al desarrollo de nuevas herramientas para el proceso de información.

En 1944, en Bletchley Park, el centro criptográfico británico, Alan Turing anima la construcción de Colossus, el primer ordenador. Nace la informática y con ella un nuevo orden global descentralizado y distribuido.

El origen de las redes sociales se enmarca en la llamada Guerra Fría, entre el bloque comunista liderado por la Unión Soviética y el bloque capitalista con Estados Unidos a la cabeza. Supuso una carrera ascendente en orden a demostrar la superioridad tecnológica y militar de uno de los dos países. En 1957 la Unión Soviética lanzó con éxito el primer satélite artificial, el *Sputnik*, colocándose en aparente ventaja frente al adversario.

Como respuesta, el entonces presidente de los Estados Unidos, Dwight Eisenhower, ordenó la creación del ARPA (Advanced Research Projects Agency). Se trataba de un proyecto que desarrollaría la creación de una red de comunicación entre ordenadores. La particularidad de la iniciativa radicaba en la descentralización del sistema, pues estaba compuesto por varios ordenadores distantes geográficamente el uno del otro. Esta característica le confería el

carácter de “indestructible” pues todos tenían el mismo nivel de importancia: podía llegar a faltar uno sin que quedara impedida la mutua comunicación entre los restantes. Para 1973 se establecieron conexiones entre ordenadores de Estados Unidos, Gran Bretaña y Noruega.

El paso al sector civil sucedió en 1983 cuando el Departamento de Defensa de los Estados Unidos separó el ámbito civil del militar de su red de ordenadores. En 1989 un científico británico del Laboratorio Europeo de Física de Partículas, Tim Berners-Lee, inventó la *world wide web* (www: la red que engloba al mundo), combinando el hipertexto y el protocolo de comunicaciones de internet. Este importante acontecimiento propició un método eficaz y ágil al momento de intercambiar datos entre científicos.

Tras visitar el Laboratorio Europeo de Física de Partículas y entrevistarse con Berners-Lee, el 12 de diciembre de 1991, Paul Kunz, un físico de la universidad de Stanford, en California, creó el primer sitio *web* de la historia. El contenido era muy sobrio: apenas tres líneas de texto, un enlace a un correo electrónico y otro a una base de datos científica. Pero Kunz fue más allá al desarrollar un esbozo de navegador y ponerlo al alcance de los que tenían acceso a la red, de modo que otros investigadores pudieran seguir desarrollándolo.

Desde 1983 las primeras en beneficiarse de la red de comunicación entre ordenadores fueron las universidades. Para 1995, año en que la difusión de internet comenzó a internacionalizarse gracias, en buena medida, a su potencial económico, a la agilidad y bajo costo de la transmisión de informaciones y comunicación humana, grandes cadenas comerciales, de prensa o de servicios; organizaciones religiosas y filantrópicas; sociedades científicas, humanitarias, e incluso personas individuales, migraron a este gran vehículo de comunicación, para darse a conocer.

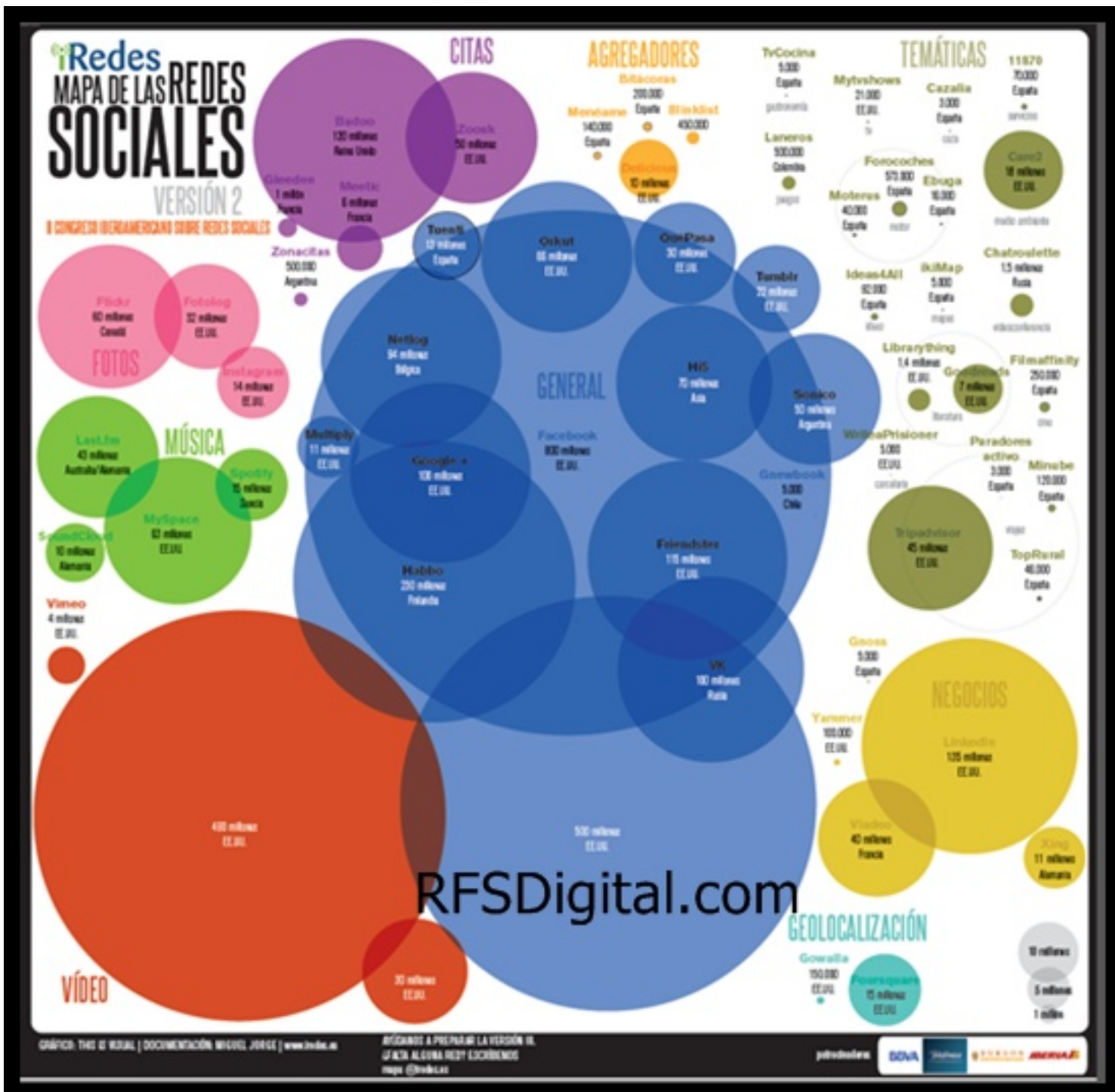
El antecedente histórico de las redes sociales virtuales tal como las conocemos ahora, se remonta a 1994-1995 cuando algunos sitios de internet fueron añadiendo, con las capacidades técnicas de entonces y en ámbitos más bien restringidos, la oportunidad de agregar comentarios en foros, mensajería instantánea y, eventualmente, listas de amigos.

En 1997, *SixDegrees.com* fue la primera red social. Permitía no sólo crear perfiles, sino también listas de amigos y, al año siguiente, también navegar por las listas de los amigos.

De 1997 a 2001, la evolución tecnológica facilitó nuevas herramientas que permitieron que *webs* como la del *LiveJournal* o la sueca *LunaStorm* estuviesen a la vanguardia e hiciesen sentir involucrados a sus usuarios. El batacazo final lo dio *Ryze.com* cuando en 2001, impulsó las redes empresariales en internet. Un año más tarde nacía *Friendster*, un portal para concertar citas *on line* que gozó de un éxito que también fue su ruina (las dificultades técnicas no pudieron hacer frente a la alta demanda de servicios).

Aprovechando la agonía de *Friendster*, Tom Anderson echó a andar en 2003 un proyecto al que apenas si se le dio cobertura en sus inicios. Lo tituló *MySpace*. Meses más tarde, en 2004, Mark Zuckerber lanzaría el proyecto *Facebook*.

El fenómeno *Facebook* dio pie al desarrollo, consolidación, masificación y proliferación de numerosas redes sociales en los meses y años subsiguientes: *Orkut* se convirtió en la primera en Brasil y en un proyecto exitoso en la India; *Mixi* se expandió por todo Japón; *LunaStorm* consolidó su primacía en Escandinavia; Holanda abrazó *Hyves* y *Gronó* se hizo con Polonia; *Hi5* conoció el éxito en Latinoamérica y algunos países europeos; *Bebó* amplió su poder en Gran Bretaña, Nueva Zelanda y Australia; *QQ* se masificó en China y, más recientemente, *Tuenti* conquistó España.



Mapa del uso de las redes sociales presentado en el II Congreso Iberoamericano sobre Redes Sociales 2012.

¿Qué son y con qué se comen?

Internet permite la creación en red, más allá de una suma de individualidades

Manuel Castells

Sociólogo y director del Instituto Interdisciplinario de Internet en la Universitat Oberta de Catalunya

El concepto de red social, es ancestral y su análisis está relacionado con ciencias como sociología, antropología, psicología social, economía, geografía, ciencias políticas y sociolingüística. En el lenguaje cotidiano se ha utilizado libremente la idea de "red social" durante más de un siglo para denotar conjuntos complejos de relaciones entre miembros de los sistemas sociales en todas las dimensiones, desde el ámbito interpersonal hasta el internacional.

En 1954, el antropólogo de la Escuela de Manchester J. A. Barnes comenzó a utilizar sistemáticamente el término para mostrar patrones de lazos, abarcando los conceptos tradicionalmente utilizados por los científicos sociales: grupos delimitados (tribus, familias) y categorías sociales (género, etnia). El análisis de redes sociales ha pasado de ser una metáfora sugerente a constituirse en un enfoque analítico y un paradigma, con sus principios teóricos, métodos de software para análisis de redes sociales y líneas de investigación propios.

Una red social es una estructura social compuesta por grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes o conocimientos. La investigación multidisciplinaria ha mostrado que las redes sociales operan en muchos niveles, desde las relaciones de parentesco hasta las relaciones de organizaciones a nivel estatal, desempeñando un papel crítico en la determinación de la agenda política y el grado en el cual los individuos o las organizaciones alcanzan sus objetivos o reciben influencias.

El análisis de redes sociales estudia esta estructura social aplicando la Teoría de Grafos e identificando las entidades como "nodos" o "vértices" y las relaciones como "enlaces" o "aristas". La estructura del grafo resultante es a menudo muy compleja. En su forma más simple, una red social es un mapa de todos los lazos relevantes entre todos los nodos estudiados. Se habla en este caso de redes "sociocéntricas" o "completas". Otra opción es identificar la red que envuelve a una persona (en los diferentes contextos sociales en los que interactúa); en este caso se habla de "red personal".

Respecto a estas redes, pero trasladadas al plano virtual (internet), podemos decir que el software germinal de las redes parte de la teoría de los seis grados de separación, según la cual toda la gente del planeta está conectada a través de no más de seis personas. De hecho, existe una patente en Estados Unidos conocida como *six degrees patent* por la que ya han pagado Tribe y LinkedIn. Hay otras muchas patentes que protegen la tecnología para automatizar la creación de redes y las aplicaciones relacionadas con éstas.

Seis grados de separación es la teoría de que cualquiera en la tierra puede estar conectado a cualquier otra persona en el planeta a través de una cadena de conocidos que no tiene más de seis intermediarios. La teoría fue inicialmente propuesta en 1929 por el escritor húngaro Frigyes Karinthy en una corta historia llamada Chains. El concepto está basado en la idea que el número de conocidos crece exponencialmente con el número de enlaces en la cadena, y sólo un pequeño número de enlaces es necesario para que el conjunto de conocidos se convierta en la población humana entera.

Los fines que han motivado la creación de las llamadas redes sociales son varios, principalmente, es el diseñar un lugar de interacción virtual, en el que millones de personas alrededor del mundo se concentran con diversos intereses en común.

El sociólogo Duncan Watts recoge esta teoría en el libro *Six Degrees: The Science of a Connected Age* y que asegura que es posible acceder a cualquier persona del planeta en tan solo seis "saltos".

Según esta teoría, cada persona conoce de media, entre amigos, familiares y compañeros de trabajo o escuela, a unas cien personas. Si cada uno de esos amigos o conocidos cercanos se relaciona con otras cien personas, cualquier individuo puede pasar un recado a 10 mil personas más tan solo pidiendo a un amigo que pase el mensaje a sus amigos.

Estos 10 mil individuos serían contactos de segundo nivel, que un individuo no conoce, pero que puede conocer fácilmente pidiendo a sus amigos y familiares que se los presenten, y a los que se suele recurrir para ocupar un puesto de trabajo o realizar una compra. Cuando preguntamos a alguien, por ejemplo, si conoce una secretaria interesada en trabajar, estamos tirando de estas redes sociales informales que hacen funcionar nuestra sociedad.

Este argumento supone que los cien amigos de cada persona no son amigos comunes. En la práctica, esto significa que el número de contactos de segundo nivel será sustancialmente menor a 10 mil, debido a que es muy usual tener amigos comunes en las redes sociales. Si esos 10 mil conocen a otros cien, la red ya se ampliaría a un millón de personas conectadas en un tercer nivel, a cien millones en un cuarto nivel, a diez mil millones en un quinto nivel y a un billón en un sexto nivel. En seis pasos, y con las tecnologías disponibles, se podría enviar un mensaje a cualquier lugar del planeta.

Evidentemente cuanto más pasos haya que dar, más lejana será la conexión entre dos individuos y más difícil la comunicación. Internet, sin embargo, ha eliminado algunas de esas barreras creando verdaderas redes sociales mundiales.

En 1967, el psicólogo estadounidense Stanley Milgram ideó una nueva manera de probar la Teoría, que él llamó "el problema del pequeño mundo". El experimento del mundo pequeño de Milgram consistió en la selección al azar de varias personas del medio oeste estadounidense para que enviaran tarjetas postales a un extraño situado en Massachusetts, situado a varios miles de millas de distancia. Los remitentes conocían el nombre del destinatario, su ocupación y la localización aproximada. Se les indicó que enviaran el paquete a una persona que

ellos conocieran directamente y que pensarán que fuera la que más probabilidades tendría, de todos sus amigos, de conocer directamente al destinatario. Esta persona tendría que hacer lo mismo y así sucesivamente hasta que el paquete fuera entregado personalmente a su destinatario final.

Aunque los participantes esperaban que la cadena incluyera al menos cientos de intermediarios, la entrega de cada paquete solamente llevó, como promedio, entre cinco y siete intermediarios. Los descubrimientos de Milgram fueron publicados en *Psychology Today* e inspiraron la frase seis grados de separación.

En 2011, la empresa Facebook realizó un estudio denominado "Anatomy of Facebook" con todos los usuarios activos de su página en ese momento 721 millones de miembros (alrededor del 10% de la población mundial) y se analizó el conjunto de amigos en común, para sacar el promedio de cuántos eslabones hay entre cualquier usuario y otro cualquiera. De esta prueba se excluyó a celebridades y famosos. Los resultados mostraron que el 99,6% de pares de usuarios estuvieron conectados por cinco grados de separación. Ésta es la prueba más cercana de la teoría a la fecha de hoy y da un resultado aproximado de 4.75 eslabones.

El origen de las redes sociales se remonta, al menos, a 1995, cuando Randy Conrads crea el sitio web classmates.com. con esta red social se pretende que la gente pueda recuperar o mantener el contacto con antiguos compañeros del colegio, instituto, universidad, etcétera.

En 2002 comienzan a aparecer sitios web promocionando las redes de círculos de amigos en línea cuando el término se empleaba para describir las relaciones en las comunidades virtuales, y se hizo popular en 2003 con la llegada de sitios tales como MySpace o Xing. Hay más de 200 sitios de redes sociales, aunque Friendster ha sido uno de los que mejor ha sabido emplear la técnica del círculo de amigos. La popularidad de estos sitios creció rápidamente y grandes compañías han entrado en el espacio de las redes sociales en Internet. Por

ejemplo, Google lanzó Orkut el 22 de enero de 2004. Otros buscadores como KaZaZZ! y Yahoo crearon redes sociales en 2005.

En estas comunidades, un número inicial de participantes envían mensajes a miembros de su propia red social invitándoles a unirse al sitio. Los nuevos participantes repiten el proceso, creciendo el número total de miembros y los enlaces de la red. Los sitios ofrecen características como actualización automática de la libreta de direcciones, perfiles visibles, la capacidad de crear nuevos enlaces mediante *servicios de presentación* y otras maneras de conexión social en línea. Las redes sociales también pueden crearse en torno a las relaciones comerciales o a cualquier otra afición o preferencia.

Las herramientas informáticas para potenciar la eficacia de las redes sociales online, operan en tres ámbitos, “las tres “C”, de forma cruzada:

- Comunicación (nos ayudan a poner en común conocimientos).
- Comunidad (nos ayudan a encontrar e integrar comunidades).
- Cooperación (nos ayudan a hacer cosas juntos).

Las redes sociales continúan avanzando en Internet a pasos agigantados, especialmente dentro de lo que se ha denominado Web 2.0 y Web 3.0, y dentro de ellas, cabe destacar un nuevo fenómeno que pretende ayudar al usuario en sus compras en Internet: las redes sociales de compras, las cuales tratan de convertirse en un lugar de consulta y compra.

Un espacio en el que los usuarios pueden consultar todas las dudas que tienen sobre los productos en los que están interesados, leer opiniones y escribirlas, votar a sus productos favoritos, conocer gente con sus mismas aficiones y, por supuesto, comprar ese producto en las tiendas más importantes con un solo clic. Esta tendencia tiene nombre, se llama Shopping 2.0.

Resumiendo, podemos decir que las redes sociales en internet son comunidades virtuales donde sus usuarios interactúan con personas de todo el mundo con quienes comparten gustos o intereses en común. Funcionan como una plataforma de comunicaciones que permite conectar gente que se conoce o que desea conocerse, y que les permite centralizar recursos, como fotos y vídeos, en un lugar fácil de acceder y que es administrado por los propios usuarios. Internet es un medio propicio para hacer este tipo de conexiones y, contrario a la creencia popular, la primera red social disponible en Internet no es Facebook (2004), sino una página llamada Classmates.com creada en 1995.

A continuación haré un recuento de las redes sociales más populares y exitosas de internet, describiendo el número aproximado de usuarios con el que cuentan y sus zonas de influencia.

Facebook

Es la red social más exitosa, conocida y popular de internet. Es una herramienta social para conectar personas, descubrir y crear nuevas amistades, subir fotos y compartir vínculos de páginas externas y videos.

La popularidad de Facebook tiene varias causas, entre ellas la facilidad de compartir contenido, ya sea en links, fotos o videos. La interface sencilla, aun para el usuario no experimentado en la navegación web, la facilidad con que cualquier persona puede convertirse en miembro y crear una cuenta. La herramienta de chat nunca antes vista, que hace que no sea necesaria una herramienta de terceros para comunicarse en tiempo real.

Las recomendaciones de nuevos amigos, muchas veces acertadas. Las exitosas páginas de fans benéficas para negocios, empresas y marcas. La posibilidad de los desarrolladores de crear aplicaciones para integrarlas y ganar dinero por ello.

Éstos y muchos otros factores hacen que Facebook sea la red preferida, tanto para personas, negocios y empresas. Para registrarse sólo se necesita una dirección de email válida. Posee una clasificación en PageRank de 10, siendo el sitio más visitado de internet después del buscador Google.

Es una red de contenidos generales y tiene influencia en todo el mundo. A nivel global cuenta con un aproximado de 898 millones de usuarios y contando. Los países con más perfiles creados son Estados Unidos, seguido de Brasil e India. México ocupa el sexto lugar con casi 37 millones de usuarios y España la nada despreciable cantidad de 16 millones.

Twitter

Twitter es una red social de microblogging, o sea una red para publicar, compartir o intercambiar información, mediante breves comentarios en formato de texto, con un máximo de 140 caracteres, llamados tweets, que se muestran en la página principal del usuario.

Es la plataforma de comunicación en tiempo real más importante que existe en la actualidad. Los usuarios pueden suscribirse a los tweets de otros, a esto se le llama "seguir" y a los suscriptores se les llaman "seguidores". Posee un especial atractivo para actualizar el estado rápidamente desde dispositivos portables como los teléfonos celulares y para compartir noticias en tiempo real.

La principal característica de twitter es su sencillez, también la facilidad y diversidad de formas existentes para conectarse a dicha red y poder comunicarse con otros. Puede ser desde una PC, un portátil, una tableta, un iPhone u otro smarphone o hasta desde un teléfono cualquiera, aunque no tenga acceso a internet, sólo que sea capaz de enviar mensajes SMS.

Algunos de sus usuarios se han vuelto tan adictos a esta red, que no conciben internet sin twitter. Muchas de las páginas de internet incluyen un botón que permite compartir con los seguidores en esta red cualquier página que se considere puede resultar interesante y útil, de esa forma adicionalmente se mantiene nuestro perfil constantemente actualizado.

Esta red cuenta con casi 400 millones de usuarios en todo el mundo y nuevamente Estados Unidos encabeza la lista de países con más cuentas, seguido de Brasil y Japón; en el séptimo lugar se encuentra México con cinco millones.

A pesar de que hay 400 millones de cuentas, sólo cerca cien millones son constantemente activos. En este tema cambian las posiciones, pues a pesar de que Estados Unidos se lleva por mucho la delantera en creación de cuentas, ocupa el cuarto lugar en actividad. El liderazgo en cuanto al uso constante de esta red se lo lleva Holanda, seguido de Japón y España en tercer lugar.

Google+

Google+ es la más nueva y reciente de las redes sociales y ya cuenta con una inmensidad de miembros. No posee las características de Facebook, ni pretende imitarlo. Gracias al inmenso protagonismo y poder de Google en internet, puede llegar a ser una de las redes más grandes y poderosas.

Brinda facilidades para crear redes de amigos y organizarlos en los llamados *círculos*. Posibilita subir contenido para compartir de forma sencilla. Se facilita la publicación de artículos en dicha red mediante el botón +1 que ya aparece en varias páginas de internet y en la barra de Google en el navegador que la tenga instalada.

Se integra con otros servicios populares de Google como Gmail, GMaps, Calendario, Docs, etc. Google+ es una red en pleno desarrollo y llena de nuevas posibilidades.

Google+ ha hecho posible y aún está en proceso de desarrollo, una herramienta única en los sitios sociales de internet, que es llamada los Hangouts. Consiste simplemente en compartir conversaciones en video con los miembros de la red. Al entrar a la página y usar el botón necesario, se pueden ver los Hangouts que se están realizando y en los que podemos participar. Esta funcionalidad puede dar posibilidades en el futuro cercano, de ver y participar en cualquier entrevista hecha en vivo a personalidades, artistas o figuras públicas.

Se debe estar al tanto de todos los nuevos cambios en esta red, única en internet por las inmensas posibilidades de su promotor. Google+ cuenta con cien millones de usuarios a nivel mundial y sus creadores esperan que se incremente a 400 millones para finales de 2012. Estados Unidos es nuevamente su zona de influencia más visible.

Orkut

Orkut es una red social promovida y creada por Google desde enero del 2004. La red está diseñada para permitir a sus integrantes mantener sus relaciones existentes y hacer nuevos amigos, contactos comerciales o relaciones más íntimas.

El servicio ha sido diseñado por el actual empleado turco de Google, Orkut Büyükkökte. Cuenta con 66 millones de usuarios; la mayoría son de Brasil y de India.

Badoo

Badoo es una red social creada en 2006 y gestionada desde su sede central en Londres. El principal objetivo de sus miembros es encontrar amigos o parejas. Es uno de los sitios más visitados del mundo. Está disponible en 16 idiomas y cuenta con usuarios procedentes de 180 países diferentes.

Se caracteriza por tener un sistema de búsqueda de usuarios por ubicación geográfica, que permite contactar amigos o relaciones en una zona cercana, lo que facilita el contacto físico. Es la red social ideal para buscar relaciones que puedan evolucionar a un contacto físico.

Pese a la inmensa popularidad que tiene en el área de habla hispana, en un estudio realizado por la Universidad de Cambridge sobre la privacidad en las redes sociales, Badoo obtuvo la peor puntuación sobre las 45 examinadas. Actualmente cuenta con 120 millones de usuarios.

Tuenti

Tuenti es una red social dedicada a la juventud española. Para convertirse en miembro es necesaria una invitación. Una de las características de Tuenti es proteger a toda costa la privacidad de sus usuarios, por lo que es una plataforma cerrada.

Es la red social más privada e indicada para aquellos usuarios que únicamente quieren comunicarse con sus amigos, sin que la información acabe en Internet o pueda ser rastreada por buscadores.

Permite al usuario crear su propio perfil, subir fotos y videos y contactar con amigos. Tiene otras muchas posibilidades como crear eventos, Tuenti Sitios y Tuenti Páginas, etiquetar amigos en fotos, comentar sus estados, crear su propio espacio personal, chatear y jugar dentro de la red social. Se cuentan 13 millones

de usuarios y es una de las redes sociales locales más exitosas; su zona de influencia es básicamente España.

YouTube

YouTube es una red de almacenaje gratuito en la red, donde es posible subir para compartir, ver, comentar, buscar y descargar videos. Es otro de los muchos servicios que ofrece Google.

Es muy popular gracias a la posibilidad de alojar vídeos personales de forma sencilla. Posee una gran variedad de clips de películas, programas de televisión y videos musicales. En la actualidad ha llegado a constituir un complemento de la televisión. La página de estadísticas de esta red no indica la cantidad de usuarios con la que cuenta, sin embargo estima que cada minuto se suben más de 48 horas de video desde cualquier parte del mundo.

Netlog

Netlog es una red social enfocada en la juventud, con miembros de América Latina y Europa. Para participar en Netlog, sólo se necesita registrarse mediante una dirección de correo electrónico válida o utilizando la invitación de miembro.

En esta red es posible crear tu propio espacio web, personalizándolo con fotos, vídeos, tener tu blog, hacer comentarios, participar en juegos, compartir regalos, chatear, etc. Es una de las redes con más activa participación de sus usuarios. Es una red de contenido general y posee más de 90 millones de miembros.

Como podemos ver, existe una gran cantidad de redes sociales, muchas de ellas con temáticas enfocadas a temas concretos, por ejemplo redes de fotografía como

Flickr, Instagram y Fotolog que permiten editar, retocar y agregar efectos a las fotos tomadas con celulares y facilitan compartirlas en otras redes. Redes orientadas a compartir en el ámbito profesional y de negocios como LinkedIn.

Redes de geolocalización como Foursquare donde sus miembros comparten lugares específicos a los que acceden físicamente y que consideran de interés para señalar recomendaciones de restaurantes, bares, cines, etc.

El negocio de las redes sociales se encuentra en franca evolución, la mayoría de las empresas ya consolidadas en internet como proveedores de diferentes servicios, están buscando la forma de subirse a este tren de oportunidades que representa esta nueva era de la comunicación interpersonal.

Para darnos una idea de la importancia que han adquirido las redes sociales, les compartiré algunos datos sobresalientes del octavo estudio de hábitos de los usuarios de internet en México, presentado por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI).

Se estima que en 2011 el número de internautas alcanzó los 40.6 millones, lo que representa un incremento del 14% respecto a 2010, es decir, nos encontramos en un histórico de usuarios de internet en México. Se destaca que el tiempo promedio de conexión de estos usuarios es de cuatro horas y nueve minutos al día. El acceso a las redes sociales es la segunda actividad *on line* más importante que realizan los usuarios mexicanos después de revisar su email.

El estudio señala también que nueve de cada 10 internautas mexicanos acceden a alguna red social, el 26% tiene una antigüedad de tres años dentro de las redes. Las más usadas son en primer lugar Facebook, seguido por YouTube y en tercera posición tenemos a Twitter y como dato curioso tenemos que el internauta mexicano se encuentra inscrito en cuatro redes sociales en promedio.

Estos datos a nivel nacional nos pueden dar también una idea de lo que sucede a nivel global y sin duda representan en gran parte la necesidad innata de los seres humanos a relacionarnos y comunicarnos con nuestros semejantes, lo que limita en gran medida la vida moderna. Estas redes suplen de cierta forma el aislamiento social y la falta de roce que trae consigo el desarrollo. La facilidad que ofrecen de conocer personas y de establecer relaciones de amistad con gente que posee gustos e intereses similares a los nuestros, estimula también la participación en estos sitios.



Logotipos de las redes sociales más conocidas.

Postear, twittear... los nuevos verbos

Hay un ser humano detrás de cada tweet, blog y correo electrónico. Recuérdalo
Chis Brogan
Escritor, periodista y consultor de social media

El argot es el lenguaje que un grupo de personas comparte según su actividad, profesión, origen, nivel social, pasatiempos o aficiones. Del mismo modo, el internet y las redes sociales cuentan con su propio lenguaje y reglas de comunicación. A veces dependen del sitio en línea, pudiendo ser un foro, una sala de chat, un blog o una red social. Sin embargo, existen siglas, palabras, símbolos y pautas de comportamiento que son casi universales.

A continuación presento un breve diccionario del argot utilizado en las redes sociales más populares.

Facebook

Perfil: Es la parte creada por el usuario donde se concentran las actividades que desarrolla, sus intereses, gustos y formas de pensar; básicamente es la parte que muestra la personalidad, incluso se acompaña de una fotografía, llamada así, foto de perfil, con la cual el usuario quiere mostrarse al mundo virtual; aquí se concentran también los principales datos personales, como edad, sexo, lugar de nacimiento y residencia, preferencia sexual e incluso situación sentimental.

Muro o Time line: es el elemento central sobre el que relacionan los usuarios. Es en ese espacio donde tus contactos te podrán dejar mensajes y compartir enlaces externos, videos, fotos, música, etc.

Post: se traduce en español como “artículo”, aunque se suele utilizar con la terminología inglesa o el nombre de “entrada” y se refiere a todas aquellas publicaciones hechas por el propio usuario o sus contactos. Debido a su uso frecuente se ha extendido como verbo el término “postear” que significa publicar

contenidos. También es muy común referirnos como post a las entradas que se hacen en un blog.

Comentar: comentar en facebook no es otra cosa que escribir una opinión acerca de un post realizado por algún amigo o por el mismo usuario, es decir, la retroalimentación que estimula esta red social, como lo señala la ingeniera Rosalba de la Rosa, asidua usuaria de esta red social.

Me gusta/Like: dar like o me gusta es indicar que estás de acuerdo, te gusta o te identificas con el post, ya sea texto, imagen o video. Está señalado debajo de cada post dentro de facebook y ya en casi cualquier artículo o video en la red se puede identificar una pequeña manita con el dedo pulgar hacia arriba, con la que al presionar indicarás que te gusta y se compartirá en tu perfil.

Inbox/privado: se refiere a la comunicación en privado que puede existir de usuario a usuario, es una especie de chat si sé está en línea o un servicio de mensajes si no.

Etiquetar: es un sistema mediante el cual haces partícipe a tus contactos dentro de alguna de tus publicaciones. Generalmente se etiquetan fotografías en las que aparecen contactos del usuario, es una especie de acuse de recibido de que están presentes en esa foto. Se puede también etiquetar en las publicaciones, por ejemplo, yo subo a mi muro un poema, pero deseo dedicárselo a alguno de mis amigos, entonces lo etiqueto para que automáticamente él reciba una notificación. Ésta es una buena forma de asegurar que será visto por el destinatario.

Twitter

Tweet: por su significado en inglés, es piar o parlotear; es decir, se trata del sonido que emiten los pájaros. Por esta razón, un tweet también es el mensaje que podemos enviar a través de twitter y de aquí se desprende el porqué su logo es un pájaro. Los tweets son limitados, sólo pueden tener una extensión de hasta 140

caracteres, puede contener letras, números, signos y enlaces siempre y cuando no rebase el límite de caracteres

Twitter: es el nombre generalizado que se le da a los usuarios de twitter, es decir, al que genera los contenidos de la cuenta. El término traducido oficialmente al español sería twiteros, aunque se ha castellanizado popularmente como tuiteros.

Follow: su traducción es “seguir”, es decir que dar un follow a alguien es suscribirse para recibir sus tweets y seguir sus comentarios dentro de esta red.

Follower: se traduce como “seguidor” y es esencialmente el que sigue nuestras publicaciones. El éxito en esta red social se suele medir de acuerdo a la cantidad de follower o seguidores que se tienen.

Retweet: en el uso común dentro de la red se abrevia RT y se popularizó al castellano como retuitear, quiere decir que se comparte algún tweet o publicación de otra persona, un tercero.

Trending topic: Se abrevia TT y se trata de los temas del momento o temas de actuales de los que se está hablando en twitter en ese momento. Hay que señalar que durante un día los TT suelen variar y diversificarse, en la mayoría de los casos la agenda suele estar determinada por los acontecimientos mundiales, nacionales o locales.

Direct messages: son los mensajes directos y privados que suelen tener los usuarios entre ellos, se abrevia DM.

Hashtag: del inglés hash: almohadilla y tag: etiqueta. En twitter es una cadena de caracteres formada por una o varias palabras concatenadas y precedidas por el signo “#”. Representa un tema en el que cualquier usuario puede hacer un aporte o dar una opinión personal respecto al tema abierto con sólo escribir la cadena de caracteres tras la almohadilla # que dan nombre a ese tema. Un ejemplo conocido en nuestro país es #yosoy132.

LAS REDES SOCIALES COMO CAJA DE RESONANCIA

Las redes sociales se han convertido en parte de nuestra cotidianidad. Es muy común escuchar conversaciones en nuestro círculo cercano, acerca de algo que se publicó o se comentó en alguna red social, lo cual indica que en el plano personal, esta nueva forma de comunicarnos tiene ya una dimensión real.

Es un hecho que cada día se suman miles de personas al mundo de las redes sociales, ya sea por curiosidad, convicción, socialización o interés. El uso de las redes está dejando de ser una moda, para convertirse en un estilo de vida, en el que la vida real se alterna o complementa con esta vida virtual que se da a través de internet.

Lo que comenzó siendo una moda de los jóvenes para socializar y entretener, se está convirtiendo en un democrático medio de comunicación, capaz de romper brechas generacionales, estatus económicos, distinciones étnicas, religiosas o lingüísticas. Sólo basta tener un perfil para poder expresar casi cualquier pensamiento que pase por nuestra cabeza y además recibir retroalimentación de nuestros lectores.

Las redes sin duda marcarán una nueva era de la comunicación humana, una menos totalitaria y mucho más representativa. Ya no se necesita de un micrófono, una cámara o una columna periodística para que la opinión de cualquiera sea escuchada y valorada. Esto puede ser o no tan bueno, como se quiera ver, hay quienes afirman que con la evolución de las redes sociales se desvirtuaran peligrosamente la forma y el fondo de los mensajes colectivos de una sociedad.

Sin embargo, ya están aquí y funcionan como catarsis del pensamiento humano que no ha podido encontrar otras formas de liberación. El uso de las redes es un proceso relajado y accesible para cualquiera que posea la tecnología de una computadora, teléfono o gadget conectado a internet. Gracias a esta accesibilidad

se incrementan de manera importante los usuarios entre 40 y 50 años, que se articulan a esta novedosa forma de comunicarse.

Distingo a las redes sociales como una caja de resonancia, porque al igual que en los instrumentos de cuerda, éstas tienen la finalidad de amplificar y modular los sonidos o mensajes que se desean compartir. Las redes sociales han sido desde su aparición, un poderoso instrumento de comunicación casi instantánea. Lo mismo las hemos visto ser utilizadas en desastres naturales como en elecciones presidenciales, campañas políticas, promociones publicitarias y muchos sucesos relevantes que cuentan con importancia e inmediatez en determinados puntos del planeta.

En todos ellos se cumple esta función de comunicar, pero ¿se puede ir más allá de eso? ¿Pueden las redes sociales incidir de forma contundente en decisiones políticas o sociales importantes o sólo existen para ser un medio de expresión, protesta o catarsis?

Las redes y la política han estado intensamente vinculadas, sobre todo en los últimos años; México acaba de ser testigo de la euforia política que desató el proceso electoral de 2012 en las redes y que además creó, estructuró y llevó a las calles al movimiento #YoSoy132 que rompiendo la barrera de lo virtual se empoderó para convertirse en el primer ejemplo de ciberactivismo político en México.

Casi cualquier tema político o social está siendo puesto bajo el escrutinio de las redes, donde todo mundo opina y da su punto de vista. En este contexto se ha tenido éxito al apoyar algunas causas sociales, como lo fue la cancelación del megaproyecto Cabo Cortés en Cabo Pulmo, en donde defensores del medio ambiente y activistas, encabezados por la asociación Greenpeace, generaron mecanismos de presión y de conciencia a través de las redes sociales para recabar 220 mil firmas contra el insustentable proyecto.

Fue el 15 de junio de 2012, cuando con un escueto mensaje (también en twitter), el presidente Felipe Calderón anunció la cancelación del proyecto; sin duda un gran triunfo para la sociedad y las organizaciones no gubernamentales, pero más importante para la reputación de las redes sociales, cuya contribución fue decisiva, mostrando así el brazo de su fuerza de convocatoria.

Es difícil expresar hasta qué punto, desde la mirada y la práctica de las redes, el individuo es una abstracción. No somos individuos, somos personas definidas no sólo por un ser, sino por un conjunto de relaciones, de conversaciones y de expectativas que configuran una existencia.

Los anteriores son ejemplos del uso político y social que pueden llegar a tener las redes. Esto es apenas el inicio de algo que tal vez modifique el activismo y las protestas como las conocemos al día de hoy.

Ciudadanos a la calle: Facebook y Twitter convocan acciones de protesta en Madrid y el mundo

“La capacidad para transmitir, es la capacidad para unir voluntades, para convocar, para actuar.
David de Ugarte. Blogger español, experto en redes sociales y ciberactivista

Hasta hoy existen dos grandes movimientos atribuidos a las redes sociales virtuales: La Primavera Árabe y Los Indignados. Ambos tienen como herramienta principal de su organización el uso de facebook y twitter, principalmente, aunque también participaron otras redes locales. Como sabemos, en las revoluciones históricas nunca la tecnología había sido tan instrumental y tan protagonista por sí misma, como en los nuevos conflictos.

Ya hemos hablado en este trabajo sobre el planteamiento político y las propuestas realizadas por el 15-M y también expuse brevemente la historia, simbología y uso de las redes sociales, ¿pero en qué punto germina la asociación de ambas?

Podemos decir que utilizar las redes sociales para difundir y organizar las protestas del 15-M, fue una herramienta, en cierta medida espontánea, ésta surge a partir de la experiencia que ya tenían los usuarios de redes que comenzaron a involucrarse con el movimiento.

Es difícil que los medios de comunicación cubran informativamente este tipo de protestas, sobre todo en sus inicios, es decir, cuando aún no se tiene una trascendencia clara o cuando se desconoce si el suceso permeará en la sociedad. Así, ante tal falta de información, las redes vienen a empoderar estos grupos y básicamente lo hacen a través de dos ejes: el primero es la difusión de sus propuestas y el segundo la organización de sus acciones.

Así ocurrió con el 15-M, en donde la idea de utilizar las redes como instrumento de comunicación surgió natural, como resultado de una de las muchas asambleas que se tuvieron en la plaza de Puerta del Sol, según me contó Antonio Pita, uno de los 25 coordinadores de difusión del movimiento y quién además administra un grupo en facebook dedicado a informar sobre las causas, acciones y resultados de las protestas.

Según Antonio las primeras citas en Puerta de Sol eran numerosas, es decir, sorprendía cómo el boca a boca en las universidades había resultado efectivo; sin embargo, la convocatoria se triplicó a partir de que en una asamblea, uno de los presentes propuso que se establecieran redes de comunicación a través de internet para que el movimiento permeara de forma más general y no sólo dentro de las universidades.

Fue entonces cuando el movimiento comenzó a reflejar el malestar de la sociedad en general, ya no eran sólo los universitarios los que lo componían, sino trabajadores con una mancillada situación laboral, desempleados y sociedad en general que se encontraban en un estado de inconformidad por las medidas tomadas a partir de la crisis económica.

Antonio hace referencia al papel decisivo de twitter durante la formación y coordinación de las primeras manifestaciones, diversos hashtags como #SpanishRevolution, #NoNosVamos, #AcampadaSol, #DemocraciaRealYa o #YesWeCamp, #15M, #NoTenemosMiedo alcanzaron en pocas horas una inmensa popularidad en dicha red y se convirtieron en trending topic internacional rápidamente.

Una de las acciones más visibles que llevó a cabo el 15-M fue la Acampada Sol. Se trató de un campamento que miembros del movimiento levantaron en la plaza Puerta del Sol en Madrid al día siguiente de la manifestación del 15 de mayo de 2011. Alrededor de un centenar de concentraciones y acampadas se sucedieron en los días siguientes en diversas ciudades de la geografía española.

¿Cómo se explica esto, tomando en cuenta que la información en medios de comunicación sobre esta acampada era escueta? Muy fácil, muchos de los asistentes a la marcha del 15 y la asamblea del 16 de mayo comenzaron a transmitir a través de twitter los acontecimientos de forma simultánea, incluso se consiguió subir videos en tiempo real de la manifestación a esta red a través de la plataforma bambuser, que aunque con poca calidad, consiguió acercar a todos los espectadores a lo que se estaba viviendo desde dentro, todo ello gracias a los teléfonos celulares y aparatos portátiles con conexión a internet.

La simultaneidad que brinda twitter fue, para el comienzo de Los Indignados, una de las mayores ventajas. Gracias a ello el país entero comenzó a organizarse a través de asambleas populares de barrios y pueblos, y con ello descentralizar el movimiento para convertirlo en nacional.

Entre los cientos de tweets que se publicaron esos días, se leían comentarios que indicaban los puntos de reunión, los lugares en donde aguardaba la policía para intervenir en caso de tener la orden y las consignas que más tarde se verían impresas en pancartas de gente caminando por la calle.

Desde el 15 de mayo hasta el día de hoy, todos los comentarios, reflexiones, quejas, peticiones y sugerencias se han articulado en torno a sucesivos *hashtags*, palabras que han servido para resumir el espíritu de las protestas.

El movimiento #democraciarealya empezó a solicitar el 15 de mayo un cambio de los sistemas político y electoral actuales, una protesta contra los grandes partidos al margen de ideologías. Los comentarios se fueron unificando en un genérico #15M que hacía referencia a la fecha en la que se organizó la primera concentración. Posteriormente, la reunión de personas en la Puerta del Sol de Madrid dio lugar a #AcampadaSol, y el desalojo llevado a cabo por la policía el 17 de mayo, motivó la creación de los *hashtags* #NoNosVamos y #YesWeCamp.

A medida que el movimiento crecía comenzó a hablarse de #SpanishRevolution y la Acampada de Sol pronto fue seguida por otras en toda la Península:

#acampadabcn,
#acampadavalencia,
#acampadatenerife,
#acampadamalaga,
#acampadagranada,
#acampadaobradoiro,
#acampadacoruna,
#acampadalaspalmas,
#acampadazaragoza,
#acampadabilbao,
#acampadasantander,
#acampadasalamanca,
#acampadapalma
#acampadagijon

...entre muchísimas otras para llegar finalmente a un #globalcamp. Cuando la Junta Electoral Provincial decidió prohibir la concentración del miércoles 18 de mayo en Sol, los partidarios del movimiento de protesta hicieron toda una declaración de intenciones en twitter con #NoTenemosMiedo y #TomaLaPlaza. El último término en llegar a la lista de temas más comentados en la red del microblogging ha sido #sinbanderas que refleja ya la intención de trascender más allá de la frontera española.

A continuación presento un balance sobre el uso de twitter durante el primer mes de existencia del 15-M, realizado por la empresa española Pirendo, dedicada a la inteligencia y análisis en social media:

- ❑ **Formas de usar twitter.** La más usada para escribir sobre las concentraciones ha sido a través de “menciones”, con un 51.41%. Después están los mensajes, que ocupan un 37.21% de tráfico. Las respuestas entre los twitteros, abarcan el 7.18%, mientras que los retweets se llevan un 4.2%.
- ❑ **Términos más socorridos.** #AcampadaSol ha sido el *hashtag* más mencionado por los usuarios, con un 27.36%. Le sigue #SpanishRevolution, con un 22.87%. A pesar de que hay muchos más, destacan #NoNosVamos con el 10.99% y #NoLesVotes 6.81%.
- ❑ **Localización del tráfico en toda España.** Como no podía ser de otra manera, Madrid abarca la inmensa mayoría de tweets, dado que se celebra allí la acampada de la Puerta del Sol, que reúne a miles de personas todos los días. 171 mil 484 mensajes o tweets de media contemplan a la capital del país. Pero la popularidad de los términos antes mencionados va más allá: Toledo, Ávila y Segovia, junto con Madrid, forman el mayor núcleo desde donde se escribe usando los *hashtag* más populares. Las otras dos destacadas son Barcelona, con 53.649 puntos de popularidad y Valencia, con 24.641.
- ❑ **Los idiomas más empleados.** El castellano copa la primera posición de las lenguas utilizadas para escribir sobre el 15-M, con un porcentaje de 80.7%, dado que la revolución es en España, y se extiende rápidamente por países de habla hispana. Le sigue el inglés, con un 17.87%, y el alemán con un 0.83%.

En facebook la dinámica fue similar, aunque no cuenta con la instantaneidad de twitter. La red social facebook, dada su naturaleza, permitió abastecer este movimiento de imágenes, videos, crónicas y foros de opinión en donde propios y extraños expresaron su sentir respecto a lo que ocurría en España.

Al igual que en twitter, facebook comenzó a llenarse de grupos, comunidades y perfiles creados con el fin de dar a conocer y propagar información de las protestas. Una de las aplicaciones de facebook más usadas fue la creación de eventos, con la cual mucho se benefició el movimiento, ya que se propagaba de forma mucho más organizada y general la convocatoria a tomar las calles en marchas o asambleas.

Por otro lado, la gente comenzó a subir al face miles de imágenes relacionadas con el 15-M, gracias a esta cualidad de facebook, en la que se prepondera mucho más la parte visual a través de fotografías, la gente de todo el mundo comenzó a darse cuenta de la magnitud de las protestas en España, como reza el dicho... “una imagen dice más que mil palabras”.

Actualmente, el grupo oficial en facebook, llamado *Movimiento 15M* cuenta con más de 80 mil seguidores, los cuales abastecen de información la página con cientos de comentarios diarios. También encontramos grupos locales que han creado perfiles para difundir las acciones que se toman a nivel de barrio, ciudad o comunidad autónoma.

Otra particularidad surgida a través de las redes sociales es la creación de logotipos que representen las protestas. Todos son aceptados, pero dado el carácter heterogéneo del movimiento, ninguno ha sido elegido como imagen oficial de las acampadas. Entre los más difundidos están un dibujo que muestra un puño con un sol, una luna y una arroba con una mecha que hace que se asemeje a una bomba.

Una de las iniciativas más interesantes responde al nombre de *TheSpanishRevolution: artistas que luchan por un futuro mejor*. Desde este blog,

los artistas pueden mostrar de forma gráfica muchas de las ideas e impresiones que reflejan el movimiento 15-M.

Social media y política

Si en los años sesenta el boom de la televisión provocó un cambio radical en la percepción de la política y de los políticos, ahora los social media suponen un nuevo gran cambio. Lo cierto es que, a pesar de que las herramientas virtuales han demostrado ser eficaces, todavía falta mucho para que las redes sociales puedan tener una relevancia real en la elección de uno u otro candidato. Aun así, la política en el futuro ya no tratará sobre especulación con las nuevas tecnologías, y tendrá más que ver con integración profunda de los social media por la cultura de masas. De hecho, ahora ya no hay ningún político que pueda llevar a cabo una campaña sin una presencia en las redes.

El presidente estadounidense Barack Obama y Hillary Clinton su secretaria de Estado, fueron los primeros actores políticos en optimizar las redes sociales para consolidar sus propuestas ante una sociedad norteamericana que exigía prontas soluciones. Para ello, sus asesores les recomendaron interactuar con los usuarios en twitter y facebook para generar simpatía, acercamiento y sobre todo mejorar la cuota de convicción entre los electores indecisos.

Las redes sociales resultan fundamentales en la planificación estratégica de una campaña política de cualquier alcance porque:

1. Son gratis
2. Pueden ser administradas por múltiples gestores desde diferentes sitios
3. Facilitan el contacto directo con cada elector
4. Fungen como propaganda política de gran alcance
5. Sirven para generar sensación de aceptación popular al colgar fotografías en recorridos y discursos

6. Podrían ser usadas como medios oficiales de anuncios, pautas y ruedas de prensa
7. Sirven para hacer estudios de audiencia a partir del comportamiento de los usuarios en determinados sectores

México no está ajeno a ello. Las recientes campañas electorales demostraron que en nuestro país la plataforma virtual de un candidato adquiere ya un peso importante. Seguimos a través de las redes sociales sus actividades de campaña, conocimos el planteamiento de sus propuestas y en algunos casos existió oportunidad de interactuar con ellos.

Tanto candidatos como funcionarios públicos están adoptando las redes sociales y plataformas multimedia como principales herramientas de comunicación, tras comprender que las tecnologías de la información rompieron una barrera invisible que acercó su discurso a la sociedad moderna y multiplicó el impacto de sus proyectos.

Gobernantes y mandatarios a nivel regional mejoraron su aceptación dentro de la sociedad tras crear perfiles en twitter y facebook. Acción que los humanizó y le hizo sentir a la población que eran figuras de fácil acceso con las que se podía hablar sin intermediarios.

A pesar de que en un principio los usuarios dudaron de la autenticidad de la medida, poco a poco fueron enviando mensajes, hasta que lo adoptaron como medio de peticiones, denuncias, reclamos y urgencias. Un ejemplo claro de ello, es el actual Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Marcelo Ebrard, quien a través de su cuenta de twitter recibe denuncias y peticiones a las que brinda seguimiento o canaliza con el funcionario correspondiente, además de informar en sus tweets de los avances y acciones de su gobierno.

Es claro que resulta una inversión contar con un equipo de trabajo especializado que se encargue de administrar estas informaciones, sin embargo, el efecto ha sido positivo, ya que los funcionarios públicos que han optado por utilizar estas nuevas herramientas, se posicionan como gobernantes más cercanos a la gente al conseguir un enganche popular.

Y para muestra un botón. Recientemente el gobierno de Felipe Calderón celebró un contrato con la reconocida empresa de comunicación y relaciones públicas Qorvis Communications, por dos millones de dólares, para proyectar una imagen positiva de México en las redes sociales.

Todos estos ejemplos sugieren que la política y el social media han firmado un matrimonio por interés, y es que ambas partes resultan beneficiadas con esta unión. La industria del marketing político está en franco crecimiento y se vende ya, como imprescindible en los paquetes de imagen pública, corporativa o política, incluso se está comenzando la profesionalización en esta área. El community manager o social media manager, es la persona encargada de gestionar, construir y moderar comunidades en torno a una marca, gobierno o personaje en internet a través de las herramientas sociales.

Pero no todo es color de rosa. Las redes sociales funcionan como arma de dos filos. De la misma forma en que pueden ayudar a posicionar la buena imagen pública de alguien, pueden también terminar con ella. En algunos casos es el mismo usuario quién comete el error que le lleva a ser juzgado por las redes sociales. Un comentario fuera de lugar, puede bastar para terminar con una buena reputación en las redes.

Uno de los casos más sonados en el entorno político, periodístico y del mundo virtual, es el de las filtraciones de WikiLeaks, una organización mediática internacional sin fines de lucro que publicaba a través de su sitio web informes

anónimos y documentos filtrados con contenido sensible en materia de interés público, preservando siempre el anonimato de sus fuentes.

El lanzamiento del sitio se realizó en diciembre de 2006, aunque su actividad comenzó en el período 2007-2008. Desde entonces su base de datos ha crecido constantemente hasta acumular 1.2 millones de documentos.

Julian Assange es el creador de esta organización que se ofrece a recibir filtraciones que develen comportamientos no éticos por parte de los gobiernos, con énfasis especial en los países que considera tienen regímenes totalitarios, pero también en asuntos relacionados con religiones y empresas de todo el mundo. De momento, las actuaciones más destacadas de WikiLeaks se han centrado en la actividad exterior de los Estados Unidos, especialmente en relación con las guerras de Irak y de Afganistán.

WikiLeaks se describe a sí misma como una organización fundada a nivel internacional por disidentes chinos, así como por periodistas, matemáticos, científicos y tecnólogos de empresas start-up de los Estados Unidos, Taiwán, Europa, Australia, y Sudáfrica. Los creadores de WikiLeaks no han sido identificados formalmente. Uno de sus asesores, redactor jefe y actual director es el australiano Julian Assange, programador, periodista y activista de internet. Desde septiembre de 2010, su portavoz es Kristinn Hrafnsson, tras la renuncia de Daniel Domscheit-Berg, quien planea fundar su propio portal de filtraciones.

Pero ¿qué es un wiki? Muchos usan a diario Wikipedia y muchos otros wikis que no son otra cosa que un sitio web cuyas páginas pueden ser editadas por múltiples voluntarios a través del navegador web.

Esto lo hace a través de MediaWiki, un software para wikis libre, programado en el lenguaje PHP.

A pesar de su nombre, WikiLeaks no es un sitio wiki habitual, ya que realmente los lectores que no tienen los permisos necesarios no pueden cambiar su contenido. WikiLeaks usa una versión modificada del software de MediaWiki y su servidor principal está alojado en el ISP sueco PRQ.

La filtración de documentos diplomáticos de los Estados Unidos, el 28 de noviembre de 2010, multiplicó las críticas y las muestras de apoyo a WikiLeaks y a Julian Assange. Esto desencadenó lo que el mismo australiano ha calificado como una persecución internacional.

En 1997, Assange coinventó "Rubberhose deniable encryption", una herramienta para trabajadores por los derechos humanos que necesitaban proteger información sensible, como listados de activistas y detalles sobre abusos cometidos. Es decir, su trabajo siempre ha estado direccionado a facilitar herramientas para dar movimiento a información sensible. En otras palabras, es un facilitador de espacios para información que otros consiguen y comparten.

Según las discusiones regadas por la red, es por esta razón que no ha podido ser juzgado por delitos informáticos aún, aunque ya fue detenido en 1991 por la Policía Federal Australiana, acusado de acceder ilegalmente a varias computadoras pertenecientes a una universidad australiana, a una compañía de telecomunicaciones y a otras organizaciones. En esa ocasión fue declarado culpable de 24 cargos por delitos informáticos y fue multado y puesto en libertad por buena conducta.

Julian Assange cuenta con dos órdenes de arresto en Suecia por presuntos delitos de violación, en el caso de Anna Ardin, y de acoso sexual, en el de Sofia Wilen. Según sus simpatizantes ésta sería una excusa para llevarlo ante las autoridades internacionales, juzgarlo y ponerlo como un ejemplo para que a nadie más se le ocurra meterse con los grandes poderes.

Es casi un cliché decir que en la actualidad la información es poder, pero esto no le quita lo cierto. En eso se basa WikiLeaks y trata de empoderar de ese modo a las audiencias. Este caso ha provocado una enorme discusión en torno al periodismo y al efecto de internet sobre las filtraciones, pero lo cierto es que éstas son las mismas que siempre ha habido y simplemente WikiLeaks ha ofreciendo una información en bruto que los medios de comunicación contextualizaron y publicaron. Internet agiliza este proceso gracias a la digitalización y a la globalización.

Redes, ¿determinantes o sólo una herramienta más?

“La tecnología no sirve de nada, sin una idea”

Raúl Luna, periodista, consultor, media trainer y docente en la UNAM.

A lo largo de este trabajo hemos visto la importancia que han adquirido las redes sociales en nuestra actualidad. Sabemos que para las empresas, marcas y corporativos representa brindar un valor agregado a sus productos y servicios. También observamos que su implementación humaniza la política y acerca a las clases gobernantes con los ciudadanos. Y qué decir del uso que le brinda el ser humano común, que ha encontrado en las redes, una nueva forma de comunicarse y crear lazos sociales.

Por todo lo anterior, su estudio y profesionalización están comenzando a ser imprescindibles. Romper el paradigma de la comunicación como hasta ahora la conocemos es la causa del porqué cada vez más personas en el mundo se conectan a través de las redes.

Debo confesar que al inicio de este trabajo tenía la clara convicción de que las redes virtuales como instrumento social del internet, habían sido un factor determinante en muchos de los procesos políticos, sociales y culturales del mundo actual, en específico del 15-M; sin embargo, a partir de la experiencia de

conversar con personas involucradas directamente en el movimiento, así como con especialistas en social media, llegó a la siguiente conclusión:

Cualquier evento social que se suscita en nuestro planeta, está germinado a partir de la concepción de una idea y esa idea proviene a su vez de un sentimiento, ya sea de alegría, frustración, agrado o inconformidad, como fue el caso de los indignados. Ningún movimiento social surge espontáneo, es decir, sin esa idea y sin ese sentimiento.

Por tal motivo, puedo decir que las redes sociales, el internet y la tecnología en general, han sido sólo un instrumento a través del cual se canalizan esos sentimientos y las ideas se transforman en acciones.

Raúl Luna, periodista y consultor en media trainer, acertó al destacar que un teléfono conectado a internet, a pesar de que posea cientos de novedosas aplicaciones, no cuenta con inteligencia propia que sea capaz de movilizar acciones o crear propuestas para mejorar la situación que nos rodea.

Ni la afamada web 2.0, ni la banda ancha, ni las plataformas de redes más increíbles como facebook, pueden por sí solas construir una revolución o derrocar un gobierno tiránico. No pueden echar para atrás proyectos de invasión ecológica, ni exigir respeto a los derechos humanos.

Para que todo esto se logre se requiere de una idea que provenga de un sentimiento, el cual es inherente al ser humano. Ni los gadgets más completos tienen esa cualidad.

Es esta idea la que hace uso de las tecnologías, como un instrumento para facilitar los procesos que conlleva convertirla en acciones. Poner en movimiento esa idea, es decir, la parte operativa, es, sin duda, el nivel en donde las redes sociales se mueven.

En esta etapa puedo decir que mi presunción inicial respecto a la gran influencia de las redes en movimientos sociales fue exagerada. Las redes sociales virtuales forman parte de la gama de herramientas que cada época otorga a los movimientos de protesta surgidos a partir de ideas y voluntades. No quiero con ello demeritar sus virtudes; al contrario, reconozco que son uno de los instrumentos tecnológicos más avanzados que ha conocido la humanidad, que aventajan a muchos otros por su instantaneidad y comunicación a través de redes distribuidas que democratiza la información y la hace mucho más libre. A pesar de ello, ni el teléfono más inteligente es capaz de construir una idea por sí sólo.

Las redes son una valiosa herramienta que sabiendo utilizar nos ayuda a movilizar conciencias, accionar ideas, difundir injusticias, derrocar dictaduras y promover ejemplos. Debemos seguir beneficiándonos de sus usos, encauzando de manera positiva nuestra presencia en ellas.

CONSIDERACIONES FINALES

Los seres humanos como entes sociales buscamos siempre la vinculación. El día de hoy la tecnología nos ofrece nuevas herramientas para conseguirlo. El internet está transformando la manera en que interactuamos y las redes sociales modifican día a día los paradigmas de la que conocemos como socialización.

Estas nuevas formas crecen con rapidez y éxito, gracias a las muchas ventajas que representa su uso dentro de la vida moderna y agitada que se tiene, sobre todo en las grandes ciudades. Estamos viviendo la etapa generacional de adaptación a estas nuevas tecnologías, somos la generación que nació sin ellas y a pesar de ello la misma inercia casi nos rige su uso. Para las siguientes generaciones su adaptación será un proceso más fácil y natural.

Como quiera que sea, el social media ya está aquí y debemos aprender a integrarnos a este futuro que ya nos alcanzó. Todos los días escuchamos hablar de las redes en los medios de comunicación convencionales como la radio y la televisión, que a pesar de ser sus principales detractores, por la competencia que les implica, son también los promotores más importantes de las redes sociales.

Redes sociales aquí y allá, exaltando marcas dentro de estrategias corporativas, promocionando la imagen pública de las celebridades, formando vínculos entre empresas e instituciones con sus clientes y usuarios, eso y más están haciendo las redes hoy en día. Y digo más, porque hay terrenos muy específicos en donde están comenzando a incursionar; la ciencia y el arte están haciendo uso de las redes como medios de expresión y divulgación de contenidos.

Y que decir de la política y la vida social de muchos países que se han dejado sentir a través de facebook y twitter, las dos redes sociales más importantes de la actualidad. Las redes sociales han representado en este sentido, una especie de catarsis colectiva mediante la cual se manifiestan las inconformidades e injusticias

que forman parte del sentimiento de una sociedad que antes la gente sólo expresaba en una conversación familiar o entre amigos. Hoy en día las redes sociales nos dan la posibilidad de transmitir mensajes a un amplio grupo de personas y además recibir una retroalimentación que fomenta, desde mi punto de vista, la formación de estados más críticos de conciencia.

Por esta razón me parece de fundamental importancia que dediquemos un espacio al estudio y análisis de las redes sociales virtuales, ya que de eso dependerá nuestra mejor adaptación a un nuevo estilo de vida que sin duda ya es inminente en nuestra cotidianidad.

El presente trabajo es un esfuerzo por acercar de forma natural al lector con el mundo de las redes, además de analizar la influencia de éstas en fenómenos como el del 15-M que ha marcado ya la vida de la sociedad española.

Dos de las conclusiones más importantes surgidas a partir de esta investigación son las siguientes: la primera, la indudable influencia que tuvieron las redes durante la organización y difusión del movimiento de protesta español; mi hipótesis acerca de que las redes habían jugado un papel imprescindible en esta lucha se comprobó, ya que desde el punto de vista técnico, la inmediatez del internet y sus instrumentos de comunicación facilitaron la pluralidad, el acercamiento y la operatividad de las marchas y manifestaciones que dieron surgimiento al 15-M.

Sin embargo, la segunda conclusión más importante germinada en mi trabajo, es que las redes sociales sólo fueron un instrumento de operatividad para el movimiento y de canalización de emociones en cierta forma para la sociedad española, es decir, sí considero importante e indispensable su actuación en las nuevas luchas sociales de nuestros tiempos, sin embargo, son solamente un recurso más, un instrumento emergido de la tecnología, que nos brinda posibilidades más globales para encauzar una lucha.

El verdadero sentido de las protestas es en el fondo una idea, una idea que surge a partir de un sentimiento. En el caso de España, el sentimiento era de indignación y eso llevó a la gente a movilizarse y salir a las calles. Por supuesto que se organizaron a través del twitter y claro que las versiones gráficas más cercanas al movimiento las encontramos en facebook, sin embargo, una revolución no se hace twiteando, se necesitan ideas colectivas que muevan a la sociedad para dejar de ser estáticos y salir a la calle a luchar por lo que los indigna.

Esa misma idea es la que ha cambiado la historia del mundo una y otra vez, ha derrocado dictaduras, ha iniciado independencias, ha desterrado tiranos y ha ganado revoluciones. Sin ideas comunes y sentimientos colectivos difícilmente algo puede pasar. Esa es la esencia de todas las luchas y lo que ha cambiado a través del tiempo son las estrategias y las herramientas a través de las cuales esa idea se lleva a la realidad. En esta ocasión le ha tocado a las redes virtuales desempeñar ese papel, en el futuro seguramente la tecnología nos seguirá desafiando como hasta hoy lo ha hecho.

FUENTES DE CONSULTA

Bibliográficas

- ❑ Abadía, Leopoldo. *La Crisis Ninja*. España, Grupo Sonnenfeld, 2008, 57 pp.
- ❑ De Ugarte, David. *El poder de las redes*. España, Biblioteca de las Indias, 2011, 55 pp.
- ❑ Fernández Savater, Amador. *Apuntes de acampadasol en las voces del 15-M*, Barcelona, Los libros del lince, 2011, 73 pp.
- ❑ Gil Mendieta, Jorge. *Análisis de redes. aplicaciones en ciencias sociales*. México, Instituto de Investigaciones en Matemáticas Aplicadas y Sistemas de la Universidad Nacional Autónoma de México, 2002, 146 pp.
- ❑ Hessel, Stéphane. *Indignez Vous!*. Francia, Indigène editions, 2010, 12 pp.
- ❑ M. Cerezo, José. Rojas Orduña, Octavio Isaac. *Web 2.0 manual (no oficial) de uso*. Madrid, ESIC editorial, 2008, 169 pp.
- ❑ Roitman Rosenmann, Marcos. *Los Indignados, el rescate de la política*. España, Ediciones Akal, 2012, 139 pp.

Cibergráficas:

- ❑ Alcaide, Soledad. "Movimiento 15-M: los ciudadanos exigen reconstruir la política. Madrid". *El País*. Publicado el 17 de mayo de 2011. <http://politica.elpais.com/politica/2011/05/16/actualidad/1305578500.html> Consultado el 22 de junio de 2012.
- ❑ Barroso, Francisco Javier. "Movimiento de indignados 15-M vuelve a llenar la Puerta del Sol". Madrid. *El País*. Publicado el 18 de mayo de 2011. <http://politica.elpais.com/politica/2011/05/16/actualidad.html> Consultado el 22 de junio de 2012.
- ❑ Castillo, Ricardo. "Breve historia de las redes sociales". *Portal para el marketing, publicidad y los medios*. Publicado el 31 de enero de 2011. <http://www.marketingdirecto.com> Consultado el 16 de agosto de 2012.
- ❑ Democracia real YA. "Manifiesto y propuestas del 15-M". <http://www.democraciarealya.es> Consultado el 22 de junio de 2012.

- ❑ Freire, Jaime. “Julian Assange, ¿quién es y por qué es tan importante?” *El País*. Publicado el 22 de agosto de 2012. http://elpais.com/elpais/2012/08/21/opinion/1345551622_753165.html Consultado el 3 de septiembre de 2012.

- ❑ González, Daniel. “Así se mueve el 15-M en twitter”. *Diario 20 minutos*. Publicado el 25 de mayo de 2011. <http://www.20minutos.es/noticia/1056548/0/hashtags/logos/acampada/> Consultado el 2 de septiembre de 2012.

- ❑ Martínez, José, “Evolución de la tasa de paro 2012” *Blog Rankia Comunidad Financiera*. <http://www.rankia.com/blog/tasa-paro> Consultado el 17 de mayo de 2012.

- ❑ Novella, Joaquim. “Análisis de la crisis económica en España”. *Revista virtual R@mbra*. Publicado el 1 de julio de 2010. <http://www.revistarambla.com/v1/index.php/sociedad/entrevistas/189> Consultado el 19 de junio de 2012.

- ❑ Octavo estudio sobre los hábitos de usuarios de internet en México. *Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI)*. Presentado el 17 de mayo de 2012. <http://www.amipci.org.mx/> Consultado el 16 de agosto de 2012.

- ❑ Pirendo, inteligencia y analítica social media. “Balance sobre el uso de twitter en 15-M”. <http://pirendo.com/> Consultado el 3 de septiembre de 2012

- ❑ Rodríguez, Delia. “Conectados. La era de las redes sociales” *El País*. Publicado el 25 de abril de 2011. http://elpais.com/diario/2010/04/25/eps/1272176815_850215.html Consultado el 17 de agosto de 2012.

- ❑ Téllez, Omar. “Qué son las redes sociales”, en el blog *Redes Sociales*. Publicado en febrero de 2011. <http://www.redessociales.es/que-son-las-redes-sociales/> Consultado el 16 de agosto de 2012.

- ❑ Villarejo, Antonio. “Las claves de la rebelión del malestar”, *ABC*. <http://www.abc.com.es> Consultado el 17 de mayo de 2012.

- ❑ Zamorano Valenzuela, César. “52 imprescindibles datos sobre las 5 plataformas sociales más populares del mundo”, en *Social media blog*. Publicado el 28 de julio de 2011. <http://www.blogsocialmedia.es/> Consultado el 16 de agosto de 2012.

Vivas:

- ❑ Acosta, Jorge. Presidente de Social Media Club y especialista en Redes Sociales y marketing on line. Entrevista realizada por Alba Melina Quezada Solano, el 20 de julio de 2012 en la Ciudad de México.
- ❑ De la Rosa, Rosalba. Ingeniera y usuaria asidua de redes sociales. Entrevista realizada por Alba Melina Quezada Solano, el 15 de agosto de 2012, en la Ciudad de México.
- ❑ Herrera, Vangeli. Usuario de redes sociales especialmente facebook y twitter. Entrevista realizada por Alba Melina Quezada Solano, el 14 de agosto de 2012, en la Ciudad de México.
- ❑ Luna, Raúl. Periodista y consultor. Media trainer. Docente en la Universidad Nacional Autónoma de México. Fundador de la consultoría Nómada Digital. Entrevista realizada por Alba Melina Quezada Solano, el 20 de julio de 2012, en la Ciudad de México.
- ❑ Martínez, Iván. Coordinador General de la Fundación Wikimedia en México. Entrevista realizada por Alba Melina Quezada Solano, el 14 de agosto de 2012, en la Ciudad de México.
- ❑ Martínez, Pablo. Miembro del movimiento 15-M. Entrevista realizada on line por Alba Melina Quezada Solano, el 2 de septiembre de 2012.
- ❑ Martínez, Salvador. Licenciado y Maestro en Dirección de Empresas. Universidad de Granada, España. Director General para México de Grupo Mayoral. Entrevista realizada por Alba Melina Quezada Solano, el 6 de julio de 2012, en la Ciudad de México.
- ❑ Pita, Antonio. Coordinador de difusión del movimiento 15-M y administrador del grupo INDIGNADOS en facebook. Entrevista realizada on line por Alba Melina Quezada Solano, el 3 de septiembre de 2012.
- ❑ Valles, Paulina. Joven madrileña desempleada, miembro activo del movimiento 15-M. Entrevista realizada on line por Alba Melina Quezada Solano, el 5 de julio de 2012.

