



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
POSGRADO EN BIBLIOTECOLOGÍA Y ESTUDIOS DE LA INFORMACIÓN**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO**

**INSTITUTO DE INVESTIGACIONES BIBLIOTECOLÓGICAS Y DE LA
INFORMACIÓN**

**ESTUDIO DE USUARIOS PARA LA SOCIALIZACIÓN DEL
CONOCIMIENTO DE ALUMNOS DE MAESTRÍA DE
BIBLIOTECOLOGÍA Y ESTUDIOS DE LA INFORMACIÓN DE LA
UNAM, EN FACEBOOK Y TWITTER**

**TESIS
QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:
MAESTRO EN BIBLIOTECOLOGÍA Y ESTUDIOS DE LA INFORMACIÓN**

**PRESENTA:
FERNANDO CRISÓSTOMO LUCAS**

**TUTOR:
DR. JESÚS FRANCISCO GARCÍA PÉREZ - IIS**



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

CRISOSTOMO Lucas, Fernando. Estudio de usuarios para la socialización del conocimiento de alumnos de maestría en bibliotecología y estudios de la información en la UNAM, en Facebook y Twitter. México: El autor, 2015. 128 p.:il.

Tesis Maestría (Maestría en Bibliotecología y Estudios de la Información). UNAM. Facultad de Filosofía y Letras. Posgrado en Bibliotecología y Estudios de la Información.

García Pérez, J. Francisco, Asesor

1. Estudio de usuarios 2. Redes sociales 3. Socialización del Conocimiento

La vida está ahí para vivir,

Con su más grande virtud,

Alegrías, pasiones, y con la voluntad de poder.

Agradecimientos

Un agradecimiento muy especial a mi madre Ave, así como el ave me enseñó a caminar y a volar, y desde que me enseñó no paro de volar y agradecerle por traerme a este maravillo mundo.

También agradezco a mi padre Fernando, por su compañía desde que nací, así como todas las veces que me ha dado ánimos y me dice que me quiere no con palabras, pero si con su presencia, y por ser mi más grande amigo de la vida.

A mis hermanos, Carmen por ser un gran ejemplo de vida, a mi hermana Magali, a Luis y a mi pequeña Luna (Tedi).

A mi amor, que da tanta alegría a mis días, la que me enamoro con su mirada y me llevo hasta lo más profundo de mi corazón, por ser la persona más maravillosa, encantadora, linda, y la mujer que más amo en la vida, por ser quien es, por ser mi amor, mi prometida y la persona con la que compartiré la vida juntos, a mi amada Karla Tapia.

A la Doctora Estela Morales Campos que tanto admiro, por sus consejos, apoyo, ánimos y por compartir su experiencia en el aula y más aún en lo espiritual. Por darme la oportunidad y abrirme las puertas en su momento y a todo su staff de la coordinación de humanidades.

A mi asesor el Dr. Jesús García por su apoyo a lo largo de mi carrera profesional y por su gran amistad, que ha estado conmigo en los mejores momentos y más importantes, y en los que no eran tan buenos en su momento.

Un agradecimiento especial al Mtro. Jonathan Hernández Pérez y al Dr. Roberto Garduño Vera, por sus consejos, paciencia y por la gran amistad.

A mis revisores y profesores a la Dra. Patricia Hernández Salazar, Dr. Juan Voutssás Márquez, Dr. Juan José Calva González, Mtro. Jonathan Hernández Pérez. Por sus observaciones y por todo su apoyo a la realización de este proyecto.

A mi amigos de maestría, Cesar Olguín, Amado, Cesar Saavedra, Angie, Chaman, Karen, Max, Nayeli Gervasio, Darío, Adriana Vélez, mi compa Jon Otáñez, los amigos de DGB, CEIICH, PUEG.

A mis profesores de maestría, a la UNAM y al CONACYT.

Y para finalizar, ¡Pero no por eso lo último!

¡Gracias a la vida misma.....!

Tabla de contenido

Introducción	1
Capítulo 1	5
Redes sociales	5
1.1. Antecedentes	6
1.1.1. Conceptos.....	18
1.1.2. Características	21
1.1.3 Tipología de las redes sociales	23
1.2. Las Redes de Facebook y Twitter.....	25
1.3. Tecnologías de la Información y Comunicación.....	36
1.3.1 Concepto.....	40
Capítulo 2	43
Socialización del conocimiento académico y alumnos de posgrado, en el área de bibliotecología y estudios de la información de la UNAM.	43
2.1. Socialización del conocimiento académico	46
2.2. Posgrado en bibliotecología y estudios de la información de la UNAM	46
2.2.1. Cuentas de Facebook y Twitter del Posgrado en bibliotecología y estudios de la información en la UNAM.	52
2.3. Necesidades y Uso de las cuentas de Facebook y Twitter.	55
Capítulo 3	66
Estudio de usuarios para la Socialización del Conocimiento de alumnos de posgrado, en el área de bibliotecología y estudios de la información en Facebook y Twitter en México. 66	
3.1. Técnica e instrumento de medida	67
3.2. Uso de Facebook y Twitter de alumnos de posgrado, en el área de bibliotecología y estudios de la información.	71
3.3. Manifestación de las necesidades de información de los alumnos de posgrado, en el área de bibliotecología y estudios de la información en Facebook y Twitter.	76
3.4. Comportamiento en la búsqueda de información de los alumnos de posgrado, en el área de bibliotecología y estudios de la información en Facebook y Twitter.....	80
3.5. La socialización del conocimiento de alumnos de posgrado, en el área de bibliotecología y estudios de la información en Facebook y Twitter.	90
Capítulo 4	95

Resultados y análisis del Estudio de usuarios para la Socialización del Conocimiento de alumnos de posgrado, en el área de bibliotecología y estudios de la información en Facebook y Twitter en México.	95
4.1 Resultados del uso de Facebook y Twitter por alumnos de posgrado, en el área de bibliotecología y estudios de la información.....	96
4.2 Resultados de la manifestación de las necesidades de información de los alumnos de posgrado, en el área de bibliotecología y estudios de la información en Facebook y Twitter.....	97
4.3. Resultados del comportamiento en la búsqueda de información de los alumnos de posgrado, en el área de bibliotecología y estudios de la información en Facebook y Twitter.....	100
4.4. Resultados de la socialización del conocimiento de alumnos de posgrado, en el área de bibliotecología y estudios de la información en Facebook y Twitter.....	105
CONCLUSIONES	117
RESUMEN DE CONCLUSIONES.....	123
RECOMENDACIONES.....	123
OBRAS CONSULTADAS	124
ANEXO	128

Índice de figuras, gráficas y tablas.

Gráficas

Gráfica 1. Género de la población.....	72
Gráfica 2. Uso de Facebook.....	72
Gráfica 3. Alumnos con y sin cuenta de Twitter.	75
Gráfica 4. Uso de Twitter.....	75
Gráfica 5. Alumnos que consideran que Facebook les ayuda a resolver alguna necesidad de información.....	77
Gráfica 6. Alumnos que consideran que Twitter les ayuda a resolver alguna necesidad de información.....	79
Gráfica 7. Horas dedicadas a Facebook para su investigación académica por semana.	81
Gráfica 8. Fuentes de información que más se utilizan y comparte en Facebook para su investigación.....	81
Gráfica 9. Idioma en que está la información que publican en Facebook para su investigación académica.	82
Gráfica 10. Frecuencia que se pregunta a los colegas por medio de Facebook... ..	83
Gráfica 11. Cuando está investigando sobre su tema de tesis o de algún seminario o curso de maestría pide ayuda a través de Facebook.....	83
Gráfica 12. Medios de donde se obtiene la información para cubrir sus necesidades de información utilizando Facebook, para su actividad de investigación académica.	85
Gráfica 13. Horas dedicadas en Twitter para su investigación académica por semana.	86
Gráfica 14. Fuentes de información que más utilizan y comparten en Twitter para su investigación.....	87
Gráfica 15. Idioma en que está la información que publican en Twitter para su investigación académica.	87
Gráfica 16. Frecuencia que se pregunta a los colegas por medio de Twitter.....	88
Gráfica 17. Cuando está investigando sobre su tema de tesis o de algún seminario o curso de maestría pide ayuda a través de Twitter.....	89
Gráfica 18. Medios de donde se obtiene la información para cubrir sus necesidades de información utilizando Twitter, para su actividad de investigación académica.....	89
Gráfica 19. Considera que es óptimo el funcionamiento de Facebook para socializar información que ayude a sus necesidades informativas de carácter académico.....	90
Gráfica 20. ¿Ha detectado que con la información compartida en Facebook se ha generado nuevo conocimiento académico?	91

Gráfica 21. Considera que es óptimo el funcionamiento de Twitter para socializar información que ayude a sus necesidades informativas de carácter académico. .	93
Gráfica 22. ¿Ha detectado que con la información compartida en twitter se ha generado nuevo conocimiento académico?	93

Figuras

Figura 1. Interpretación propia de cómo fluye la información en las redes de internet.	15
Figura 2. Mapa de la estructura de un sitio de red social en internet de manera general.	20
Figura 3. Evolución de las tecnologías.	36
Figura 4. Portada de la cuenta de Facebook del Posgrado en Bibliotecología y Estudios de la Información UNAM.....	54
Figura 5. Portada de la cuenta de Twitter del Posgrado en Bibliotecología y Estudios de la Información UNAM.....	55
Figura 6. Ejemplo de necesidades en Facebook.....	56
Figura 7. Ejemplo de necesidades en Facebook.....	56
Figura 8. Ejemplo de necesidades en Facebook.....	57
Figura 9. Ejemplo de necesidades en Facebook.....	57
Figura 10. Ejemplo del uso en Facebook.	58
Figura 11. Ejemplo del uso en Facebook.	58
Figura 12. Ejemplo del uso en Facebook.	59
Figura 13. Ejemplo del uso en Facebook.	59
Figura 14. Ejemplo de necesidades en Twitter.....	60
Figura 15. Ejemplo del uso en Twitter.	61
Figura 16. Ejemplo del uso en Twitter.	61
Figura 17. Ejemplo del uso en Twitter.	62
Figura 18. Ejemplo del uso en Twitter.	62
Figura 19. Ejemplo de grupo creado por los alumnos del Posgrado en Bibliotecología y Estudios de la Información UNAM, para construir “socialmente” conocimiento.	110
Figura 20. Ejemplo de grupo creado por los alumnos del Posgrado en Bibliotecología y Estudios de la Información UNAM, para construir “socialmente” conocimiento.	111
Figura 21. Ejemplo de grupo creado por los alumnos del Posgrado en Bibliotecología y Estudios de la Información UNAM, para construir “socialmente” conocimiento.	112
Figura 22. Ejemplo de grupo creado por los alumnos del Posgrado en Bibliotecología y Estudios de la Información UNAM, para construir “socialmente” conocimiento.	113

Figura 23. Ejemplo de grupo creado por los alumnos del Posgrado en Bibliotecología y Estudios de la Información UNAM, para construir “socialmente” conocimiento.	114
Figura 24. Ejemplo de grupo creado por los alumnos del Posgrado en Bibliotecología y Estudios de la Información UNAM, para construir “socialmente” conocimiento.	114

Tablas

Tabla 1. Ficha técnica del estudio.	68
Tabla 2. Número de alumnos por generación	70
Tabla 3. Motivos para usar Facebook	73
Tabla 4. Motivos para usar Twitter.	76
Tabla 5. Qué necesidad de información ha ayudado Facebook a resolver.	78
Tabla 6. Qué necesidad de información ha ayudado Twitter a resolver.	80
Tabla 7. Opiniones de los encuestados sobre si la información compartida en Facebook se ha generado nuevo conocimiento.	91
Tabla 8. Número de usuarios por género.	96
Tabla 9. Comparativo de resultados de Indicadores de uso que se da a Facebook y Twitter, en el contexto académico y personal.	96
Tabla 10. Alumnos Consideran que el Facebook y Twitter les ayuda a resolver alguna necesidad de información para su investigación académica.	98
Tabla 11. Horas dedicadas a Facebook y Twitter para su investigación académica por semana.	100
Tabla 12. Fuentes de información que más se utilizan y comparte en Facebook y Twitter para su investigación.	101
Tabla 13. Idioma en que está la información que publican en Facebook y twitter para su investigación académica.	102
Tabla 14. Resultados de la frecuencia que se pregunta a los colegas por medio de Facebook y Twitter, para su investigación académica.	103
Tabla 15. Resultados cuando se pide ayuda a través de Facebook y Twitter, cuando se está investigando sobre su tema de tesis, seminario o curso de maestría.	104
Tabla 16. Medios de donde se obtiene la información para cubrir sus necesidades de información utilizando Facebook y Twitter, para su actividad de investigación académica.	105
Tabla 17. Resultados de los que opinan que es óptimo el funcionamiento de Facebook para socializar información que ayude a sus necesidades informativas de carácter académico.	106
Tabla 18. Ha detectado que con la información compartida en Facebook y Twitter se ha generado nuevo conocimiento académico.	107

Tabla 19. Análisis general de cómo se construye “socialmente” conocimiento de acuerdo a las opiniones en la encuesta y la observación.	116
---	-----

Introducción

En la actualidad el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación juegan un gran papel en la sociedad que nos permiten interactuar sin importar las barreras del tiempo y el lugar, la mayoría de la gente hace uso de estas tecnologías con distintos fines: entretenimiento, negocios, educativo, etc. Con estas tecnologías van cambiando las formas de comunicación, surgen Redes Sociales (R.S.) en el contexto de la web, su popularidad se debe a la velocidad para comunicar y difundir información, y permiten un intercambio de información y una manifestación de necesidades informativas.

Las redes sociales han existido desde antes del internet, y su uso y éxito en el contexto de internet corresponde a que seguimos haciendo lo que hemos hecho siempre que es: crear grupos y sociedades globales, todos vinculados unos a otros mediante diversas relaciones sociales, que nos permiten una interacción recíproca.

La popularidad, potencialidad y penetración de R. S. como Facebook¹ y Twitter² han propiciado su uso dentro del ámbito académico, además de saber que estas redes no han sido creadas específicamente para esta comunidad. En la actualidad la inclusión de estos sitios en la vida académica ha modificado las formas de interactuar entre los actores participantes, donde se pueden crear grupos académicos que permiten construir “socialmente” conocimiento, al compartir experiencias y opiniones, así como socializar fuentes de información que ayuden a su vida académica.

Hoy en día alumnos de maestría en bibliotecología usan estos sitios de R.S. como Facebook y Twitter, donde se crean comunidades académicos para compartir información de experiencias, opiniones y necesidades. Los anteriores son motivos para investigar, a través de un estudio de usuarios e identificar algunas necesidades de información, detectar qué tipo de comportamiento durante la

¹ Facebook. Disponible en: <https://www.facebook.com> [Fecha de consulta: Agosto de 2015]

² Twitter. Disponible en: <https://twitter.com> [Fecha de consulta: Agosto de 2015]

búsqueda de la información se obtiene, y analizar cómo se socializa el conocimiento.

Esta investigación tiene base en las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son las necesidades de información académica de alumnos de posgrado de bibliotecología de la UNAM que utilizan Facebook y Twitter?
- ¿Cómo se manifiestan sus necesidades de información?
- ¿Qué comportamiento tienen en la búsqueda de información?
- ¿Cómo se socializa el conocimiento en estas redes?

Este estudio tiene como objetivo identificar el uso y la manifestación de necesidades de información así comportamientos en la búsqueda de información. Y la socialización de la información que se solicita y se comparte en Facebook y Twitter.

Esta idea surge, a partir de realizar una búsqueda bibliográfica de trabajos que conciernen a los estudios de usuarios y la Web 2.0. Se encontraron muy pocas publicaciones que relacionen estos temas, debido al reciente desarrollo de este tipo de servicios, y sobre todo hay que enfatizar la exploración de los estudios de usuarios en las plataformas de redes sociales horizontales, las que no están con una temática académica.

Esta tesis intenta iniciar una exploración para los estudios de usuarios en las redes sociales de internet, así como identificar cómo se socializa la información en el contexto académico.

Las preguntas mencionadas en líneas anteriores originaron que se plantearan los objetivos específicos de esta investigación:

- Detectar el uso académico en las redes sociales de Facebook y Twitter.
- Detectar las necesidades sobre información académica en las redes sociales de Facebook y Twitter.
- Establecer el comportamiento que muestran en la búsqueda de información académica.

- Analizar cómo se socializa el conocimiento.

Con base en las anteriores preguntas y los objetivos mencionados se establece los siguientes supuestos que se buscan comprobar en esta investigación:

- Algunas necesidades de información que se pudieran mostrar en estas redes sociales, sobre un material o documento para un tema en específico (comportamiento en la búsqueda de información), alguna opinión o duda sobre algún tema relacionado en bibliotecología, etc.

Algunas cuestiones que se pudieran mostrar en estas redes sociales son:

- Las necesidades de información que se muestren, sean en relación a temas de bibliotecología.
- El comportamiento en la búsqueda de información que se muestre sea la utilización de un recurso con más frecuencia. Estas redes pueden ser utilizadas para socializar y compartir información sobre algún acontecimiento o de aspectos académicos.
- La información que fluye puede ser que, en su totalidad sea de carácter académico, si es así este flujo de información podrá verse transformado en un nuevo conocimiento y si tal información es procesada en conocimiento puede ayudar a resolver algunas necesidades sobre información de los usuarios.

Por otra parte, la información que fluye en las redes sociales pudiera ayudar a construir socialmente conocimiento.

Esta tesis está compuesta por cuatro capítulos, en cada uno de ellos se describen aspectos importantes para poder concluir los resultados esperados.

En el capítulo 1 se plantea y analiza sobre las Redes Sociales, concepto, características, historia en la sociedad y en internet, evolución y tipología. Se

describen y mencionan las características particulares de las redes sociales Facebook y Twitter.

Así como la historia de las TIC, su integración en México, su concepto y algunos sectores de la sociedad donde se encuentran inmersas, como marco referencial para la realización del estudio de usuarios.

El capítulo 2 La Socialización del conocimiento académico, la descripción de las cuentas de Facebook y Twitter del Postgrado en bibliotecología y estudios de la información de la UNAM, las necesidades y uso que le dan los alumnos.

El capítulo 3 describe la Técnica e instrumento de medida electo para esta investigación así como, los datos arrojados del estudio de usuarios para la socialización del conocimiento, la manifestación de las necesidades de información y el comportamiento en la búsqueda de información de los alumnos de la maestría en bibliotecología y estudios de la información en la UNAM, en Facebook y Twitter.

En el capítulo 4 se analizan los resultados del estudio de usuarios para la socialización del conocimiento de alumnos de maestría en bibliotecología y estudios de la información en la UNAM, en Facebook y Twitter. Finalmente se establecen las conclusiones obtenidas.

Capítulo 1

Redes sociales y la Tic

Las **redes sociales** parecen una concepción de poco tiempo. Sin embargo, *“Trazar la historia de las redes sociales no es una tarea fácil, su origen es difuso y su evolución acelerada. No hay un argumento sólido de cuál fue la primera red social, y hay diferentes perspectivas al respecto”*³. El término se ha estudiado desde diferentes contextos, principalmente el sociológico desde algunas décadas antes de la existencia del Internet.

En este primer capítulo se expondrá el contexto social y tecnológico en el cual se estudian las redes sociales antes de su arribo a Internet. Enseguida se aborda el desarrollo de las redes sociales en Internet, su concepto, características y tipología. Por último se presentan las dos plataformas más usadas a nivel mundial y sus características: Facebook y Twitter.

Y por último la historia de las TIC así como su integración en México, su concepto y algunos sectores de la sociedad donde se encuentran inmersas.

1.1. Antecedentes

“Al nacer estamos indefensos ante el mundo y necesitamos cuidados básicos como alimentación y protección frente a los peligros de la realidad.

*Por otra parte, el ser humano tiene una necesidad individual de relacionarse con los demás y el entorno que lo rodea: exploramos el medio físico y social, establecemos vínculos afectivos y realizamos actividades lúdicas con objetos y personas. Estas necesidades en específico hacen que el ser humano a medida que crece, entre en contacto con otras personas y se integre en la sociedad. Al satisfacer las necesidades del nuevo individuo se le está transmitiendo la cultura de la sociedad, perpetuándose y desarrollándose ésta en el tiempo”*⁴. Se pueden distinguir tres procesos de socialización⁵, los cuales pueden ser vistas de la siguiente forma:

³ Fundamentado en: Méndez, Denis. Historia de las Redes Sociales Disponible en: <http://denismende.blogspot.mx/2015/08/historia-de-las-redes-sociales-por.html> [Fecha de consulta: Septiembre de 2015]

⁴ Fundamentado en: López Herrero, María. Redes sociales de internet y adolescentes Disponible en: http://www.websatafi.com/joomla/attachments/125_REDES%20SOCIALES%20PUBLICAR.pdf [Fecha de consulta: Febrero de 2015]

⁵ Ibidem, p. 4.

- **Procesos mentales:** Adquisición de conocimientos.
- **Procesos afectivos:** Formación de vínculos con otros individuos.
- **Procesos conductuales:** Conformación social de la conducta.

“Los procesos mentales de socialización: son amplios y diversos, están formados por el conocimientos de los valores, normas, costumbres, personas, instituciones y símbolos sociales. Los conocimientos transmitidos en la escuela, el lenguaje y la escritura, y otras fuentes de información. Estos conocimientos ayudan a los individuos a conocer cómo funciona su sociedad y a comportarse de manera que satisfaga la expectativas de los demás.

Los vínculos afectivos: se establecen con los padres, hermanos, la familia en general, amigos y las personas que rodean la vida del individuo. El mantenimiento de estos vínculos es uno de los pilares que sustentan la conducta social del individuo. Los afectos que componen estos vínculos son: el deseo, la atracción, el enamoramiento, la empatía, el apego y la amistad.

Los procesos conductuales de socialización: dictaminan las conductas consideradas socialmente deseables, así como el comportamiento antisocial.

No basta con conocer lo que es adecuado o no, sino que es necesario que el individuo adquiera un determinado control de la conducta y se sienta motivado a actuar de forma correcta”⁶.

A lo largo de la historia, las redes sociales tienen una dimensión social “que comprende al conglomerado de situaciones que se dan en la vida, o que se le transmiten al sujeto por medio de los agentes sociales y van a formar su personalidad y carácter, las influencias recibidas por parte de los padres, compañeros, profesores así como las influencias de los medios de comunicación, la cultura del país, la televisión, los grupos musicales e ideologías políticas.

⁶ Ibídem, p. 4.

*La socialización es, por lo tanto, la necesidad de relacionarse en la sociedad y las necesidades del sujeto. Al satisfacer las necesidades del nuevo individuo se le está transmitiendo la cultura de la sociedad, interactuando y desarrollándose*⁷.

Losares menciona que *las Redes Sociales* pueden definirse como “un conjunto bien delimitado de actores - individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc. vinculados unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales”⁸.

El autor a continuación nos menciona las siguientes características de las redes sociales:

1. *“Los actores sociales: son entidades sociales sujetos de los vínculos de las redes sociales. Son de diversos tipos: individuos, empresas, unidades colectivas sociales, departamentos en una empresa, agencias de servicio público en la ciudad, estados, etc.*
2. *Los lazos relacionales: son los vínculos entre pares de actores, unidad de análisis en las redes sociales. Son de muy diverso tipo: personales, amistad, interacción social, aspectos profesionales, etc.*
3. *Díada: es la relación específica entre dos actores. Es inherente al par y no se piensa como propiedad de un solo actor. Una díada consiste en un par de actores y el posible lazo entre ambos.*
4. *Tríada: es el conjunto de tres actores y sus relaciones. Permite el análisis de balance y también el considerar propiedades transitivas*⁹.

Por su parte, Luis Sanz, citado por Morales Zuñiga, indica que: *“las redes sociales son la causa y el resultado de las conductas de los individuos. Las redes sociales crean y limitan las oportunidades para la elección individual y de las*

⁷ *Ibíd*em, p. 3.

⁸ Lozares, Carlos. La teoría de redes sociales. España: Universidad Autónoma de Barcelona. Departamento de Sociología. 1996. P 108. Disponible en: <http://alejandrogg.com.mx/temario3/Carlos-redes%20sociales.pdf>

⁹ Fundamento en: López Sáenz, Manuel Espartaco. Reflexiones en torno al poder y naturaleza de las redes sociales y su impacto en la educación. Disponible en: <http://ride.org.mx/1-11/index.php/RIDSESECUNDARIO/article/viewFile/822/803> Pag.4-5 [Fecha de consulta: Septiembre 2015].

*organizaciones; al mismo tiempo los individuos y organizaciones inician, construyen, mantienen y rompen las relaciones y, a través de estas acciones, determinan y transforman la estructura global de la red*¹⁰ .

Las redes sociales “son formas de interacción social, espacios sociales de convivencia y conectividad. Se definen fundamentalmente por los intercambios dinámicos entre los sujetos que las forman. Las redes son sistemas abiertos que aglutinan a conjuntos de personas que se identifican con las mismas necesidades y problemáticas. Las redes, por tanto, se rigen como una forma de organización social que permite a un grupo de personas potenciar sus recursos y contribuir a la resolución de problemas.

*El atributo fundamental de una red la construcción de interacciones para la resolución de problemas y satisfacción de necesidades. Su lógica no es la de homogeneizar a los grupos sociales, sino la de organizar a la sociedad en su diversidad, mediante la estructuración de vínculos entre grupos con intereses y preocupaciones comunes. Las cuales implican un desafío a la estructura, organización social que pueda hacer frente a las situaciones de que se vive en la actualidad*¹¹.

REDES ANTES DEL INTERNET

Las redes sociales como ya se ha mencionado antes involucran: actores, sociedades y grupos, entre otras. Antes del internet, la sociedad enviaba, cartas, faxes, correos, entre otros; y que tardaba en llegar esa información en papel u

¹⁰ Morales Zúñiga, Luis Carlos. ANÁLISIS DE REDES SOCIALES COMO POSIBILIDAD TEÓRICO-METODOLÓGICA PARA LA INVESTIGACIÓN EDUCATIVA Revista Electrónica Actualidades Investigativas en Educación, vol. 11, núm. 3, septiembre-diciembre, 2011, pág. 7. Universidad de Costa Rica San Pedro de Montes de Oca, Costa Rica. Disponible en:<http://revista.inie.ucr.ac.cr/uploads/tx_magazine/analisis-redes-sociales-posibilidad-teorico-metodologica-investigacion-educativa-morales.pdf>

¹¹ Rizo García, Marta. Redes. Una aproximación al concepto. Pág1. Disponible en:<http://sic.conaculta.gob.mx/centrodoc_documentos/62.pdf>

otros soportes de información, donde se tenían vínculos de una persona a otra y se formaban grupos o sociedades como:

- Boy scouts.- Desde antes del internet hay grupos, que se comunican unos a otros por medio de cartas, entre otros medios.
- Sociedades religiosas.- Las comunidades religiosas se comunicaban de diferentes formas, como medios tradicionales de comunicación, correo, fax, etc.
- RSA (Real Sociedad para el Fomento de las Artes, Manufacturas y Comercio) es para enriquecer a la sociedad a través de las ideas y la acción.-*“Por más de 260 años, hemos construido una poderosa red de personas que se dedican a enriquecer la sociedad y la formación del futuro a través de las ideas y la acción”*¹².
- Philosophical Transactions de la Royal Society of London.- *“A 350 años de la fundación de la Royal Society of London, la relectura y el análisis de la historia de su medio científico y de la comunidad de la que emergió proveerá las pistas para el descubrimiento de lo que la ciencia representa como una red de comunicaciones así como de la forma por la cual esta red proporciona las bases para dar existencia y permanencia al trabajo de quienes nos denominamos científicos más allá de los nombres y los apellidos disciplinares”*¹³. Esto solo por mencionar algunas redes sociales antes del internet.

Con la Internet las redes sociales logran una nueva extensión y, se ha provocado un gran uso de usuarios.

¹² Fundamentado en: RSA. Disponible en: <https://www.thersa.org/> [Fecha de consulta: Febrero de 2015]

¹³ Garduño Oropeza, Gustavo. LA COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA: GÉNESIS E IMPLICACIONES CONTEXTUALES EN REVISTAS ESPECIALIZADAS. Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación. [en línea] 2011, 77 (Agosto-October) pág.1. Disponible en: <www.razonypalabra.org.mx>

Por otro parte las nuevas tecnologías han modificado las formas de interactuar en un entorno de internet, este término es utilizado para hacer referencia a una red mundial de dispositivos móviles interconectados mediante redes satelitales y/o terrestres, transmitiendo un indeterminado flujo de información donde las dinámicas de interacción humana se realizan en este espacio. Una interpretación propia de las redes sociales en internet son el conjunto o grupo de individuos que interactúan mediante la red transmitiendo un flujo de información vinculados unos a otros mediante valores sociales, culturales y compartidos.

Las sociedades están viviendo aceleradas transformaciones en las formas de convivir e interactuar socialmente, debido a los avances tecnológicos.

Los alcances de estos avances tecnológicos han impactado en diferentes industrias como: el acero, autos, infraestructura de carreteras, evolución digital y economías basadas en información y conocimiento, donde esta información es un producto de materia para la vida social.

Para hablar de los sitios de redes sociales en internet hay que remitirnos a su historia del internet.

Durante la historia de la humanidad se han creado innovaciones tecnológicas que en su momento fueron de gran importancia y relevancia, lo que hoy es usado por la mayoría de la gente y se conoce como internet nació en la innovación de la industria militar en los Estados Unidos mediante la participación de actores como lo son centros de investigación de carácter universitario, con el objetivo de experimentar con un sistema de comunicación descentralizada que pudiera ser utilizado en caso de un ataque militar.

Hay que enfatizar que la necesidad de estar comunicados e interactuar con las demás personas dio origen a crear este sistema de comunicación mediante la participación de actores individuales y grupales. La manera de estar socializando a través de la historia en las diferentes épocas es fundamental para el desarrollo de la humanidad, lo cual ha permitido interactuar en un medio social para transmitir

información que ha provocado la generación de conocimiento que en muchas ocasiones ha ayudado al desarrollo tecnológico.

En 1969 *“aparece la primera red funcional, Arpanet, en cuyo desarrollo fue gravitante el interés y motivación de científicos y técnicos involucrados, quienes prácticamente conformaron la primera comunidad virtual para compartir sus conocimientos y mancomunadamente ir modelando esta nueva tecnología”*¹⁴. Hay que mencionar que esta innovación tecnológica ha revolucionado al mundo en la manera de transmitir, además del acelerado crecimiento del flujo información. Ha impactado en las relaciones humanas.

Pronto esta innovación se amplió a diferentes sociedades como las académicas, donde se siguió mejorando y se empleó como una herramienta muy eficaz de intercambio de información para las comunidades científicas, esta transmisión de información fue muy relevante entre estas comunidades para la mejora de la herramienta tecnológica.

En los años 80 esta tecnología es ocupada por organizaciones ciudadanas para fines propios, lo cual ha permitido la innovación del internet para aplicaciones de diferente índole, ya no solo para fines de investigación ni de carácter militar. Estos años son de relevancia por la participación de otras organizaciones aparte de las académicas y de investigación, esto dio origen a gran escala, a diversas aplicaciones para fines diferentes a la investigación, permitiendo una nueva forma de comunicación rompiendo fronteras y disminuyendo la distancia entre un continente y otro.

Las Tecnologías de la Información y comunicación, permiten comunicar acontecimientos desde cualquier parte del mundo. Hoy en día, una persona con un dispositivo electrónico (cámara o celular) puede grabar un video de lo que sucede en su país y mediante internet subirlo a las diversas plataformas que hay en la red y transmitirlo de manera masiva, remota y en tiempo real; lo cual era

¹⁴ Movimientos sociales en la red. Ecuador: ALAI, 2001. Pág. 35.

difícil lograr hace algunos años antes de la invención de internet. No cabe duda que los avances tecnológicos son adaptados a la vida cotidiana como herramienta para fines personales o de la sociedad y cultura de cada nación.

A partir de 1990 el internet fue impulsado como una red mundial de redes interconectadas, tres años más tarde surge la denominada “World Wide Web” provocando una expansión masiva de información.

“La World Wide Web (www) es un sistema de interactuar en Internet y nace en 1989, en el CERN (El Laboratorio Europeo de Física de Partículas) en Génova por el informático Tim Berners-Lee quien lo propuso para ser usado para sus divisiones geográficamente distantes y a través de la RED (específicamente para los científicos que trabajaban en física de partículas). Hizo realidad el sueño de comunicación entre redes de manera sencilla, con protocolo http (HyperText Transfer Protocol) y lenguaje html (hypertextmark-up language)”¹⁵.

El mismo autor menciona que para 1993, en febrero, nace el “primer navegador (browser), denominado Mosaicfor X desarrollado por Marc Andreesen de la NCSA (National Center for Supercomputing Applications) de la Universidad de Illinois que funcionaba en X Windows, generó versiones para PC y Macintosh a mediados del mismo año”¹⁶. Y ya para 1994 existía un sinfín de servidores con un aproximado de 10.000 y 10 millones de usuarios

El día de hoy es difícil saber el número de servidores en todo el mundo, como también es difícil saber cuánta información circula en internet, la información crece de manera acelerada por este medio a un ritmo inimaginable al igual que los sitios de internet, que son creados y así como se crean, otros desaparecen.

¹⁵ Lay Gajardo, Jorge. BREVE HISTORIA DE INTERNET. Chile: UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE CHILE FACULTAD DE CIENCIA DEPARTAMENTO DE FÍSICA, 2004. Pág. 3. Disponible en: <http://www.fmoues.edu.sv/crossover/internet.pdf>

¹⁶ Ibídem., pág. 3.

La gran infraestructura de internet ha permitido una extensión de conexión de manera global para dar paso a una red mundial de computadoras y dispositivos conectados entre sí. Permitiendo y creando un acceso global de información y comunicación, conectando países y gobiernos.

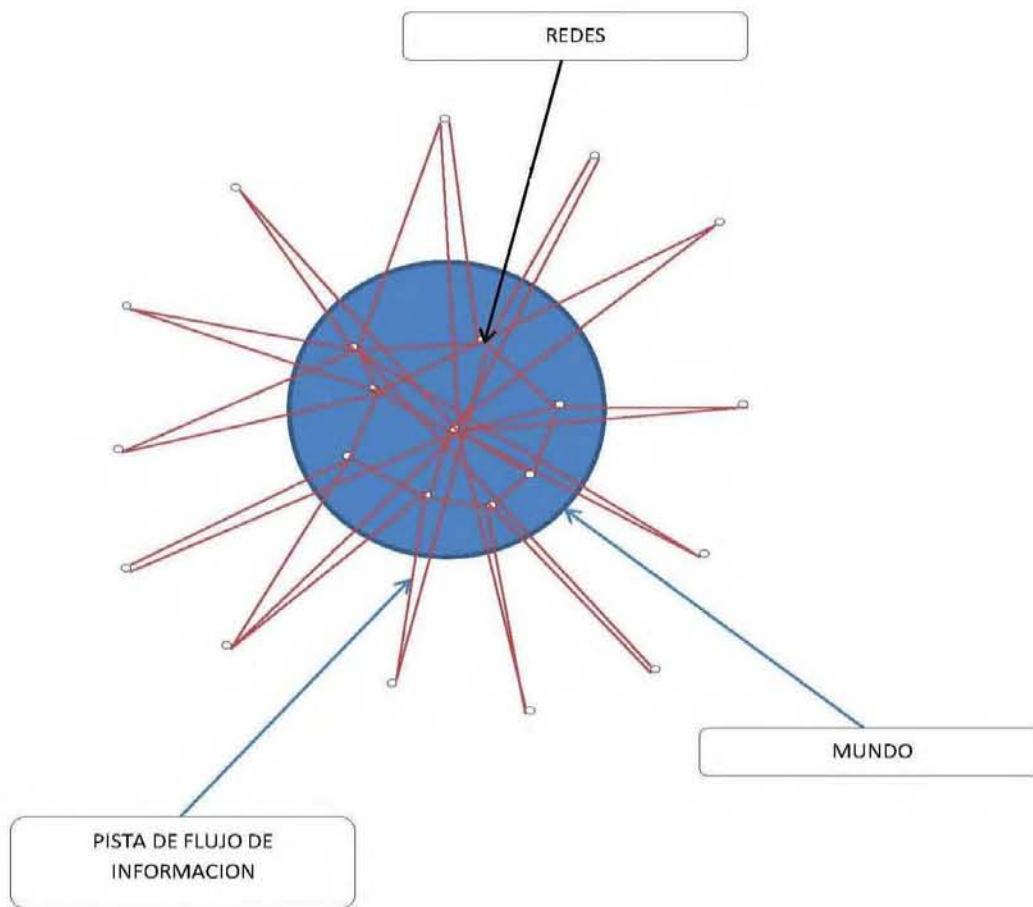
En 1994 el internet se libera para su uso comercial y deja de restringirse por los EE.UU. el cual también deja de controlarlo. En febrero de 1995 los 7 países con más poder en el mundo adoptan al internet con dos principios básicos: liberalización y el acceso universal, con ello, comienza una clara aceleración en la generación y transmisión de la información. Para 1998 se crean acuerdos para formar una agencia internacional de registro de nombres o dominios.

Hoy en día el internet, es una expresión de los avances de las nuevas tecnologías con una expansión muy acelerada, lo cual ha permitido una gran comunicación mundial que; se realiza a través de diferentes mecanismos o instrumentos.

El acceso a la red y el uso de estas tecnologías, permite una dirección hacia la generación del conocimiento que favorece el desarrollo de la educación, la economía, la tecnología, etc.

Para el año 2000 el Internet se masifica con un acceso universal para todos sin dejar de lado la llamada brecha digital ya que, quienes están conectados a la red pueden tener una postura más ventajosa con relación a quienes no lo están. Una respuesta a esto es dar acceso a todos a la red, pero hay factores que se deben eliminar para lograr esto, dichos factores son: la economía social y la estructura de las desigualdades sociales.

El acceso a las nuevas tecnologías desde antes del internet, ha sido una demanda de los sectores de la sociedad más vulnerables o más pobres, hay que tomar en cuenta a esos sectores para lograr un acceso que sea verdaderamente universal.



**Figura 1. Interpretación propia de cómo fluye la información en las redes de internet.
Fuente: elaboración propia**

Internet La figura 1.- Es una interpretación propia de cómo fluye la información, donde transita la gran masa de información en este mundo, tejida a su vez por “redes” que hacen conexión una con otra en distintas partes del mundo, permitiendo llegar información de manera remota.

Los sitios en redes sociales.

Las redes sociales son logros de la innovación de internet con el fin de estar interconectados entre los usuarios permitiendo compartir información en una plataforma como lo son: fotografías, videos, amistades, etc.

La historia de sitios de redes sociales en internet es relativamente nueva, nacen a finales del siglo XX y han cobrado un gran auge en el siglo XXI.

“El origen del software de las redes sociales parte de la teoría de los seis grados de separación, según la cual todas las personas que habitan el planeta están conectadas por medio de no más de seis de ellas. Investigaciones en Canadá y Estados Unidos afirman esta teoría. Ellos comprobaron en sus estudios que fuera de Internet, las personas estudiadas tenían como término medio no más de seis lazos íntimos de relación fuera de la familia y, al mismo tiempo, muchísimos lazos débiles que mantenían aisladamente. Se plantea que en los últimos diez años, esta tendencia de relaciones se ha mantenido como media en el comportamiento de las personas. De hecho, existe una patente en Estados Unidos conocida como sixdegreespatent, junto con otras muchas invenciones que protegen la tecnología para automatizar la creación de redes y las aplicaciones relacionadas con estas”¹⁷.

Como hemos visto con anterioridad las redes sociales han existido desde antes del internet, pero con los avances tecnológicos se modifican las formas de interactuar y de socializar, lo cual da paso a las redes sociales en otro formato, con las plataformas se generan una gran gama de medios para relacionarse e interactuar.

Redes sociales más utilizadas

Las redes sociales más utilizadas por los usuarios son “redes sociales directas, basadas en perfiles tanto personales como profesionales” ¹⁸. Según un Estudios del ONTSI “*La red social más conocida en el mundo Facebook con un*

¹⁷ Cascales Martínez, Antonia. et al. LAS REDES SOCIALES EN INTERNET. Revista electrónica de tecnología educativa [en línea] 2011, 38 (diciembre) pág.3. Disponible en: <http://edutec.rediris.es/Revelec2/Revelec38/pdf/Edutec-e_38_Cascales_Real_Marcos.pdf> ISSN 1135 9250

¹⁸ Martínez López, Fátima. Estudio Redes Sociales en España ONTSI. Disponible en: <http://es.slideshare.net/FtimaLopez/estudio-redes-sociales-en-espaa-ontsi> [Fecha de consulta: Septiembre 2015]

*51% de usuarios de Internet es una red social directa de perfil personal y es empleada de forma preferente en los países de habla anglosajona*¹⁹.

Con el nacimiento de sitios de redes sociales en internet se han ido incorporando nuevas herramientas que permiten a sus usuarios, llevar a cabo un amplio conjunto de actividades, las cuales varían de una red a otra, pueden ser de carácter académico, profesional, de diversión, etc. La mayoría cuentan con diferentes servicios como chat, mensajería en tiempo real y toda una gama de actividades en una sola plataforma.

Las herramientas más empleadas en las redes sociales por los usuarios, los cuales pueden ser vistas de la siguiente forma:

- *“Aplicaciones para subir fotos: Permiten la creación de álbumes de fotografía y la realización de comentarios sobre las fotos que se insertan en los mismos.*
- *Mensajería privada/pública: Permite interactuar y facilita la comunicación dentro de la red social con otros contactos.*
- *Perfil: Se trata de la página personal que posee cada usuario de una red social directa, el perfil contiene información del propio usuario y la relación de contactos del mismo.*
- *Juegos online, fan de marcas y concursos: Enfocadas al ámbito comercial y de gran utilidad para la publicidad*²⁰.
- Compartir archivos con los contactos
- Crear grupos dentro de la plataforma
- Interacción de persona a persona mediante una cámara web en tiempo real.

¹⁹ ONTSI. Las redes sociales en internet. Europa: ONSI. 2011. Pág. 24
Disponible

en: http://www.osimga.org/export/sites/osimga/gl/documentos/d/20111201_ontsi_redes_sociais.pdf

²⁰ Fundamentado en: Robledo, Luisa. Principales Actividades Dentro De Las Redes Sociales. Disponible en: <http://comunicandosm.blogspot.mx/2014/11/principales-actividades-dentro-de-las.html> [Fecha de consulta: Febrero de 2015]

1.1.1. Conceptos.

Las plataformas de redes sociales provocan un cambio en la interacción de las personas y sus relaciones personales, en la comunicación entre personas y actores individuales o grupos, con una elevada mediación de las tecnologías. Estos sitios con diferente orientación, posibilidades y contenido de unas y otras plataformas, con nuevas prácticas sociales se aplican a muy diversos ámbitos: la amistad, la comunicación, el campo profesional, la publicidad, comercio, fines académicos y profesionales.

Toda aquella población con acceso a Internet y unos conocimientos básicos sobre el uso de estas herramientas puede ser usuaria de las plataformas de redes sociales. Hay que tener en cuenta que con la aparición de sitios de redes sociales también surgen nuevas necesidades y aplicaciones que se dan a la par con el avance de la tecnología.

Por otro lado *“Las redes sociales en Internet son servicios web que permiten (1) construir un perfil público o semi-público en un sistema, (2) gestionar una lista de otros usuarios con los cuales comparten un vínculo, y (3) ver y cruzar sus vínculos y los realizados por otros en el sistema”*²¹.

Otra definición, más extensa y explícita, a la que podemos hacer referencia es la que hace mención el mismo autor.

“nos referimos específicamente a aquellas herramientas telemáticas de comunicación que tienen como base la Web, se organizan alrededor de perfiles personales o profesionales de los usuarios y tienen como objetivo conectar secuencialmente a los propietarios de dichos perfiles a través de

²¹ Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x

*categorías, grupos, etiquetados personales, etc., ligados a su propia persona o perfil profesional*²².

Un concepto propio de sitio de redes sociales, son aquellos espacios en internet de plataformas con servicios característicos que permiten interactuar a grupos sociales y se comparte un flujo de información. Hay que destacar que estos sitios de R.S, son un espacio social y en la diversidad de esferas de actividad generan vínculos entre los actores, mediante diversos servicios que se ofrecen en las plataformas y que están ubicados en tiempo real y en un lugar remoto.

Estos sitios de redes sociales se pueden ocupar de diferentes modos, como de manera personal donde el usuario es el responsable sobre, hasta qué punto la información que proporciona en su perfil puede ser compartida, como de manera académica donde su uso es estrictamente profesional o escolar, para compartir información de grupos de clases o archivos de trabajos en colaboración.

Por otro lado también se puede combinar ambos usos: personal y académico, hay que enfatizar que las personas que las utilizan en su mayoría son jóvenes. También existen casos de personas que crean sus perfiles por una presión social, es decir, para ser aceptados por determinado grupo, hay que recordar que el hombre desde antes del internet ha tenido la necesidad de interactuar en grupos sociales.

A continuación se muestra un mapa de la estructura de un sitio de red social en internet de manera general:

²² Castañeda, L. (2010). Aprendizaje con redes sociales: Tejidos educativos para los nuevos entornos. MAD Eduforma: Sevilla.

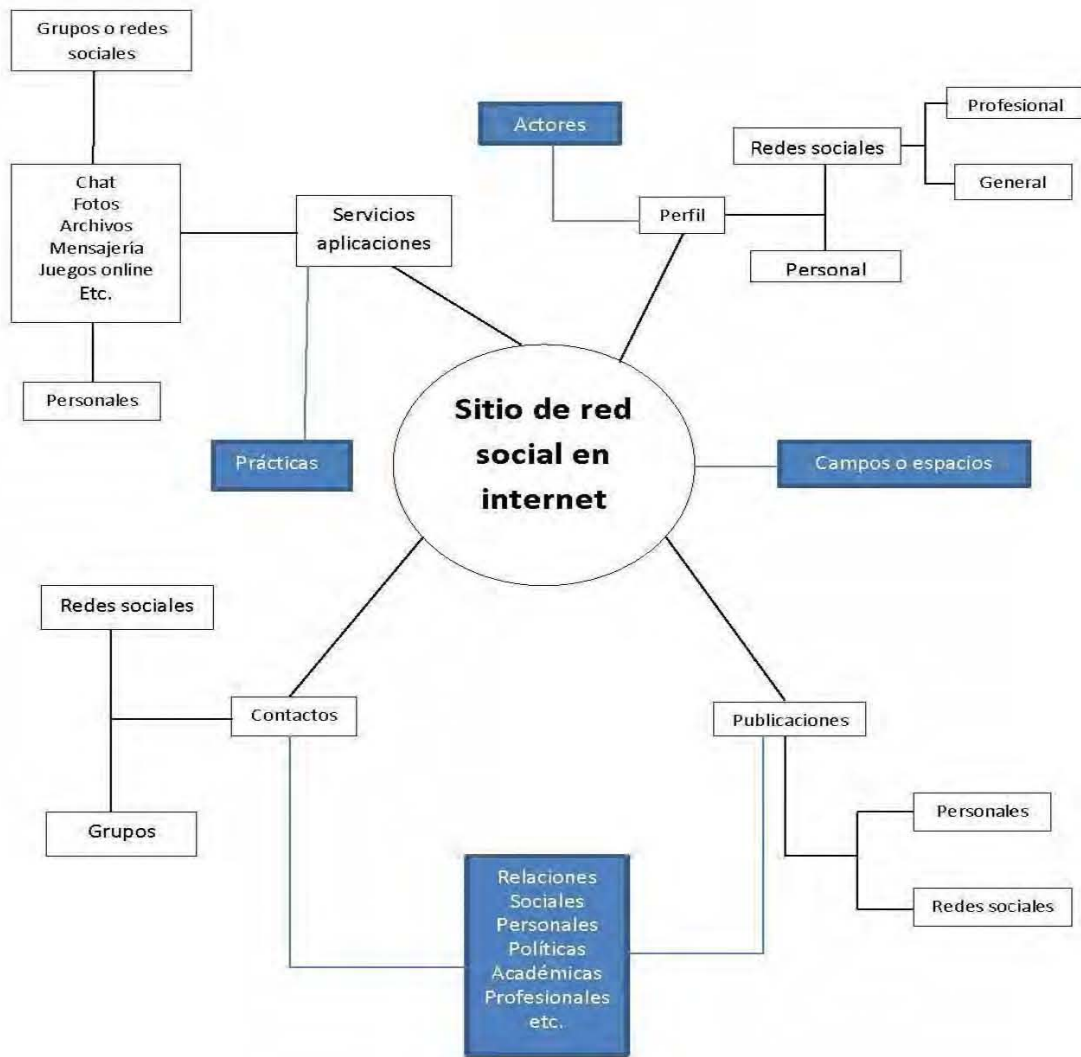


Figura 2. Mapa de la estructura de un sitio de red social en internet de manera general.
Fuente: elaboración propia

El sitio de internet (Figura 2) necesita de espacios sociales (campos) que se constituyen (prácticas) de los actores (individuos, grupos), que generan vínculos o relaciones específicas (sociales, religiosas, políticas, personales, académicas) entre ellos.

1.1.2. Características

Las redes sociales en internet se han introducido relativamente de forma reciente a la vida de muchas personas, este fenómeno ha sido medio de atracción no solo entre personas jóvenes, sino que también entre personas de mayores de edad. Hoy en día es muy común escuchar de muchas personas sitios de redes sociales en internet.

Una de las actividades que atrae a las personas hacia las redes sociales es la extraordinaria forma de comunicación e interacción entre ellas, lo que ha provocado un significativo aumento en el número de personas que se suscriben a estos medios con fines específicos.

Uno de los fines que se pueden encontrar en estos medios son: para encontrar y tener un vínculo con amistades perdidas con el tiempo, para exponer temas de diversa índole, apoyo de alguna causa en específico, medio de organizar eventos, dar a conocer información sobre un evento (congresos, reuniones, encuentros, etc.) y como medio de integrarse a una sociedad en red.

Haro nos menciona que *“Las redes sociales son estructuras compuestas por personas u otras entidades humanas las cuales están conectadas por una o varias relaciones que pueden ser de amistad, laboral, intercambios económicos o cualquier otro interés común”*²³.

El autor citado, hace mención de solo algunos de los diferentes tipos de redes sociales en internet mencionadas abajo²⁴, de las cuales podemos encontrar las siguientes:

- **Redes sociales estrictas**

²³ José de Haro, Juan. Redes Sociales en Educación. España: ANAYA Multimedia. 2010 pág.2. Disponible en: <<http://www.adolescenciasema.org/usuario/documentos/03cap-redes-sociales-para-la-educacion.pdf> >

²⁴ Ibidem.

Son las que tienen una aplicación a los aspectos educativos, pero también se pueden adaptar a diferentes necesidades.

- **Microblogging**

*“Los microblogs son mensajes cortos que la gente utiliza para proporcionar información actualizada sobre sus actividades, observaciones e interesante contenido, directamente o indirectamente a los demás”*²⁵. El ejemplo más conocido de este tipo de redes es Twitter (<http://twitter.com>) aunque existen muchas.

Redes sociales completas:

Estas redes, son más completas que las de microblogging, tienen una comunicación e interacción más amplia entre los usuarios, una de sus características que las hacen más completas es la de compartir otros formatos digitales a parte del texto como: chat, foros, documentos de diferentes formatos (Word, PDF), fotos, videos, etc. Esta característica permite el aprendizaje.

Los ejemplos más claros de estas redes son Facebook (<https://www.facebook.com>) o Tuenti²⁶ (<https://www.tuenti.com>), en estos sitios los usuarios tienen acceso a los perfiles de los demás usuarios los pone en contacto con un sinnúmero de personas conocidas y no conocidas. Los usos de estos sitios pueden ser académicos o no académicos.

Dentro de las características que podemos encontrar en las redes sociales en internet tenemos las siguientes:

- Permiten una conexión de manera remota.
- Son de fácil acceso y a bajo costo.
- Permiten compartir un gran número de información.

²⁵ Kate Ehrlich, N. Microblogging Inside and Outside the Workplace. USA: Association for the Advancement of Artificial Intelligence, 2010. pág.1. Disponible en: <<http://www.cs.cornell.edu/~sadats/icwsm2010.pdf>>

²⁶ Tuenti. Disponible en : <https://www.tuenti.com> [Fecha de consulta: Febrero de 2015]

- Ceden a la interacción con un indeterminado número usuario o círculo de amistades.
- Son un medio de interacción con servicios que permiten comunicación como: chat, fotos, foros, mensajes de texto, videos, etc.
- Permiten, a los usuarios, realizar un seguimiento de sus relaciones interpersonales y crear otras nuevas.

Se debe destacar que estos medios han permitido la interacción de muchos usuarios, de manera crucial para fines determinados de cada usuario. Por lo que cada sitio de red social tiene características distintivas de su naturaleza ya sea para socializar, comunicarnos, fines académicos, etc.

La mayoría de las personas actualmente, están registradas en alguna red social, lo importante es saber hasta qué punto la información que registramos queremos que sea pública, hay que enfatizar que cada uno es responsable de lo que se sube a estos sitios y leer las políticas de cada red social y estar de acuerdo, por otra parte *“Las redes sociales reflejan lo que en otros tiempos se mostraba mediante sociogramas: una serie de puntos representando individuos, notablemente personas, unidos mediante líneas que representan relaciones. El carácter de una red social puede ser muy variado así como el motivo aglutinador: desde el sexo hasta la afición por los viajes, las redes sociales mueven el mundo, aunque evidentemente, algunas los mueven más que otras”*²⁷.

1.1.3 Tipología de las redes sociales

El uso de redes sociales en el ámbito académico no puede quedar exento, debido a la forma rápida de interactuar y comunicarnos, por lo tanto la educación bibliotecológica no puede quedar fuera. En la actualidad el Posgrado en bibliotecología y estudios de la información de la UNAM, tiene dos cuentas una de Facebook y otra de Twitter, es importante enfatizar que estas redes no son estrictamente académicas pero son de las más populares actualmente y están

²⁷ Flores Cueto, Juan J. LAS REDES SOCIALES. Boletín electrónico de la Unidad de Virtualización Académica — Edición N° 1, octubre 2009. Pág. 4. UVA Universidad de San Martín de Porres – USMP Disponible en:<http://mc142.uib.es:8080/rid/%3D1HY8TVCCBB-15599LW-1S6Z/redes_sociales.pdf>

clasificadas como redes horizontales, por lo que es necesario analizar la tipología para poder entender el tipo de redes sociales se mostrara continuacion la tipología.

La tipología de las redes sociales en internet depende de cada plataforma y al público al que va dirigido, hay diferentes tipos de redes sociales digitales²⁸, las cuales pueden ser vistas de la siguiente forma:

- **Redes sociales Horizontales:** *“Son aquellas dirigidas a todo tipo de usuario y sin una temática definida. Se basan en una estructura de celdillas permitiendo la entrada y participación libre y genérica sin un fin definido, distinto del de generar masa. Ejemplos del sector son Facebook o Twitter.*

Estas redes por lo regular tienen miles de usuarios, permiten la creación de grupos donde algunos miembros pueden permanecer aislados al resto de la comunidad, para crear grupos de interés particulares. Una desventaja es que no es posible garantizar la privacidad del usuario, ya que estará en contacto con otras personas ajenas al proceso educativo.

- **Redes sociales Verticales:** *Están concebidas sobre la base de un eje temático agregado. Su objetivo es el de congregar en torno a una temática definida a un colectivo concreto. En función de su especialización, pueden clasificarse a su vez en:*

1.-Redes sociales Verticales Profesionales: Están dirigidas a generar relaciones profesionales entre los usuarios. Los ejemplos más representativos son Viadeo, Xing y LinkedIn.

2.- Redes sociales Verticales De Ocio: Su objetivo es congregar a colectivos que desarrollan actividades de ocio, deporte, usuarios de videojuegos, fans, etc. Los ejemplos más representativos son Wipley, Minube Dogster, Last.FM y Moterus.

²⁸ Fundamentado en: Sánchez, Elia. Redes sociales verticales y horizontales. Disponible en: <http://laventanadeelia.wordpress.com/2011/09/27/redes-sociales-verticales-y-horizontales/>[Fecha de consulta: Febrero de 2014]

3.- *Redes sociales Verticales Mixtas: Ofrecen a usuarios y empresas un entorno específico para desarrollar actividades tanto profesionales como personales en torno a sus perfiles.*

La tipología anterior es una breve aproximación, debido al rápido desarrollo de nuevas redes sociales, mientras que otras se mantienen o evolucionan y otras más desaparecen.

1.2. Las Redes de Facebook y Twitter

Facebook

La historia de Facebook es relativamente corta, para ser más exacto, las fechas del nacimiento de este sitio web de red social fue en:

“Febrero de 2004, un estudiante de Harvard llamado Mark Zuckerberg lanzó un sitio web llamado «theFacebook» como un servicio para ayudar a la red de estudiantes de Harvard a conectarse entre sí. El nombre fue tomado de una publicación que mostraba el perfil de los estudiantes y del personal de la universidad distribuida entre los nuevos alumnos. Harvard tiene una reputación de elite, una comunidad estrechamente unida, y el contacto que se hace con el resto de los estudiantes es casi tan importante como el aprendizaje formal”²⁹.

Se dice que la mitad de los estudiantes de Harvard crearon rápidamente su perfil. Poco más tarde llegó a otras universidades entre ellas se encontraban Stanford y Yale, con muy poco tiempo de creación, este sitio web cobró mucha popularidad en muchas universidades, en los Estados Unidos.

²⁹ EL PROYECTO FACEBOOK Y LA POSUNIVERSIDAD.SISTEMAS OPERATIVOS SOCIALES Y ENTORNOS ABIERTOS DE APRENDIZAJE. Madrid: editorial Ariel, S.A., 2010. Pág.10. Disponible en: <<http://www.codajic.org/sites/www.codajic.org/files/El%20Proyecto%20Facebook.pdf>>

La creación de esta red social, en un principio, tuvo como objetivo la interacción de estudiantes en aspectos académicos, pero hoy en día su uso tiene diferentes enfoques. El nombre inicial del sitio era "The Facebook" y en el 2005 se le dio el nombre oficial de "Facebook", con este nombre se dio todo un fenómeno a nivel mundial.

Facebook no es el primer sitio de red social creado en internet pero sí es actualmente el más popular, anteriormente existían otros sitios de redes sociales:

“posiblemente el honor le pertenece a Friendster o a Tribes, ni siquiera fue la primera red social diseñada por Zuckerberg. en realidad, si hacemos foco sobre el aspecto comunitario de los sitios sociales, tenemos precursores como el ex BBS The Well, lanzado por Stuart Brand en 1985 (Por, 1985), y The Globe, una comunidad iniciada en 1994 por Stephan Paternot y Todd Krizelman, estudiantes de la Universidad de Cornell (Lawrence, 1996). Cuando Facebook emergió, la idea de conectar gente mediante el uso de perfiles, actualizaciones de estado y foros estaba consolidada.”³⁰

Hay que enfatizar que la creación de esta red social era de carácter académico para que los estudiantes formaran grupo:

“mantuvieran en contacto y compartieran información sin necesidad de iniciar cadenas de mails, como por ejemplo, avisar la inasistencia de un profesor a clases, recordar un examen o la entrega de trabajos, y compartir resúmenes e información sobre una clase. Con el tiempo los usuarios le fueron dando un uso más social, incorporando a sus redes familiares y amigos, acentuado por sus dueños, quienes incorporaron herramientas que facilitan ese uso como por ejemplo subir fotos, buscar amigos, etc.”³¹

³⁰ Ibídem., pág.10.

³¹ Teresa Gómez, María. USO DE FACEBOOK PARA ACTIVIDADES ACADEMICAS COLABORATIVAS EN EDUCACIÓN MEDIA Y UNIVERSITARIA. Venezuela: Universidad Nacional Abierta, Caracas, Venezuela, 2010. Pág. 3. Disponible en: <http://www.salvador.edu.ar/vrid/publicaciones/USO_DE_FACEBOOK.pdf>

Por otra parte al principio para ser miembro de Facebook era un requisito necesario tener una dirección de correo electrónico de una institución con status educativa, actualmente este sitio está abierto al público en general, lo pueden utilizar todas las personas en cualquier parte del mundo y ha cobrado una popularidad en todos los ámbitos, ya sea académico, profesional, social, cultural, o de cualquier fin.

Cuando Facebook pasó de ser una red social para universitarios y se abrió al público en general, surgió una idea de tener conectada a la gente con la creación del llamado perfil, se permitían actualizar su estado y este sitio estaba consolidado con estos servicios para ser el más utilizado por las personas siendo este el más popular de los sitios web de redes sociales.

Debemos tener en cuenta que es un aspecto de suma importancia la de Facebook y que la ha colocado como la plataforma más popular, es su estructura que se puede entender como el reflejo de la sociedad y en esta estructura podemos encontrar contactos, universidades e instituciones conectadas, grupos activistas y toda una organización social conectada en red.

Este sitio de red social provoca un paradigma en la sociedad, sobre todo en personas que no están acostumbrados al uso de las tecnologías, pero el uso de estos sitios ha despertado interés en estas personas, que han aprendido a usar este sitio para socializar con los demás usuarios.

Una de las ventajas de esta red social es que ha logrado una penetración a nivel mundial en un periodo muy corto, si esta red se utilizara con fines académicos como en un principio fue su objetivo, la población se beneficiaría para lograr transmitir información que a su vez se transformaría en conocimiento.

Los diversos usos generales que hacen los usuarios en Facebook se realizan mediante herramientas o aplicaciones como las siguientes:

MURO (actualmente BIOGRAFÍA)

- El muro.- *“La actividad que más se realiza en el muro es la exposición de tests y fotos. La interacción (vía muro) es menos frecuente y cuando ocurre se reduce a saludos, muestras de afecto entre amigas y amigos, comentarios sobre las fotos o sobre la actualización de estado/acción. Sólo en contados perfiles se observó que se generaban conversaciones en el muro”*³². Esta aplicación también es usada para entablar una conversación, exponer algún tema de interés para los usuarios.

JUEGOS

- Los juegos.- Una de las prácticas más frecuentes realizadas en Facebook es el juego. Se puede tener acceso a diferentes juegos al pertenecer a esta red social, estos juegos permanecen en el contexto de los videojuegos, permitiendo crear una atmósfera de interacción de jugar con los demás amigos que comparten la red social.

GRUPOS

- Grupos.- Esta sección es demasiado amplia y permite crear cualquier grupo, académico, político, religioso, etc. Cualquier usuario puede crear un grupo, es importante mencionar que salvo la publicación de contenido que según la normativa general de Facebook establezca cualquier grupo puede funcionar es decir, no hay restricciones en cuanto a tema pero sí en los contenidos; no pueden publicar pornografía, contenido sensible, etc. Si algún usuario se ve afectado puede denunciar el contenido y al grupo mismo.

FOTOS

³² Hacia un entendimiento de la interacción de los adolescentes con dispositivos de la web 2.0. El caso de Facebook. Canadá: Asociación Chicos.net, 2009. Pág.36. disponible en: <<http://www.chicos.net.ar/internetsegura/pdfs/Facebook.pdf>>

- Fotos.- Esta aplicación permite subir fotos, aquí se puede observar la gran importancia en los medios audiovisuales y tomando un rol protagónico para socializar información. El uso de estas imágenes puede ser para compartir información de personas, lugares, o panfletos de algún evento entre otras. En estas fotos se pueden hacer comentarios de cualquier índole, críticos, académicos, etc.

Un ejemplo de Información de propiedad intelectual³³, es la siguiente:

Información acerca de la propiedad intelectual

“Facebook tiene el compromiso de ayudar a personas y organizaciones a proteger sus derechos de propiedad intelectual. La [Declaración de derechos y responsabilidades](#) de Facebook no permite publicar contenido que vulnere los derechos de propiedad intelectual de otra persona, incluidos los derechos de autor y de marca comercial.

Derechos de autor

Los derechos de autor son los derechos legales que protegen las obras originales (por ejemplo, libros, música, películas y arte).

Normalmente, los derechos de autor protegen la expresión original, como palabras o imágenes. No protegen hechos ni ideas, aunque sí pueden proteger las palabras o imágenes originales utilizadas para expresar una idea. Los derechos de autor tampoco protegen elementos como nombres, títulos y eslóganes; sin embargo, es posible que otro derecho legal denominado [marca comercial](#) lo haga.

Obtén información sobre cómo [denunciar vulneraciones de derechos de autor](#).

Marca comercial

³³ Facebook. Servicio de Ayuda. Disponible en: <https://es-es.facebook.com/help/399224883474207/> [Fecha de consulta: Julio de 2015]

Las marcas comerciales son palabras, eslóganes, símbolos o diseños (por ejemplo, el nombre de una marca o un logotipo) que diferencian a los productos o servicios que ofrecen una persona, un grupo o una empresa con respecto a otros. Normalmente, las leyes sobre marcas comerciales tratan de evitar confusiones entre los consumidores con respecto a quién proporciona un producto o servicio o está asociado a estos.

Obtén información sobre cómo [denunciar vulneraciones de marcas](#)".

Una actividad muy importante que se da en este sitio de red social es el compartir información, esta acción es recíproca entre los usuarios pero cada quien sabe qué puede recibir y compartir, dentro de la información que se puede compartir en esta red puede ser personal y esta incluye lo siguiente:

- Nombre y fotografía.- esta actividad es para encontrar y conectarse con otros usuarios (amigos, conocido, entre otras) debido a esto el nombre y la fotografía no tienen alguna configuración de la privacidad. En algunos casos si no deseas compartir una fotografía se puede dejar sin foto, y también puedes controlar si alguien te puede buscar en Facebook o con otros motores de búsqueda.

Es relevante mencionar *“Los usuarios que se registran en Facebook por primera vez pueden ser bloqueados si el nombre no cumple con las guías internas de la empresa, que prohíben “palabras, frases o apodos en lugar de un middlename” (lo que en inglés se conoce como nombre intermedio y que no se utiliza en los países de habla hispana)”*.³⁴

³⁴ Fundamentado en: La política de nombres reales de Facebook. Disponible en: http://www.eldiario.net/noticias/2015/2015_03/nt150309/ciencia.php?n=2&-la-politica-de-nombres-reales-de-facebook [Fecha de consulta: Julio de 2015]

- Correo electrónico.- en esta red social es necesario contar con una cuenta de correo electrónico, ésta sirve para recibir notificaciones de la actividad de grupos o amigos dentro de Facebook, también permite hacer búsquedas de algún usuario utilizando el buscador por correo electrónico.

- Género y fecha de nacimiento.- Además del nombre y la dirección de correo electrónico, requieren que indiques tu género y una fecha de nacimiento pues la edad mínima para obtener tu registro es de 13 años, estos datos se pueden configurar para determinar quién puede verlos.

- Lugar de trabajo.- este campo no es obligatorio tú decides si es conveniente ponerlo, este dato es para poder localizar a compañeros o amigos de trabajo que están en la red social.

-Lugar de residencia.- al igual que el dato anterior no es obligatorio ponerlo, hay que tener en cuenta que en la configuración de la cuenta tu puedes escoger quién puede acceder a tu información de manera general en tu perfil.

Otro factor importante de esta red social es la privacidad, entre las cuales podemos encontrar, diferentes opciones para decidir qué y quiénes pueden ver tus publicaciones. Facebook ha cambiado numerosa veces las políticas de privacidad, cada quien sabe si acepta el uso de esta red.

Por otro lado la información que se comparte en esta red debe ser configurado dependiendo de las necesidades y beneficios de cada usuario, *“Información pública significa exactamente eso, que es pública. Esto es, visible para TODO Internet; tu nombre, imagen de perfil, perfil de Facebook, identificador de usuario, etc. podrá asociarse contigo, tanto dentro como fuera de Facebook. Esa información se podrá ver cuando se haga una búsqueda sobre ti tanto dentro de Facebook, como en un motor de búsqueda público (Google, Bing, Yahoo Search...etc.) y estará accesible para los juegos, aplicaciones o sitios Web que utilizáis tú o tus amigos.*

*Además, esta información será accesible para cualquier aplicación que utilice la API (Interfaz de Programación de Aplicaciones) de Facebook*³⁵.

Cada quien asume la responsabilidad de lo que sube como; fotos e información personal, la puede hacer pública o elegir con quien la puede compartir.

Twitter

Esta red social está basada en los microblogs, que anteriormente se habían mencionado, significa que son mensajes cortos que la gente utiliza para proporcionar información actualizada sobre sus actividades, observaciones e interesantes contenidos, directa o indirectamente a los demás. Esta red es una de las más populares para compartir sucesos en el momento preciso y compartirlo en la red social, la característica principal son los mensajes que se publican en el perfil de cada usuario.

Podemos definir a Twitter como *“la herramienta más usada para microblogging que permite a los usuarios enviar y recibir mensajes cortos públicos llamados tweets*³⁶.

Podemos decir que Twitter es un sitio de red social, cuyo servicio principal es la publicación de mensajes cortos por medio de la Web.

³⁵ Resumen de la Política de Privacidad en Facebook. Valencia: Centre Seguretat TIC de la Comunitat Valenciana, 2009. Pág.7. disponible en: http://www.csirtcv.gva.es/sites/all/files/downloads/GUIA_PRIVACIDAD_FACEBOOK.pdf [Fecha de consulta: Abril de 2014]

³⁶ Amy Mollet, Danielle Moran, Patrick Dunleavy. El uso de Twitter en la investigación universitaria, la enseñanza y el impacto en las investigaciones: una guía para los académicos e investigadores (ampliación y actualización). Curso de formación “Redes Sociales en Educación”. Traducción de Fernando Santamaría y Concepción F. Abaira para curso de formación permanente en ULe. Universidad de León, 2011. Pág.2. disponible en: <http://estebanromero.com/wp-content/uploads/2012/07/El-uso-de-Twitter-en-la-universidad.pdf>[Fecha de consulta: Abril de 2014]

La historia de Twitter es relativamente corta, *“a fines de 2006, Williams, Dorsey y Stone fundaron Obvious Corp. para adquirir las propiedades de Odeo, entre las que estaba Twitter, y en abril del siguiente año, ésta se convertiría en una compañía propia”*³⁷.

Existen algunas fechas y eventos relevantes en la historia de Twitter de acuerdo al documento *Twitter: 5 años Un recorrido por la herramienta que se convirtió en plataforma*³⁸, a continuación se mencionan:

- *“Marzo del 2006 primer tweet que en ese momento se llamaba Twtr, empezó hacer camino con el equipo de trabajo para abrir su cuenta y así realizar el proceso de este proyecto.*

- *2007 aún no cobraba auge en la Web, pero en el Festival South by Southwest (SXSW), que se realiza anualmente en Austin, Texas. Allí se llevaron el premio Southwest Web Award, lo que le dio un plus para cobrar fuerza y darse a conocer en la red.*

- *2008 Twitter seguía creciendo y tomando relevancia, para este año tomo interés en el mercado japonés con su interfaz totalmente traducida al japonés y también incluyendo publicidad.*

En este mismo año recibió su primera ronda de inversión fuerte, 5 millones de dólares. Una inversión muy importante en cuestiones monetarias para empezar con un capital e ir creciendo con esta inversión. Jeff Bezos, fundador de Amazon, y Bijan Sabet, de Spark Capital, entran al equipo inversor lo cual cobra una mayor fuerza para colocarse en la Web.

Otra actividad relevante en este año fue que Twitter adquirió la empresa Summize, esto dio como resultado que Twitter se completara con un sistema de búsqueda muy completo.

³⁷ Miguel Jorge, Carlos Rebato. et al. *Twitter: 5 años Un recorrido por la herramienta que se convirtió en plataforma*. Hipertextual S.L. | Movistar, 2011. Pág.8. disponible en: <<http://hipertextual.com/pdf/twitter.pdf> >

³⁸ibíd., disponible en: <<http://hipertextual.com/pdf/twitter.pdf> >

- 2009 la red se vuelve cada vez más popular debido que los usuarios se dan cuenta de la gran utilidad e importancia en la vida cotidiana de poder informar de cualquier suceso en tiempo real. En este año ocurrieron sucesos como la de un accidente de avión en el río Hudson y la primera imagen del mismo fue publicada en Twitter por el usuario Janis Krums, esta foto dio la vuelta al mundo gracias a la rapidez de poder comunicar información en Twitter.

Noviembre 2009: Se lanza la versión en español para todos, lo que supuso otro empujón muy importante para el servicio.

- 2010 los eventos ocurridos en este periodo como el terremoto de Haití la copa del mundo de futbol entre otros, Twitter sirvió de medio de comunicación masiva para compartir información de estos acontecimientos, logrando así un gran número de tweets publicados por los usuarios”.

Durante 2011 y hasta 2015 Twitter ha sido un medio de comunicación popular que es muy fácil de usar para mensajes en red consagrándose como un fenómeno mundial.

Como se ha mencionado la historia de Twitter es muy corta pero ha cobrado demasiada popularidad entre las redes sociales en internet, un factor importante que la ha llevado a colocarse entre las más usadas por miles de personas, es la trasmisión de información mediante mensajes cortos para contar algún acontecimiento relevante rompiendo con la barrera del espacio y del tiempo para llegar de un continente a otro. Como lo menciona Espinoza:

“Twitter nació como plataforma web para facilitar la circulación de mensajería entre grupos, de forma que cualquier usuario pudiera mandar un SMS y que éste fuera publicado en la web, sin necesidad de utilizar su número móvil, y desde 2006 hasta ahora no ha dejado de crecer,

*incrementarse y perfeccionarse hasta convertirse en lo que hoy conocemos*³⁹.

Cabe destacar que estos medios de comunicación son de gran relevancia en la sociedad y en los medios de comunicación que se han desarrollado en las Tecnologías de Información y Comunicación, la experiencia de usar esta red social como nos lo menciona Orihuela *“la experiencia twitter a la posibilidad que brindan los medios sociales a diferencia de los medios tradicionales (radio, prensa, TV) de configurar los contenidos a partir de las decisiones que toman los usuarios”*⁴⁰. Esta red es de características diferentes a los medios de comunicación, la radio, prensa, entre otras. Aquí el usuario es quien tiene el control del contenido de la información y quien recibe, lo que está muy ligado a los grupos de comunidades que establece.

El mismo autor nos menciona las funciones importantes del uso de esta red:

- Familiaridad ambiental: Permite estar en una interacción constante manteniendo algún contacto con personas relevantes para cada usuario.
- Compartir experiencias y opiniones: Aquí es fácil publicar acontecimientos importantes de algún hecho relevante, social, personal, etc.
- Noticias de última hora: este medio es famoso para dar a conocer noticias relevantes en tiempo real.

Hay que destacar la relevancia de esta red social y la manera en que se realiza la interacción y la socialización entre personas. Actualmente las redes sociales son relevantes en ámbitos como: sociales, culturales, políticos, deportivos, etc.

³⁹ Espinoza, Beatriz. BREVE MANUAL DE USO DE TWITTER. España: Formación Digital de EOI, 2011. Pág.2. disponible en: <<http://www.eoi.es/blogs/legolab/files/2011/06/breve-manual-twitter-eoi.pdf>>

⁴⁰ Orihuela, José L. Mundo Twitter: Una guía para comprender y dominar la plataforma que cambió la red. Austral Comunicación Volumen 1 Número 1 - junio de 2012 - Buenos Aires, Argentina pág. 101: [fecha de consulta: 15 de julio de 2013] Disponible en:<<http://www.austral.edu.ar/ojs/index.php/australcomunicacion/article/download/34/8>. ISSN 2313-9137>

1.3. Tecnologías de la Información y Comunicación.

Desde la antigüedad el hombre ha desarrollado tecnologías (Figura 3) y al mismo tiempo las grandes civilizaciones como: Romanos, Griegos, Egipcios entendieron a la información como fuente de poder y dominio. Hoy en día han avanzado las tecnologías como las TIC y se han empleado conceptos como Sociedad de la Información y Sociedad del Conocimiento. Pues, cada término lleva consigo un pasado y un sentido (o sentidos), con su respectivo bagaje ideológico.

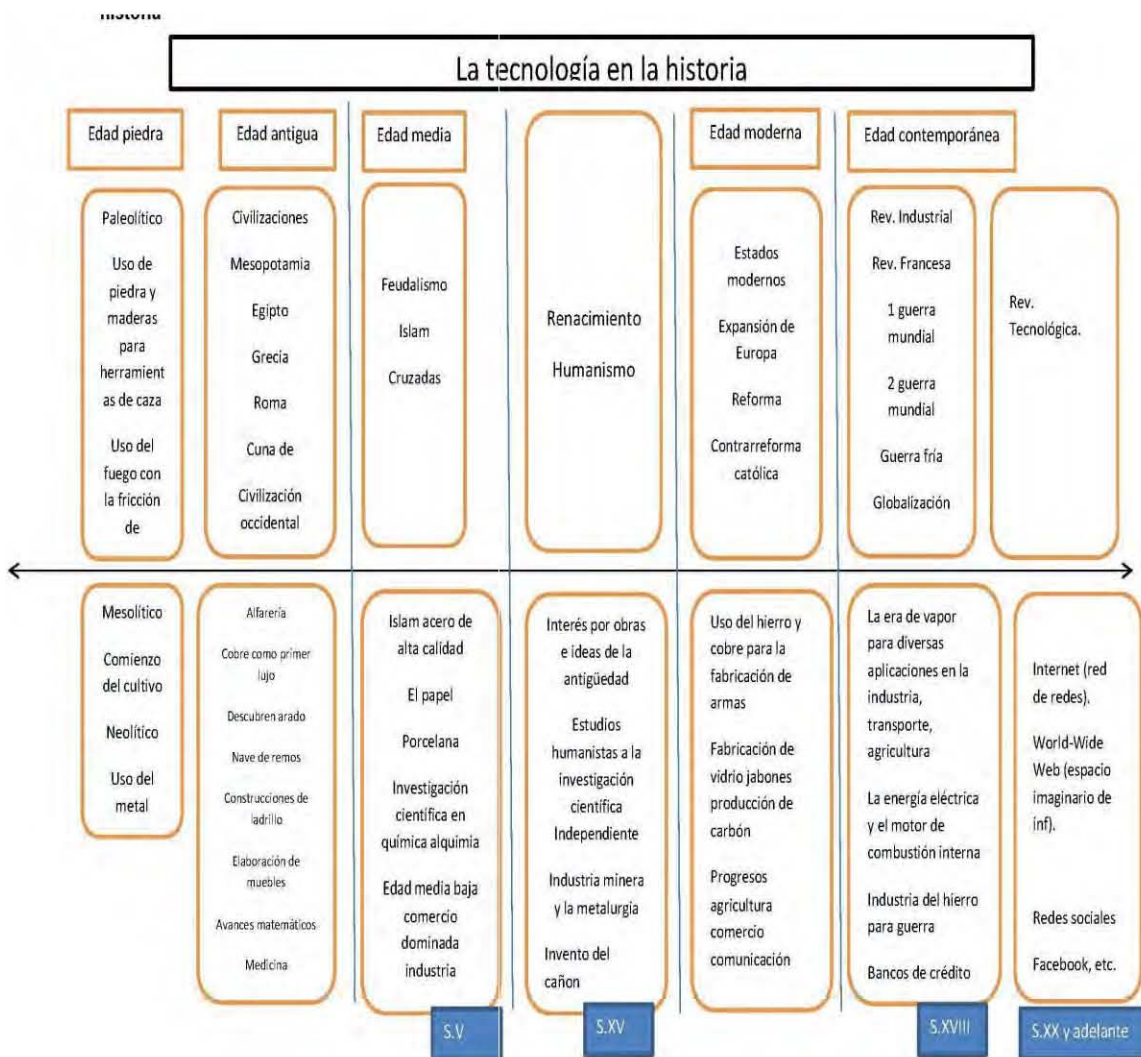


Figura 3. Evolución de las tecnologías.
Elaboración propia

La necesidad de estar comunicados y transmitir información ha generado diferentes tecnologías. Desde que existe una manera de comunicación como la escritura, dimos el paso hacia una sociedad de la información donde seguimos por la brecha de transmitir e informarnos, con los avances como el de la imprenta se dio un salto a medios de comunicación mecánicos y con el invento de instrumentos de ondas eléctricas como la televisión, las maneras de comunicarnos van evolucionando. El desarrollo de las TIC adquiere un gran impulso después de la Segunda Guerra Mundial, en los años 50, con avances tecnológicos que han producido cambios relevantes en la sociedad como la televisión que es un medio de comunicación masiva.

Vivimos en tiempos en que la tecnología avanza constante y aceleradamente, con esto se dan una serie de dispositivos (laptops, tabletas, USB de almacenamiento de información, teléfonos móviles, cámaras digitales, etc.) que ayudan al intercambio de información y la comunicación entre las personas. Cada día avanzan y evolucionan estos medios y con ello más personas hacen uso de ellos.

Casi en toda sociedad el acceso a estos dispositivos parece esencial, son utilizados para interacción a distancia entre individuos, comercio, educación, transferencias bancarias, todo lo relacionado a la vida moderna. Las TIC juegan un papel importante en la sociedad actual ya que nos facilitan la manera de interactuar y comunicarnos en la mayoría de nuestras actividades: de índole general, científica, académica, educativa, etc.

Internet también tiene su origen en los años 50, independientemente del fin por el que fue creado, es de gran relevancia para el desarrollo de investigación, otros inventos como la telefonía fija, fueron esenciales para hacer conexiones a internet, que después algunas universidades empezaron a interactuar unas con otras con fines de investigación y académicos, esta etapa fue importante para la forma de comunicación.

En los años 80 y 90 se disparan el desarrollo de las telecomunicaciones, el cual da un plus a la sociedad de la información por los cambios tecnológicos y las maneras de transmitir información. Los usos de la red, en nuestra actualidad tienen diferentes funciones, ya que a través de la red nos mantenemos comunicadas millones de personas en el mundo a través de los correos electrónicos, chats, conferencias, entrevistas, todo esto nos permite estar en contacto desde lugares remotos.

La red se puede utilizar para apoyar a la educación, claro ejemplo son las aulas virtuales como las de algunas universidades que imparten algunos espacios en plataformas donde se interactúa con algún profesor de alguna materia y se elaboran comentarios como si se estuviese en el aula físicamente aportando participaciones, entregando tareas, compartiendo materiales para el aprendizaje académico, en fin en la red se puede acceder a un sin número de información, mucha de esta sin ningún costo. Podemos decir que con el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación aplicadas a la educación se puede despertar el interés en los estudiantes y profesores *“por la investigación científica y posibilitar el mejoramiento de las habilidades creativas, la imaginación y habilidades comunicativas y colaborativas pudiendo acceder a información y proporcionando los medios para un mejor desarrollo integral de los personas”*⁴¹.

A través de las TIC puede circular una diversidad de información, sobre cualquier tema y en cualquier formato (digital, auditivo, sonoro), de diferente índole o temática, la información es la materia prima que necesitamos para crear conocimientos con los cuales podemos afrontar las problemáticas que se nos van presentando en el día a día en el trabajo, en el ámbito doméstico, entretenimiento, etc. El impacto de las TIC en las formas de comunicación son de manera inmediata para difundir información y contactar con cualquier persona o institución del mundo mediante la edición y difusión de información en formato web como lo son el correo electrónico, los servicios de mensajería inmediata, los fórums

⁴¹ Rosario, Jimmy: TIC Su uso como herramienta para el Fortalecimiento y Desarrollo de la Educación Virtual: [fecha de consulta: Septiembre 2015] Disponible en: <http://www.raco.cat/index.php/DIM/article/view/73616/85295>

telemáticos, las videoconferencias, los blogs al igual que divulgación periodística al día y muchas veces en segundos de haber ocurrido algún hecho relevante como el derrocamiento de algún régimen o algún evento deportivo.

Las TIC en México

La integración de las TIC en México fue principalmente en el sector educativo, hay que destacar que esta integración al sistema educativo es de gran relevancia en la educación a distancia. A continuación se menciona los sucesos más relevantes en la integración de las TIC en México⁴², los cuales son los siguientes:

- *“El primer acercamiento a estas tecnologías se hace en 1947 con la creación de Instituto Nacional de Capacitación del Magisterio de la SEP donde se formaban profesores por medio de cursos por correspondencia.*
- *En 1950 es de gran relevancia la Televisión Mexicana, ya que se hacen las primeras transmisiones de televisión (XHTV Canal 4 México). Más adelante se formaliza la red de Tele sistema Mexicano XHTM.*
- *1955 la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) produce sus primeros programas educativos y culturales. Actualmente es uno de los canales educativos más importantes de la televisión abierta en México, el cual se transmite por TVUNAM.*
- *1959 se formaliza lo que hoy es el canal 11 con una televisión de carácter educativa, este canal pertenece al Instituto Politécnico Nacional (IPN).*
- *1971 la empresa Tele sistema Mexicano hace uso de la tecnología satelital para llegar a Estados Unidos de América y al resto de América Latina.*
- *1972 la UNAM establece un sistema de enseñanza el cual es denominado Universidad abierta, en 1974 el IPN crea el sistema abierto de Enseñanza SEA.*

⁴² García Cué, José Luis. Integración de TIC en México. [artículo en línea]. [Fecha de consulta: 21/07/2015]. Pág. 3<<http://www.jlgcue.es/ticmex.pdf>>

- 1990 la UNAM establece el primer nodo (tema en debate, si fue el primero) de Internet en México y formaliza la Red UNAM.
- En 1993 el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de México (CONACyT) hace uso del primer enlace de la tecnología satelital.
- 1995 la SEP creó el sistema de Educación Satelital (EDUSAT) que trabaja en conjunto con otras instituciones.
- En 2000 se formaliza el programa e-México cuyo objetivo era integrar las TIC en el aula.
- Durante el sexenio del presidente Vicente Fox Quesada, en 2003, se inicia el programa Enciclomedia para equipar con TIC las aulas de quinto y sexto año de educación primaria. Y más tarde en 2006 se incorporan 51.000 pizarras interactivas marca SMART Board para darle una continuidad a este programa”.

Como hemos visto la integración de las TIC en México es de gran relevancia en la educación, hace falta trabajar más en la infraestructura de los servicios y telecomunicaciones del país, como implementar equipo en algunas escuelas cuando carecen de electricidad o no hay una conexión a internet. Las instituciones que dirigen la educación en México han hecho uso de las tecnologías implementando programas que han desaparecido y otros que han cambiado.

1.3.1 Concepto

Las TIC son una herramienta para el desarrollo de las sociedades la cual requiere de *“la capacidad de definición y gestión de una estrategia TIC acorde con los objetivos y la estructura organizativa de una institución se ha transformado en una obligación inexcusable para su personal directivo”*⁴³. Las personas deben tener las habilidades para hacer una gestión de las TIC, ya que la herramienta va cambiando constantemente y su evolución es muy rápida, esta es una característica de las TIC.

⁴³ MACAU, Rafael (2004). “TIC: ¿para qué? (Funciones de las tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones)” [artículo en línea]. Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC). Vol. 1, nº 1. [Fecha de consulta: 22/07/2013]. Pág. 1 <<http://www.uoc.edu/rusc/dt/esp/macau0704.pdf>>

Las TIC han sido definidos por diferentes autores:

“Las Tecnologías de la Información y la Comunicación se pueden concebir como resultado de una convergencia tecnológica, que se ha producido a lo largo de ya casi medio siglo, entre las telecomunicaciones, las ciencias de la computación, la microelectrónica y ciertas ideas de administración y manejo de información. Se consideran como sus componentes el hardware, el software, los servicios y las telecomunicaciones”⁴⁴.

“Las TIC se definen como sistemas tecnológicos mediante los que se recibe, manipula y procesa información, y que facilitan la comunicación entre dos o más interlocutores. Por lo tanto, las TIC son algo más que informática y computadoras, puesto que no funcionan como sistemas aislados, sino en conexión con otras mediante una red”⁴⁵.

Por otro lado también pueden definirse como *“el conjunto de instrumentos, herramientas o medios de comunicación como la telefonía, los computadores, el correo electrónico y la Internet que permiten comunicarse entre sí a las personas u organizaciones”⁴⁶.*

No hay una definición en particular de las TIC, sino que se ha propuesto construir definiciones desde los distintos sectores TIC en particular, con base en las definiciones anteriores se puede decir que las TIC son herramientas tecnológicas y son consecuencia de las telecomunicaciones.

⁴⁴ CAIBI (Conferencia de Autoridades Iberoamericanas de Informática). Indicadores de Tecnologías de la Información en países de la CAIBI. Primer seminario sobre indicadores de la sociedad de la información y cultura científica. Lisboa, Portugal. Junio de 2001, p.5.

⁴⁵ NACIONES UNIDAS COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE - CEPAL. LOS CAMINOS HACIA UNA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE. Conferencia Ministerial Regional Preparatoria de América Latina y el Caribe para la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información
Bávaro, Punta Cana, República Dominicana, 29 al 31 de enero de 2003. Pág. 5
Disponible en: <<http://www.eclac.org/publicaciones/xml/5/11575/DGE2195-CONF91-3.pdf>>

⁴⁶ DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas). Medición de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Resumen Ejecutivo. Agenda de Conectividad. Diciembre de 2003, p.13.

Las TIC tiene un gran impacto en todos los sectores de la población, el acceso, uso y apropiación de las Tecnologías de Información y Comunicación, en todos los ámbitos sociales, repercute de manera crucial.

El conjunto de estas redes sociales y las TIC abren una gama de opciones para el ámbito académico en particular para los alumnos de la maestría en bibliotecología y estudios de la información, como se analizará en el capítulo 2.

Capítulo 2

Socialización del conocimiento académico y Alumnos de posgrado, en el área de bibliotecología y estudios de la información de la UNAM.

En este capítulo se analizará el proceso de la socialización del conocimiento y al Posgrado en bibliotecología y estudios de la información de la UNAM, sus características y líneas de investigación, así como el perfil de los alumnos de maestría, las cuentas de las redes sociales de Facebook y Twitter del Posgrado en bibliotecología y estudios de la información en la UNAM. Se comparará la tipología de las redes sociales para identificar las académicas y no académicas. Y por último se examinarán las necesidades de los alumnos y el uso de las cuentas de Facebook y Twitter del posgrado en bibliotecología y estudios de la información, para posteriormente en el capítulo 3 abordar la investigación del estudio de usuarios de los alumnos de maestría en Facebook y Twitter en el ámbito académico.

2.1 Socialización del conocimiento académico.

Hoy en día es indispensable abordar las TIC en procesos de socialización del conocimiento desde el contexto educativo, académico, investigación e innovación.

Es imprescindible entender que la concepción de:

“La socialización del conocimiento está basada en un proceso complejo de influencias, ambientes culturales, condiciones positivas y negativas, etcétera, en medio de esa complejidad el individuo en su interacción social construye su propio conocimiento y lo comparte con otros individuos en la colectividad. Sin embargo, para que surja un conocimiento, idea o pensamiento nuevo siempre se constituye, bien sea contra la presión social, bien sea en una zona de baja presión social, bien sea en un punto de encuentros / agitaciones de reglas o imperativos contradictorios: lo nuevo

*precisa condiciones socioculturales inmediatamente no represivas para no ser destruido*⁴⁷.

Como podemos ver la concepción anterior es muy directa, enfocada a la actuación y el comportamiento de las personas, en el ámbito de educación superior, el individuo al interactuar con compañeros y su comunidad académica en la transferencia de información puede ir creando conocimiento.

Actualmente las herramientas como las TIC y las plataformas de redes sociales u otros sitios, son importantes en la creación de redes o sociedades del conocimiento, esto por el alto grado de comunicación y socialización de los actores.

*“Se podría decir que en nuestra contemporánea sociedad, las redes de conocimiento se constituyen como las máximas expresiones del individuo en su rol de productor de conocimientos y su implícita necesidad de intercambiar y socializar lo que aprende y lo que crea, a partir de la interacción social dentro de una plataforma tecnológica y un contexto muy particular”*⁴⁸.

En flagrante muchas personas utilizan diversos medios tecnológicos para crear comunidades, donde se interactúa y se socializa información con un fin particular. Un ejemplo de esto es el grupo “AVANZA”⁴⁹ dedicado a la investigación en el área de gestión de conocimiento, donde por medio de un portal Web elaborado con las características necesarias, que permite a los individuos participantes construir “socialmente” conocimiento. Estas comunidades son

⁴⁷ Salcido, G. (2003) La socialización del conocimiento educativo en internet. Simposio Virtual SOMECE. Coloquios de informática educativa. Disponible en:<<http://bibliotecadigital.conevyt.org.mx/colecciones/documentos/somece/36.pdf>>

⁴⁸ Prada, M. (2005). Las redes de Conocimiento y las Organizaciones. En: Revista Bibliotecas y tecnologías de la información Vol. 2 No 4 (Octubre – Diciembre) Año 2005. Disponible en:<http://eprints.rclis.org/9127/1/redes_de_conocimiento.pdf>

⁴⁹ GRUPO AVANZA. Las comunidades del conocimiento. Presentación en PowerPoint.

personas que pueden compartir ideas, experiencias sobre algún fin común o una temática para construir conocimiento, socializando y compartiendo información.

En los sitios de redes sociales se pueden crear estos grupos donde se pueda construir “socialmente” el conocimiento, esto es una parte que se llevará a cabo en la presente investigación mediante el estudio de usuarios y la observación de los grupos, creados por alumnos de maestría en redes sociales como Facebook.

2.2. Posgrado en bibliotecología y estudios de la información de la UNAM

El posgrado en Bibliotecología y Estudios de la Información de UNAM tiene la función de crear profesionales con un nivel óptimo, así como formar investigadores de alta calidad mediante los estudios de posgrado, que puedan ayudar a resolver problemas sociales vinculados a la disciplina.

En el Programa de Maestría en Bibliotecología y Estudios de la Información⁵⁰, se divide en los siguientes campos del conocimiento:

I. Información, Conocimiento y Sociedad

“Objetivos

a) Comprender la información como un recurso estratégico para el avance social de los habitantes de una comunidad.

b) Conocer y analizar los fundamentos teóricos e históricos de la disciplina bibliotecológica, de la información y de los procesos de evaluación aplicados a los diferentes componentes de los sistemas y los servicios de información.

⁵⁰ Fundamentado en: UNAM POSGRADO Bibliotecología y Estudios de la información. <<http://bibliotecologia.posgrado.unam.mx/posgrado/>>

c) Analizar el desarrollo de la disciplina en el contexto nacional e internacional.

Permitirá al estudiante:

Analizar, comprender y explicar la información y el conocimiento, desde el punto de vista de la interacción de las diversas disciplinas que se ocupan en la información y el conocimiento considerados como un recurso estratégico para el avance social de los habitantes de una comunidad. Así como reflexionar sobre la trayectoria histórica de la profesión y de la disciplina para fortalecer su cultura bibliotecaria.

Líneas de investigación.

Comunicación y comunidades científicas y humanísticas.

Educación bibliotecológica.

El pensamiento de bibliotecólogos latinoamericanos: fundamentos derivados.

Fundamentos de la bibliotecología y Teoría de la información universal y latinoamericana.

Filosofía de la bibliotecología.

Historia de la bibliotecología y la información.

Infodiversidad y globalización.

Lectura y su impacto en la sociedad.

Legislación bibliotecaria.

Modelos de evaluación.

Patrimonio documental de México.

Políticas de Información

Sociedad de la Información y Derecho a la Información.

Tecnologías de la información y su relación con la sociedad.

II. Organización de la Información Documental

Objetivos

a) Conocer los métodos, sistemas e instrumentos que permitan controlar los flujos de información, los procesos para el intercambio y la normalización de la misma.

b) Estudiar y desarrollar los fundamentos teóricos del análisis y la representación de la información y el conocimiento registrados en cualquier tipo de documento.

Permitirá al estudiante:

Estudiar y desarrollar los fundamentos teóricos del análisis, la interpretación y clasificación de la información y el conocimiento registrados en algún tipo de documento.

Líneas de investigación

Catalogación descriptiva: métodos analíticos y principios generales.

Catalogación y clasificación: sistemas, estándares y normas.

Contenidos documentales: teorías y análisis.

Evaluación de los sistemas de organización documental.

Indización, organización y recuperación de información: métodos, principios, conceptos y sistemas.

Modelos conceptuales en el procesamiento de la información.

Terminología orientada a la transferencia de información.

III. Tecnologías de la Información

Objetivos.

a) Estudiar los conceptos, métodos y procesos en que se fundamentan las tecnologías de la información.

b) Determinar la utilidad de estas tecnologías para registrar, sistematizar, transmitir, buscar y procesar datos e información.

Permitirá al estudiante:

El estudio de los métodos, conceptos, objetos y procesos en que se fundamentan las tecnologías de la información con la finalidad de determinar su utilidad para registrar, sistematizar, transmitir, buscar y procesar datos e información.

Líneas de investigación.

Bibliotecas digitales, archivos digitales y recursos electrónicos.

Diseño y evaluación de sistemas de información.

Gobernanza, políticas y legislación de la información.

Redes de información.

Tecnologías de la información y comunicaciones (TIC): teoría, evaluación, métodos y principios.

TIC y sistemas de organización documental.

IV. Sistemas y Servicios Bibliotecarios y de Información

Objetivos.

- a) Conocer los recursos informativos en las disciplinas humanístico-científicas y tecnológicas.*
- b) Optimizar la aplicación de los recursos en beneficio de los servicios mediante el análisis de costos, así como de una visión evaluativa de las colecciones, las fuentes, los servicios, la gestión de la información y el diseño de espacios arquitectónicos.*
- c) Estudiar la maestría de la información para conocer el comportamiento de sus regularidades, así como su naturaleza de insumo sujeto a costos y a los valores de mercado.*

Permitirá al estudiante:

Desarrollar investigaciones acerca de los métodos que identifiquen el comportamiento de las regularidades de la información, sistemas e instrumentos para controlar de forma eficaz las funciones de las unidades de servicios bibliotecarios y de información.

Líneas de investigación.

Desarrollo de colecciones.

Economía y comercialización de la información.

Espacios y servicios de información.

Estudios métricos de la información.

Evaluación estadística.

Gestión de la información.

Recursos de información especializada.

Sistemas de información.

V. Usuarios de la Información

Objetivos.

a) Brindar un marco teórico para la realización de investigaciones sobre demandas, uso, necesidades y satisfacción del usuario de la información.

b) Determinar el impacto de la comunicación, las relaciones humanas y de las Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC) en el comportamiento de los usuarios de la información.

c) Identificar y analizar problemas de lectura relacionados con la bibliotecológica.

Permitirá al estudiante:

Analizar, comprender y explicar los aspectos relativos a la demanda, uso, necesidades, calidad y satisfacción del usuario de la información, así como los fenómenos relacionados con la lectura, la comunicación y la formación de lectores.

Líneas de investigación.

Calidad en los servicios bibliotecarios y de información.

Diseño, desarrollo y evaluación de productos, fuentes y servicios de información para comunidades de usuarios.

Educación de usuarios.

Lectura y comunidades lectoras.

Necesidades y usos de la información.

Usuarios de la información.

Tecnologías de la Información”.

En los diferentes campos y las líneas de investigación, descritas anteriormente, hay que enfatizar que tanto profesores como alumnos, hacen uso de las TIC como medios de apoyo a través del uso de sitios o plataformas de redes sociales con fines académicos.

Alumnos de maestría

El perfil de los alumnos que ingresan en la maestría debe ser de Licenciado en Bibliotecología, Biblioteconomía, Ciencias de la Información, Ciencias de la Información Documental, Archivonomía u otro título afín. También ingresan profesionales de otras áreas, los cuales deben cubrir un programa de prerequisites que se señalan a cada aspirante, como tomar materias de la licenciatura en Bibliotecología, para posteriormente ingresar a la maestría.

Durante los estudios de maestría el alumno cursa seminarios obligatorios y optativos, así como diversos cursos todos ellos enfocados a los campos de conocimiento mencionados anteriormente, por lo cual usan diversos medios como Facebook y Twitter, para intercambiar información, estar comunicados, interactuar, socializar, entre alumnos y profesores, además de estar informados sobre situaciones de índole académica e información sobre eventos, etc. Que tiene el posgrado en bibliotecología, en el siguiente apartado se analizarán las cuentas mencionadas.

2.2.1 Cuentas de Facebook y Twitter del Posgrado en bibliotecología y estudios de la información en la UNAM.

Es importante mencionar que las redes sociales académicas, están enfocadas a profesores, investigadores y estudiantes para interactuar entre las comunidades, lo cual permite una colaboración para la información académica y les permita promocionar sus investigaciones y mejorar las posibilidades de comunicación, de

las cuales se pueden hacer mención de redes sociales académicas⁵¹, como las siguientes:

- 2collab
- Academia.edu
- Academici
- ACS Network
- BioMedExperts
- Biowizard
- Business Exchange
- CARET's
- Epernicus
- EXIT
- Graduate Junction
- HCAR KnowledgeMesh
- iBreadCrumbs
- Kisswin.de
- Labmeeting
- Laboratree
- Labroots
- Labspace
- Lalisio
- LinkedIn
- LinkSphere
- Mandeley
- Muse
- MyNetResearch
- Nature Network
- Ologeez!
- Ozmosis
- PLoS ONE
- Presans
- Project Bamboo
- Pronetos
- Research1
- ResearcherID
- ResearchGATE
- ScholarUniverse
- SciBog
- ScientificSolutions
- Scilink
- SciMeet
- SciSpace
- Scitable
- Scitizens
- Scivee
- SciweaversTheBiosensorForum
- The DNA Network
- Vivo
- Ways
- YourLab Data

Hay que tener en cuenta que las redes sociales no académicas como Facebook y Twitter, en la actualidad son de las más ocupadas y con más usuarios en todo el mundo, esta pudiera ser una decisión por parte del posgrado en bibliotecología para usar estas redes sociales para su comunidad. Por otra parte, las redes sociales son entornos muy atractivos para los estudiantes así como para la gente adulta. Estas plataformas son oportunidades para fines académicos, los estudiantes pueden desarrollar habilidades que son útiles para futuros profesionales, hay que recordar que la bibliotecología es una ciencia social que estudia el manejo, proceso y transmisión de la información. Los jóvenes en su mayoría que consumen información en internet y sobre todo en las redes sociales,

⁵¹ Fundamentado en: Echavarría Ramírez, Andrés. Redes sociales académicas... el boom de la Web 2.0 académica Disponible en: <http://www.icesi.edu.co/blogs/egatic/2010/11/18/redes-sociales-academicas/> [Fecha de consulta: Febrero de 2015]

donde se comparten miles de archivos por lo cual, las plataformas de redes sociales deben ser concebidas como herramientas que abren oportunidades en la enseñanza y a la educación y no solo hablamos de la educación bibliotecológica, sino en la educación general.

Para el caso de Facebook, es de las más usadas en el área de bibliotecología, debido a la popularidad y que en su mayoría los alumnos tienen una cuenta de este sitio. Estas redes sociales son idóneas para la educación por sus características, como la posibilidad de crear redes cerradas para todo el que esté registrado y la posibilidad de crear grupos o subredes dentro de la propia red.

A continuación se muestran las cuentas del Posgrado en bibliotecología y estudios de la información en la UNAM.

Cuenta de Facebook

Esta cuenta de Facebook es parte de un servicio de extensión Académica, por lo que contiene publicaciones y comentarios referentes al área de bibliotecología, fue creada el 28 de marzo del 2012.



Figura 4. Portada de la cuenta de Facebook del Posgrado en Bibliotecología y Estudios de la Información UNAM.

Fuente: Facebook: <https://www.Facebook.com/posgrado.bibliotecologia?fref=ts>

La cuenta de Twitter es parte de un servicio de extensión Académica, por lo que contiene publicaciones y comentarios referentes al área de bibliotecología, fue creada en Septiembre del 2009.

A continuación se muestran las cuentas del Posgrado en bibliotecología y estudios de la información en la UNAM.

Cuenta de Twitter



Figura 5. Portada de la cuenta de Twitter del Posgrado en Bibliotecología y Estudios de la Información UNAM.

Fuente: Twitter: <https://twitter.com/posbiblio>

Como podemos ver el posgrado tiene al menos dos cuentas en sitios de redes sociales, las cuales son redes sociales horizontales que no son estrictamente académicas, esto se debe a que las redes sociales horizontales son de las más populares y son de mayor penetración en la sociedad, hoy en día la mayoría tiene una cuenta de Facebook y Twitter, por lo cual se debe aprovechar el potencial de estas redes sociales.

2.3 Necesidades y Uso de las cuentas de Facebook y Twitter.

A continuación se muestran algunos ejemplos de las necesidades informativas y usos de las cuenta de Facebook del Posgrado en Bibliotecología y Estudios de la Información de la UNAM.



Figura 6. Ejemplo de necesidades en Facebook.

Fuente: Facebook: <https://www.Facebook.com/posgrado.bibliotecologia?fref=ts>



Figura 7. Ejemplo de necesidades en Facebook.

Fuente: Facebook: <https://www.Facebook.com/posgrado.bibliotecologia?fref=ts>



Figura 8. Ejemplo de necesidades en Facebook.

Fuente: Facebook: <https://www.Facebook.com/posgrado.bibliotecologia?fref=ts>



Figura 9. Ejemplo de necesidades en Facebook.

Fuente: Facebook: <https://www.Facebook.com/posgrado.bibliotecologia?fref=ts>



Figura 10. Ejemplo del uso en Facebook.

Fuente: Facebook: <https://www.Facebook.com/posgrado.bibliotecologia?fref=ts>



Figura 11. Ejemplo del uso en Facebook.

Fuente: Facebook: <https://www.Facebook.com/posgrado.bibliotecologia?fref=ts>



Figura 12. Ejemplo del uso en Facebook.

Fuente: Facebook: <https://www.Facebook.com/posgrado.bibliotecologia?fref=ts>

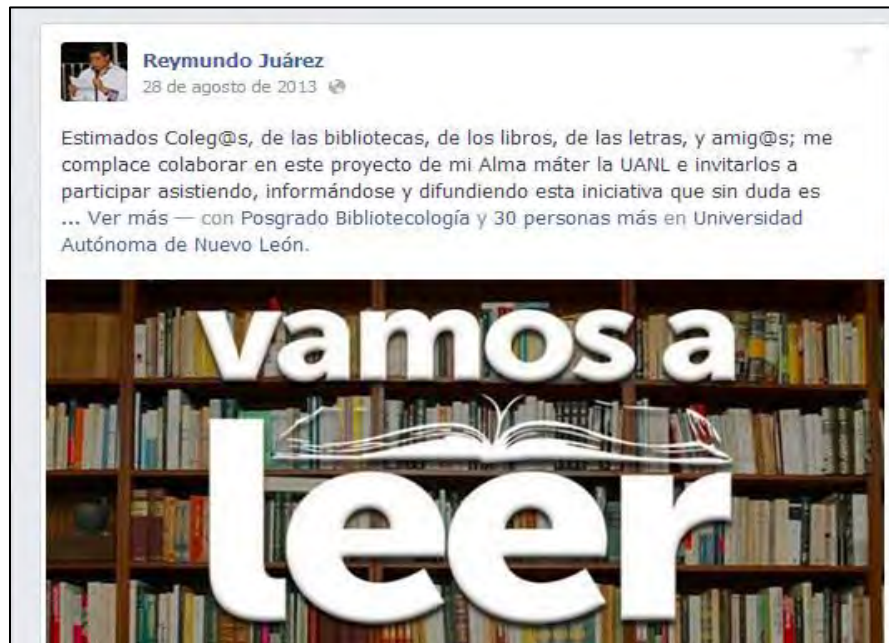


Figura 13. Ejemplo del uso en Facebook.

Fuente: Facebook: <https://www.Facebook.com/posgrado.bibliotecologia?fref=ts>

A continuación se muestran algunos ejemplos de las necesidades informativas y usos de la cuenta de Twitter del Posgrado en Bibliotecología y Estudios de la Información de la UNAM.



Figura 14. Ejemplo de necesidades en Twitter.

Fuente: Twitter: <https://twitter.com/posbiblio>



Figura 15. Ejemplo del uso en Twitter.
Fuente: Twitter: <https://twitter.com/posbiblio>



Figura 16. Ejemplo del uso en Twitter.
Fuente: Twitter: <https://twitter.com/posbiblio>

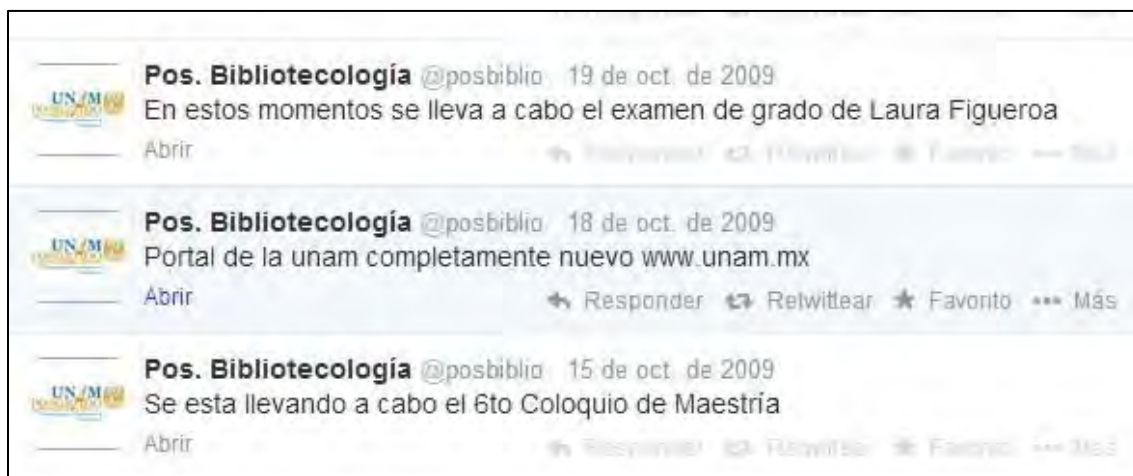


Figura 17. Ejemplo del uso en Twitter.
Fuente: Twitter: <https://twitter.com/posbiblio>



Figura 18. Ejemplo del uso en Twitter.
Fuente: Twitter: <https://twitter.com/posbiblio>

Con los ejemplos anteriores se muestra que las cuentas de Facebook y Twitter del Posgrado se usan para aclarar situaciones, dar a conocer acontecimientos, eventos, situaciones que ocurren en el posgrado, dar difusión sobre cursos, talleres, simposios, publicaciones de libros y temas relacionados; mientras que los alumnos de maestría acuden a las cuentas oficiales de Facebook y Twitter del posgrado en busca de una orientación o una respuesta a sus dudas o necesidades informativas, mismas que son aclaradas por personal de posgrado que administran la cuenta, se observa poca actividad de necesidades de información, algunas dudas o necesidades informativas son de aspectos como trámites de inscripción, horarios, fechas de convocatorias, etc.

Como se ha podido observar el uso de plataformas de redes sociales horizontales son de gran uso, debido a su popularidad, y penetración en los alumnos. Las redes sociales más adecuadas en el contexto de la educación, son las que tienen esa flexibilidad de crear grupos dentro de las plataformas de redes sociales. Por otra parte la falta de especialización de algunas redes sociales son ventajas que se pueden adecuar a la educación, se deben tomar en cuenta las redes sociales más importantes por la gran cantidad de usuarios que se tiene en ellas, sumando a esto son las que más usan los estudiantes para compartir información personal y académica.

La importancia de estas redes sociales en el contexto de la educación bibliotecológica, permiten la colaboración, y comunicación, para el avance académico, actualmente los investigadores usan estas redes para compartir sus investigaciones, lo que da pauta para realizar estudios de usuarios en estos sitios. Hoy en día estas redes tienen un gran impacto en los estudiantes de la maestría en bibliotecología y estudios de la información de la UNAM, donde se hacen grupos para compartir información, la cual puede ser procesada para generar conocimiento y puede hacer referencia a la llamada Sociedad del Conocimiento, para Rendón Rojas la sociedad del conocimiento *“es aquella sociedad globalizada y altamente tecnologizada, mercantilizada y dinámica que existe, funciona y se desarrolla gracias al conocimiento objetivado en instrumentos que poseen o deben*

*poseer en su gran mayoría los seres sociales para actuar en esta sociedad*⁵². La sociedad del conocimiento son las transformaciones sociales, que se lleva a cabo en la sociedad moderna, cuyos elementos que permiten estos cambios sociales son: tecnología, información y conocimiento.

Por otra parte los estudios de usuarios nos permiten detectar factores como necesidades de información, para Hernández Salazar los estudios de usuarios *“son un área multidisciplinaria que analiza fenómenos referidos a la relación información-usuario. Esta comprensión derivará de examinar todas las cuestiones relacionadas con la unión de dos fenómenos básicos de las disciplinas bibliotecológica y de ciencias de la información: el usuario y la información. No es el usuario por un lado y la información por el otro, resalta el hecho que deben ir unidos*⁵³.

Uno factor importante es la necesidad de información que tienen los usuarios, para ello cabe mencionar lo que es un usuario de la información *“aquel individuo que necesita información para el desarrollo continuo de sus actividades, ya sean profesionales o privadas, y que como tal utiliza un servicio o hace uso de un producto informativo*⁵⁴. El usuario de la información hace uso de los diversos servicios, en el caso de las redes sociales en internet este usuario hace uso de manera remota, el cual tiene relevancia en el flujo de información que se da de una a otra persona, expresando necesidades específicas para satisfacer estas necesidades de información.

Este usuario puede mostrar un comportamiento en la búsqueda de información el cual se puede deducir como la expresión de las necesidades de información del individuo, estas pueden ser causadas por falta de información sobre algún acontecimiento o un fenómeno, el comportamiento en la búsqueda de

⁵² Contribución al desarrollo de la sociedad del conocimiento / editores Margarita Almada de Ascencio... [et al.]. México: UNAM, Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas, 2000. Pág. 454

⁵³ Hernández Salazar, P. (2006). Utilización de métodos cualitativos para realizar estudios de usuarios. Disponible en: http://uib.unam.mx/publicaciones/5/metodos_cualitativos_UTILIZACION_DE_METODOS_PATRICIA_HERNANDEZ.html

⁵⁴ Izquierdo Alonso, Mónica. “Una aproximación interdisciplinar al estudio del usuario de información: bases conceptuales y metodológicas”. En: Investigación Bibliotecológica 13 (26) enero-junio 1999, p. 116.

información no es en la totalidad por si solo una necesidad informativa, puede detectarse también con la búsqueda de información. Por lo que es necesario enfatizar y dar prioridad a los estudios de usuarios en las redes sociales en Internet.

Como podemos ver las TIC, tienen un gran relevancia en una serie de fenómenos modernos– *especialmente las redes sociales*-, en aspectos como las relaciones sociales, medios de comunicación, académicos, en los procesos de aprendizaje, socializar información y medios donde se manifiestan necesidades y comportamientos informativos. De aquí la importancia de indagar en los estudios de usuarios en las redes sociales en Internet. Para ello en el siguiente capítulo se da paso al estudio de usuarios de la presente investigación.

Capítulo 3

Estudio de usuarios para la Socialización del Conocimiento de alumnos de posgrado, en el área de bibliotecología y estudios de la información en Facebook y Twitter en México.

En este capítulo se dará a conocer el estudio de usuarios realizado durante la presente investigación, llevado a cabo entre la comunidad de estudiantes de la maestría en bibliotecología y estudios de la información de la UNAM modalidad presencial.

Este estudio tiene como objetivo identificar el uso, la manifestación de necesidades de información, comportamiento en la búsqueda de información, y la socialización de la información que se solicita y comparte en Facebook y Twitter.

Esta idea surge, a partir de realizar una búsqueda bibliográfica de trabajos que relacionen a los estudios de usuarios y la WEB 2.0. Se encontraron pocas publicaciones que relacionen estos temas, y sobre todo los relacionados con la exploración de los estudios de usuarios en las plataformas de redes sociales horizontales, las que no están con una temática académica.

Uno de los objetivos de esta tesis es iniciar una exploración para los estudios de usuarios en las redes sociales de internet, así como identificar cómo se socializa la información en el contexto académico.

3.1. Técnica e instrumento de medida

El procedimiento realizado para llevar a cabo la presente investigación se describe a continuación:

1. Tomando en cuenta que el objeto a estudiar son los alumnos de maestría en bibliotecología, se procedió a identificar la cantidad de alumnos totales de las generaciones en los periodos de 2010-1 al 2014-1 de la modalidad presencial.
2. A partir de identificar la población total de las generaciones, se eligió el método de estudio de usuarios, y adicionalmente una encuesta y la observación de estas redes sociales, se indagó para que los usuarios definan sus hábitos, necesidades, el uso y socialización de la información que se solicita y comparte en Facebook y Twitter; para poder identificar:
 - a) El uso académico en las redes sociales de Facebook y Twitter.

- b) Las necesidades de información en las redes sociales de Facebook y Twitter.
- c) El comportamiento que se tiene en la búsqueda de información.
- d) Analizar cómo se socializa el conocimiento.

La población elegida para responder al cuestionario fueron estudiantes de la maestría en bibliotecología y estudios de la información de la UNAM, seleccionando solamente alumnos de los semestres 2010-1 al 2014-1 de la modalidad presencial. Se invitó a participar a todos los alumnos de dichas generaciones, esto mediante un correo electrónico a los alumnos, el cual fue enviado por la coordinación del Posgrado, en la siguiente ficha se muestran los datos de la población:

Tabla 1. Ficha técnica del estudio.

Total de alumnos de las generaciones 2010-1 al 2014-1 modalidad presencial	125
Contestaron	65
Alumnos que comentaron que si participaban, pero no contestaron	15

De esta manera se abarcó la muestra a investigar, lo que garantiza variabilidad en el perfil de los encuestados.

3. Debido a las características de los objetivos y como un medio para recopilar información y análisis de la misma, se eligió como técnica de investigación la encuesta; mediante la cual se recolectaron las respuestas por parte de los alumnos de maestría en bibliotecología y estudios de la información.

4. Como instrumento para llevar a cabo el presente estudio, se elaboró cuestionario (ver Anexo) conformado en primera instancia por los datos generales y después estas dividido en dos secciones.

1).- Sección a Facebook; 2).- Sección a Twitter.

1- Sección a Facebook.- Constituye preguntas de opción múltiple y preguntas abiertas, que a su vez está dividida en 4 partes las cuales son los siguientes apartados:

- El uso de Facebook.
- Manifestación de las necesidades de información.
- Comportamiento en la búsqueda de información.
- Socialización del conocimiento.

2.- Sección a Twitter.- Constituye preguntas de opción múltiple y preguntas abiertas, que a su vez está dividida en 4 partes las cuales son los siguientes apartados:

- El uso de Twitter
- Manifestación de las necesidades de información
- Comportamiento en la búsqueda de información.
- Socialización del conocimiento

Los estudiantes respondieron de forma individual sin límite alguno de tiempo de por medio; su aplicación ha tenido lugar durante los meses de Abril 2013 y Junio del 2014.

Dicho cuestionario fue enviado por correo electrónico y medios como Facebook, debido a la distribución geográfica de los alumnos, donde se pretendió recolectar datos para identificar hábitos, necesidades informativas y el uso de la información, para lo cual se llevaron a cabo los siguientes pasos:

Muestra.

- Se determinó la muestra a estudiar.
- En esta investigación la muestra a indagar para el caso de Facebook y Twitter se tomaron a los alumnos de maestría de los periodos de 2010-1 al

2014-1 de la modalidad presencial, para ello se solicitó a la coordinación del posgrado que contacte a los alumnos de dichas generaciones para que entren en contacto con un servidor y así poder enviar la encuesta vía electrónica.

- No se tomó una muestra debido a que la población de las generaciones elegidas no es muy grande, se trató de abordar toda en su conjunto, hay que enfatizar que no todos estuvieron interesados en participar, tal vez por las actividades de cada alumno y su tiempo limitado. Por lo cual es que se ha convenido dar cobertura a la población en conjunto.

La cantidad de alumnos de las generaciones 2010-1 al 2014-1 de la modalidad presencial⁵⁵, son los siguientes:

Tabla 2. Número de alumnos por generación

Generación	2010-1	2011-1	2012-1	2013-1	2014-1
Alumnos	39	17	15	26	28

Una vez contactados los alumnos que aceptaron a la investigación se procedió a los siguientes pasos.

- Se informó a los usuarios de las características y objetivos de la investigación.
- Identificaron los objetivos de la encuesta.
- Se elaboró y diseño la encuesta.
- Se organizó el proceso de recolecta de información.
- Se elaboró una prueba piloto.
- Se aplicó la encuesta.

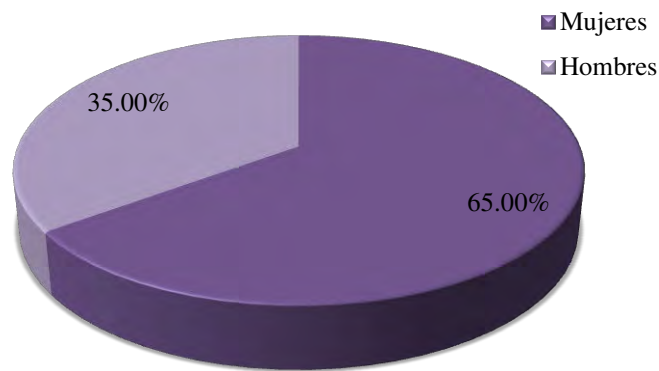
⁵⁵ Datos proporcionados por la Coordinación del Posgrado en Bibliotecología y Estudios de Información de la UNAM.

- Se analizaron los datos de los encuestados.
 - Se analizaron algunos grupos de Facebook que fueron realizados por los alumnos de la muestra investigada, dichos grupos fueron hechos con fines académicos. El análisis de estos grupos se realizó por medio de la observación al examinar los datos que publicaban los alumnos en la plataforma, para poder contrastarlos con los resultados de la encuesta. En especial para la parte de socializar conocimiento. Los grupos observados son: 2 grupos, el grupo Maestría BCI-2013 y Maestría en Bibliotecología y Estudios de Info 2014, ambos grupos son cerrados y los cuales se analizaron para poder detectar si hay conocimiento socializado.
5. Una vez que se resolvieron los cuestionarios, se analizaron y evaluaron las respuestas y se formularon estadísticas, así como el cruce de las respuestas obtenidas de Facebook y Twitter, y se analizaron mediante la observación algunos grupos en Facebook para compararlo con las respuestas del cuestionario en cuanto a la socialización del conocimiento, para posteriormente elaborar la discusión y las conclusiones pertinentes de la problemática atendida.

A continuación se muestran los datos arrojados del estudio de usuarios de la presente investigación.

3.2. Uso de Facebook y Twitter de alumnos de posgrado, en el área de bibliotecología y estudios de la información.

En la siguiente gráfica se muestra a los alumnos que participaron en el estudio de usuarios por género, el 65% de los alumnos encuestados son mujeres y el 35% son hombres.

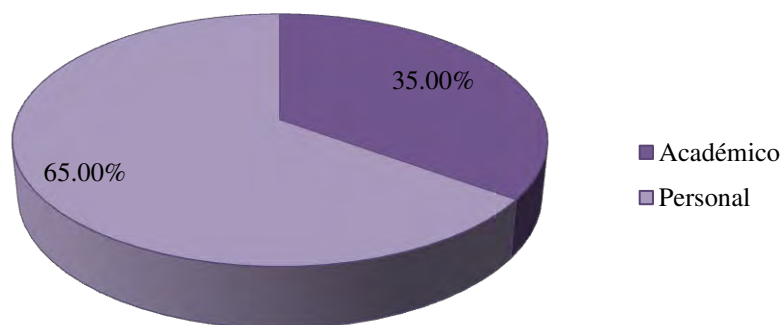


Gráfica 1. Género de la población.

A continuación se muestra el uso de Facebook de los alumnos de maestría en bibliotecología y estudios de la Información.

a) Uso de Facebook

En la muestra investigada, el 100% de los alumnos tiene una cuenta de Facebook, la cual usan tanto para fines personales como académicos, en la gráfica 2 se observa que el 65% de los alumnos usa el Facebook en cuestiones personales y el 35% lo usa para cuestiones académicas.



Gráfica 2. Uso de Facebook

En la tabla 3 se muestran algunos motivos por los cuales los estudiantes encuestados usan Facebook, pero se debe tener en cuenta que no todos especificaron sus respuestas.

Tabla 3. Motivos para usar Facebook

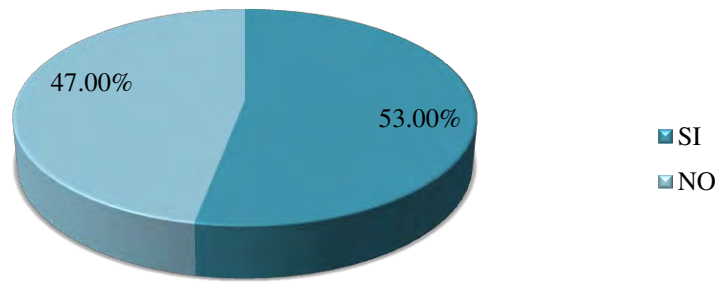
MOTIVOS
La socialización y actualización en algunos temas y noticias.
La facilidad para estar en contacto y enterarme de cosas que me pueden servir tanto en lo personal como en lo académico.
La facilidad para publicar.
Considero más amigable Facebook que twitter.
La rapidez y la facilidad de encontrar a las personas con las que tengo algún tipo de relación sea personal o académica, también la facilidad de poder subir o bajar archivos, enviar fotos, videos, crear grupos, buscar personas.
La facilidad de uso de la plataforma.
Encontrar a una comunidad afines a mí.
Me gusta la plataforma.
Contacto con amigos y familiares, y como feed de algunos sitios de interés.
Las peculiaridades de cada persona y buscar grupos académicos.
Compartir información que puede ser útil para los demás.
Mantenerme actualizado en cuanto a información se refiere.
Inicialmente lo use porque es un recurso en el que se apoyaba el profesor para retroalimentación del curso y algunos seminarios de clase. Pero ahora que lo he explorado más, me gusta mucho la actualidad de la información aunque a veces es imposible procesar tanta información que se genera para un sólo tema.
El mantener contacto con las demás personas, profesionales del área.
Hay información de todo tipo en especial la que publican los profesionales de la información.
Estar en contacto con amigos y colegas.
Poder conocer a más personas y leer la información que publican.
Mantenerme informada sobre actividades y tendencias tanto académicas como sociales.
Comunicación con amigos y estar al día en los seminarios de Maestría.

Saber de mis amigos.
La información al momento y conexión con otras personas.
Mantenerme en contacto con familiares y amigos, y conocer los temas de los que se habla en redes sociales.
Comunicación.
Conocer sobre los demás.
La inmediatez.
Fácil uso y nivel de impactó.
La interacción con otros individuos.
El contacto con personas que no puedo ver frecuentemente o con facilidad.
Encuentro información que es de mi interés y me mantengo comunicada con personas interesadas en temáticas similares a las de mi interés.
La rapidez y la facilidad de comunicación.
Por la potencialidad de comunicación.
Como forma de difundir actividades
Plantear dudas y obtener alguna respuesta.
El contexto de los temas, desde el ámbito bibliotecológico.

A continuación se muestra el uso de Twitter de los alumnos de maestría en bibliotecología y estudios de la Información.

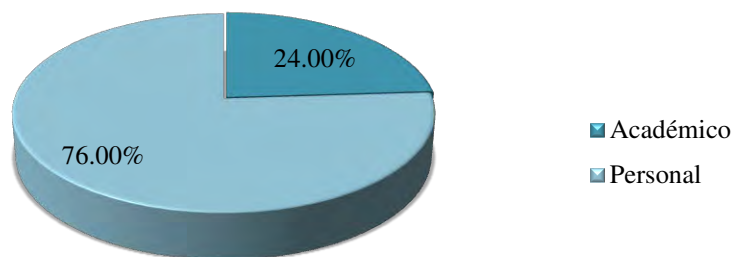
b) Uso de Twitter

De la muestra investigada, no todos tienen cuenta de Twitter, como se muestra en la gráfica siguiente.



Gráfica 3. Alumnos con y sin cuenta de Twitter.

En la gráfica 4 se observa que el 76% utiliza Twitter con fines personales y el 24% con fines académicos.



Gráfica 4. Uso de Twitter

En la tabla 4 se enlistan algunos de los motivos expresados por los alumnos para utilizar Twitter. No todos los alumnos tienen una cuenta de esta red social y algunos de los que la tienen no le dan uso, además, no todos especificaron sus respuestas.

Tabla 4. Motivos para usar Twitter.

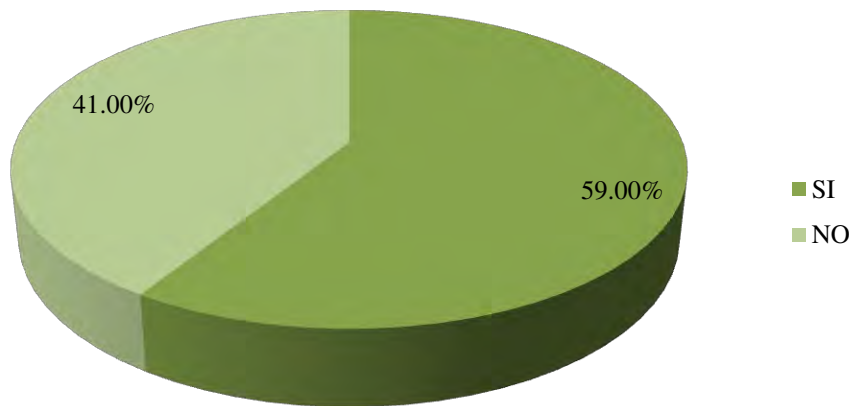
MOTIVOS
<ul style="list-style-type: none">- La versatilidad de los temas que se tratan ahí.- Apenas estoy conociendo las bondades de esa red.- La respuesta inmediata de la comunidad.- La comunicación instantánea.- Mantenerme actualizado en cuanto a la información se refiere.- Es precisa la noticia.- La comunicación con otros usuarios y compañeros.- Mantenerme informado de sucesos de actualidad.- El contacto con gente que parecería inalcanzable, colegas o investigadores que es difícil verlos en persona.- En realidad sólo lo utilizo para informarme de tráfico o alguna noticia.

3.3. Manifestación de las necesidades de información de los alumnos de posgrado, en el área de bibliotecología y estudios de la información en Facebook y Twitter.

A continuación se muestran datos sobre cómo se manifiestan las necesidades de información, en estas redes sociales.

a) Manifestación de las necesidades de información en Facebook

La gráfica 5 muestra que el 59% de los alumnos consideran que Facebook les ayuda a resolver alguna necesidad de información para su investigación académica, el 41% responde que no.



Gráfica 5. Alumnos que consideran que Facebook les ayuda a resolver alguna necesidad de información.

Algunos especificaron sus respuestas sobre qué necesidad de información les ayuda Facebook a resolver para su investigación, en la tabla 5 se listan estas respuestas. Hay que tener en cuenta que no todos especificaron sus respuestas, algunos solo contestaron SÍ o NO, y los que respondieron que NO, no argumentaron su respuesta.

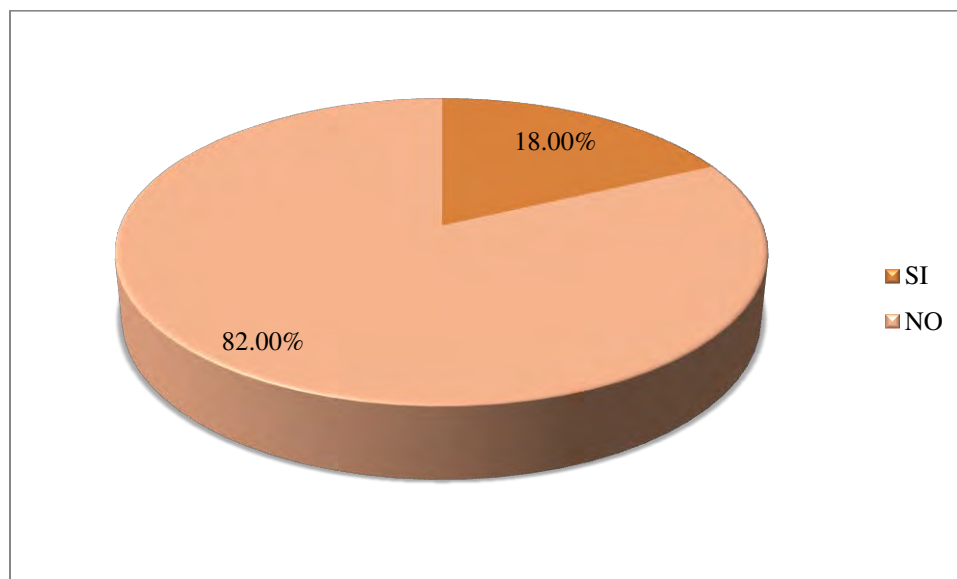
Tabla 5. Qué necesidad de información ha ayudado Facebook a resolver.

Respuestas
Novedades en la materia.
Recibiendo sugerencias de lecturas.
Recibir artículos, preguntar a colegas.
A través de Facebook me puedo mantener en contacto.
Ubicar eventos especializados y grupos de investigación.
Resolución de dudas y búsqueda de documentos.
Dar ligas o avisar de eventos.
Solamente para recibir el feed de páginas relacionadas con bibliotecología y tecnologías de la información.
Compartiendo archivos de interés.
Información básica sobre eventos académicos, de investigación y culturales. Enlaces a recursos de información digital como: periódicos, colecciones de bibliotecas digitales, audiovisuales.
Recopilación de bibliografía, actualidad del tema, literatura comparada con otros países, acceso interactivo a sitios web relacionados también con mi temática.
En mi caso específico requiero de información sobre algunas instituciones. Varias cuentan con un perfil de Facebook, por lo que ahora es relativamente sencillo obtener información y ponerse en contacto con ellas.
Compartir información.
Por el intercambio de archivos entre compañeros, además de conocer

información reciente de algunas instituciones.
A recabar información para elaborar un directorio, muestra poblacional.
Mi asesor de tesis tiene cuenta en Facebook, entonces cuando tengo dudas se las comunico por ese medio y satisface mis necesidades.
Interacción con individuos en otros países con intereses en común.
Algunos contactos y páginas a las que sigo postean vínculos que son de mi interés y en ocasiones útiles para mi investigación.

b) Manifestación de las necesidades de información en Twitter.

La gráfica 6 muestra que el 18% de los alumnos consideran que Twitter les ayuda a resolver alguna necesidad de información para su investigación académica y el 82% responde que no.



Gráfica 6. Alumnos que consideran que Twitter les ayuda a resolver alguna necesidad de información.

Algunos de los que respondieron afirmativamente, especificaron sus respuestas sobre qué necesidad de información les ayudan a resolver Twitter para su investigación como se muestra en la siguiente Tabla 6. Y los que respondieron que NO, no argumentaron su respuesta.

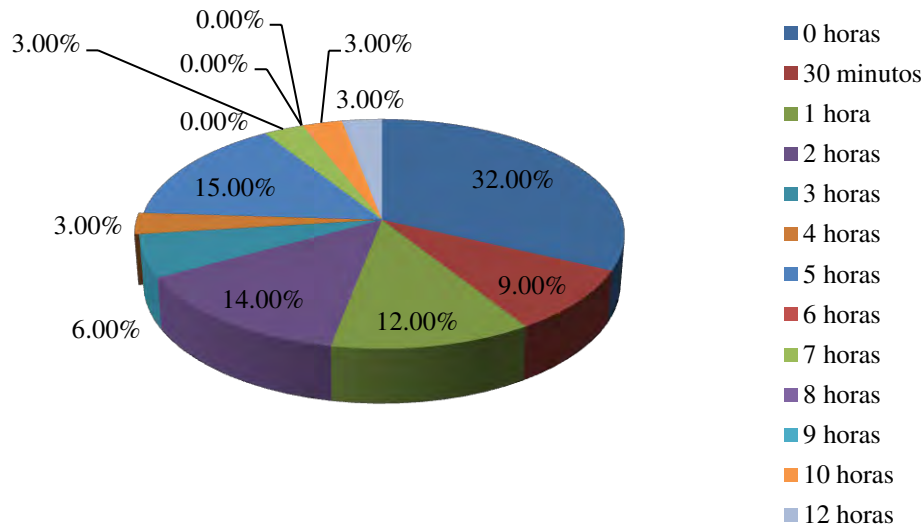
Tabla 6. Qué necesidad de información ha ayudado Twitter a resolver.

Algunas necesidades generales
<p>Información inmediata de eventos académicos, información actualizada sobre recursos de información digital o acontecimientos académicos y de investigación, se puede obtener información de otros países y colegas, al seguir a personas especializadas en el tema, algunas publicaciones de información interesante, es una red social más segmentada en el que uno puede acceder a información más específica, solo es para publicar sucesos en el momento preciso (eventos académicos, sucesos relevantes, etc.)</p>

3.4. Comportamiento en la búsqueda de información de los alumnos de posgrado, en el área de bibliotecología y estudios de la información en Facebook y Twitter.

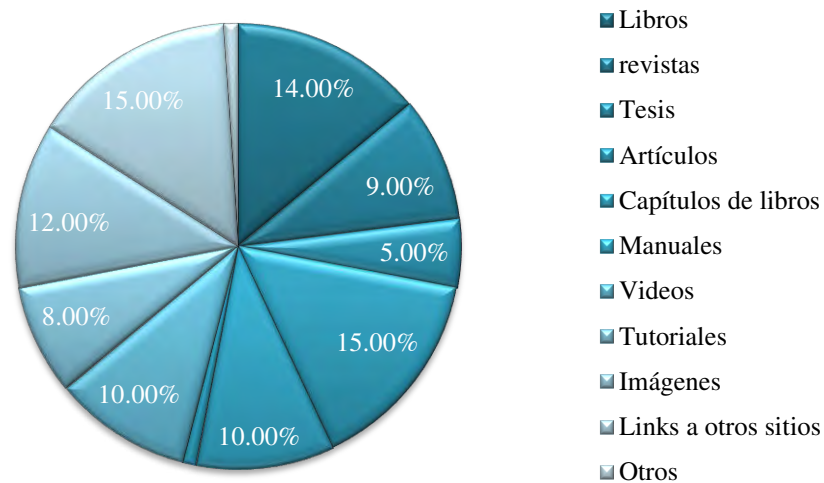
a) Comportamiento en la búsqueda de información en Facebook

En la gráfica 7 se muestra cuánto tiempo dedican a Facebook para su investigación académica por semana. El 32% no le dedica ninguna hora, el 9% le dedica 30 minutos, el 12% le dedica 1 hora, un 14% le dedica 2 horas, el 6% le dedica 3 horas, un 3% le dedica 4 horas, un 15% le dedica 5 horas, otro 3% le dedica 7 horas, el otro 3% le dedica 10 horas y otro 3% le dedica 12 horas por semana.



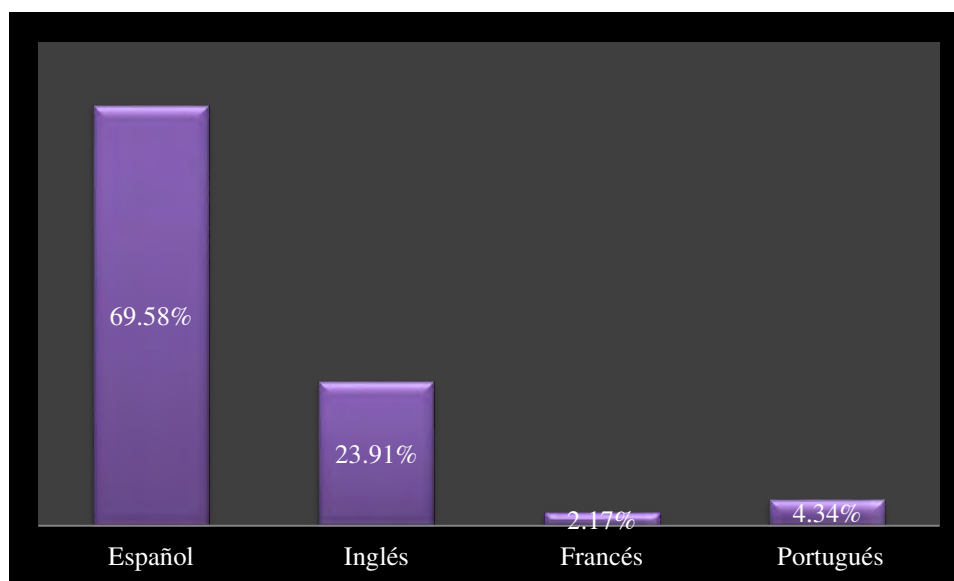
Gráfica 7. Horas dedicadas a Facebook para su investigación académica por semana.

La gráfica 8 muestra las fuentes de información que más utiliza y comparte en Facebook el estudiante, para su investigación lo que más se utiliza y comparte son las ligas a otros sitios y los artículos, lo que menos se comparte y utiliza con el 1% son manuales. El 1% contestó que otros y no especifican su respuesta.



Gráfica 8. Fuentes de información que más se utilizan y comparte en Facebook para su investigación.

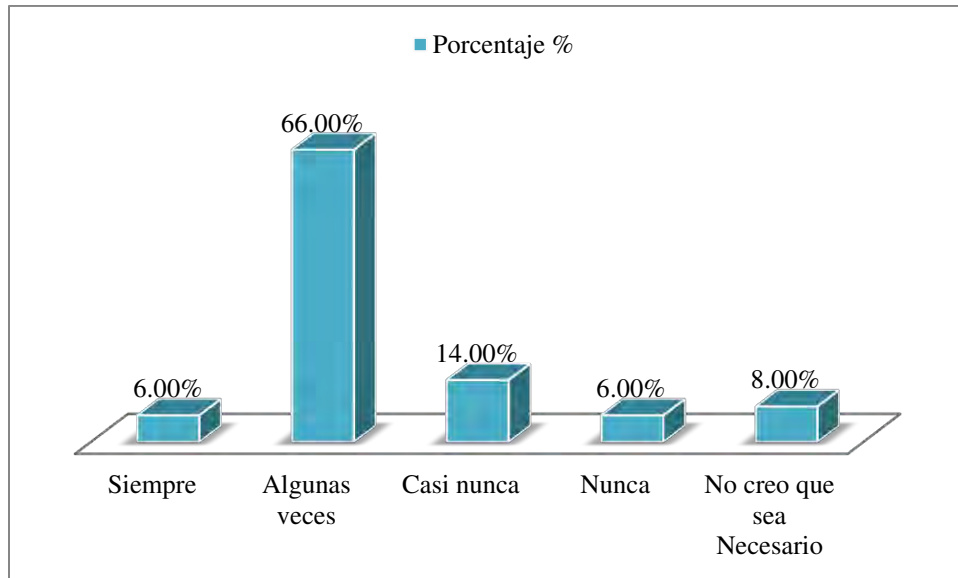
En relación con el idioma en que se encuentra escrita la información que publican en Facebook para su investigación académica, la gráfica 9 muestra que el 69% es publicado en español, el 23% en inglés, el 2,17% en francés y un 4,3% en portugués.



Gráfica 9. Idioma en que está la información que publican en Facebook para su investigación académica.

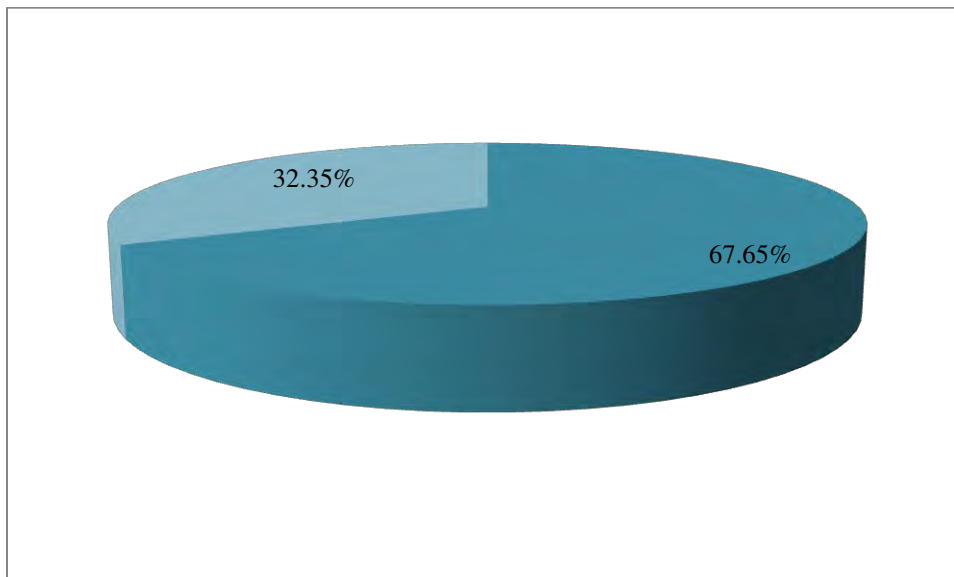
La gráfica 10 muestra la frecuencia en que se les pregunta a los colegas por medio de Facebook para su actividad de investigación académica, la cual indica que el 66% pregunta algunas veces, el 14 % considera que casi nunca, el 8% considera no ser necesario, un 6% menciona que siempre y otro 6% menciona que nunca. Las personas que contestaron que nunca preguntan argumentaron lo siguiente:

- El tema es muy cerrado y sólo le pregunto a muy pocos amigos, prefiero preguntar personalmente. Utilizo otros medios para ello, fundamentalmente porque no cuento con el equipo y conexión a red para poder interactuar de forma más activa, quizá si tuviera los recursos disponibles, los consultaría con más frecuencia. No soy muy afecto a la red social. Hay que enfatizar que no todos argumentaron su respuesta.



Gráfica 10. Frecuencia que se pregunta a los colegas por medio de Facebook.

La gráfica 11 muestra la opinión de los alumnos respecto a la pregunta ¿Cuándo está investigando sobre su tema de tesis o de algún seminario o curso de maestría pide ayuda a través de Facebook? de los cuales el 67% opina que SI y el 32% opina que NO.



Gráfica 11. Cuando está investigando sobre su tema de tesis o de algún seminario o curso de maestría pide ayuda a través de Facebook.

Y el procedimiento que se utiliza para obtener esta información es el siguiente:

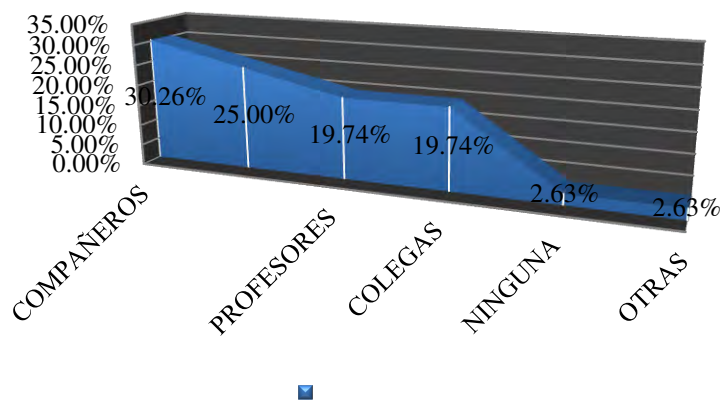
PROCEDIMIENTO

- Abrir un mensaje privado.
- Solicitar a colegas que se especialicen en mi materia y/o tarea.
- Pregunto a mis compañeros si alguien sabe de algún libro o artículo que hable de algún tema que me interese y/o de algún autor que trabaje ese tema.
- Precizando horarios y lugares de algún evento.
- Solicitar a algún colega su apoyo, agenda cita con el asesor, pedir recomendaciones de bibliografía.
- Casi siempre trato de hacer preguntas concretas o pregunto si alguien sabe algo sobre un tema determinado.
- Contacto con amigos.
- Pregunto a grupos que manejan la información de mi interés
- Solamente en algunos casos, generalmente cuando se trata de convocatorias de cursos o conferencias, Facebook actúa como puente para difusión de dichos eventos.
- Postear en el grupo de amigos que sé que saben del tema, es decir previamente hay un grupo de personas con cierto conocimiento.
- Mensajes personalizados a través de Inbox.
- Mando mensaje para más información y pido más detalles.
- Publico una pregunta en la página del grupo de la Maestría de mi generación, usualmente son preguntas relacionadas a actividades de los cursos del Posgrado.
- Ponerme en contacto con quien sé que maneja el tema.
- Contactar a los compañeros a través de un mensaje.
- Mandar mensajes personales a compañeros a través de su biografía, o realizando una publicación en el muro del grupo del seminario.
- Por mensaje privado pregunto detalles.

- A través de comunidades específicas para bibliotecarios, grupos de colegas o amigos.
- Le mando un mensaje a la persona que creo puede resolver mi duda.
- Por lo regular dejo un Inbox a la persona que considero me puede resolver mi inquietud.
- Mensajes privados a personas expertas en el tema o colegas.
- Mensajes por Inbox.
- Publico una pregunta en la página del grupo de la Maestría de mi generación.

Hay que mencionar que no todos especificaron su procedimiento, algunos solo contestaron que SI o NO pide ayuda a través de Facebook cuándo está investigando sobre su tema de tesis o de algún seminario o curso de maestría.

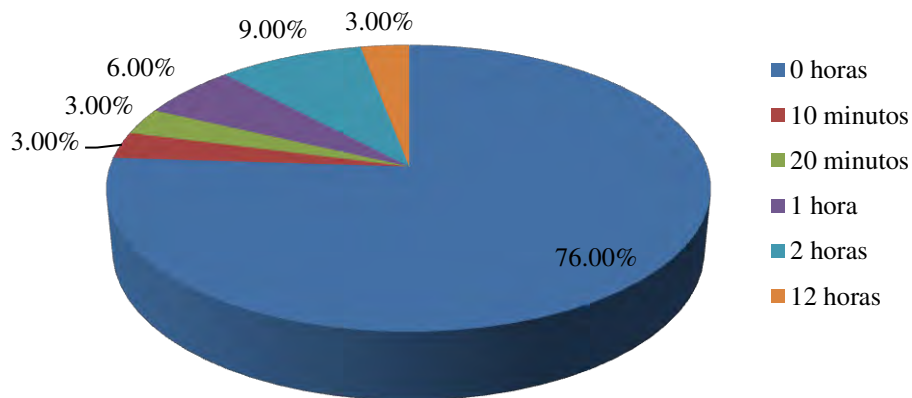
La gráfica 12 muestra de dónde obtiene la información para cubrir sus necesidades de información utilizando Facebook, para su actividad de investigación académica, el 30% pide ayuda a compañeros, el 25% se apoya de materiales que publican, el 19% pide apoyo de profesores, otro 19% se apoya de otros colegas, un 2% opina que de ningún medio, y un 2% se apoya de otros medios.



Gráfica 12. Medios de donde se obtiene la información para cubrir sus necesidades de información utilizando Facebook, para su actividad de investigación académica.

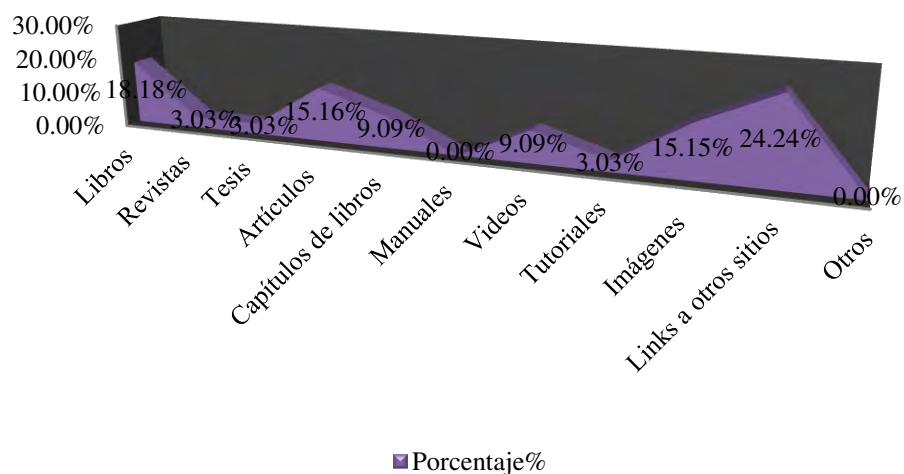
b) Comportamiento en la búsqueda de información en Twitter

La gráfica 13 muestra la cantidad de horas dedicadas a Twitter por semana para su investigación académica, el 76% no le dedica ninguna hora, un 3% le dedica 10 minutos, otro 3% le dedica 20 minutos, un 6% le dedica una hora, un 9% le dedica 2 horas, y otro 3% le dedica 12 horas por semana.



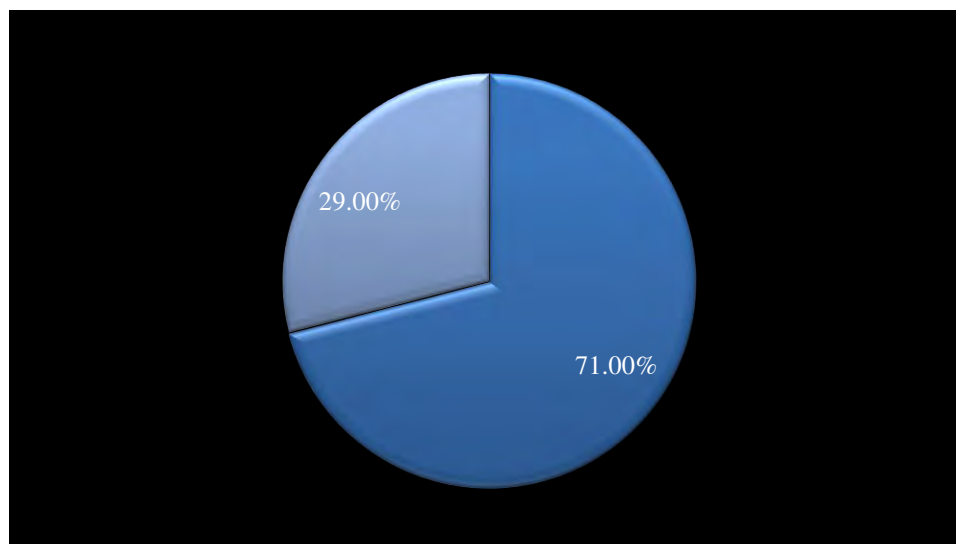
Gráfica 13. Horas dedicadas en Twitter para su investigación académica por semana.

La gráfica 14 muestra las fuentes de información que más se utiliza y comparte en Twitter para su investigación, lo que más se utiliza y comparte son los Links a otros sitios con un 24% y los libros con un 18%, lo que menos se comparte y utiliza con el 0% son manuales y otros con 0%.



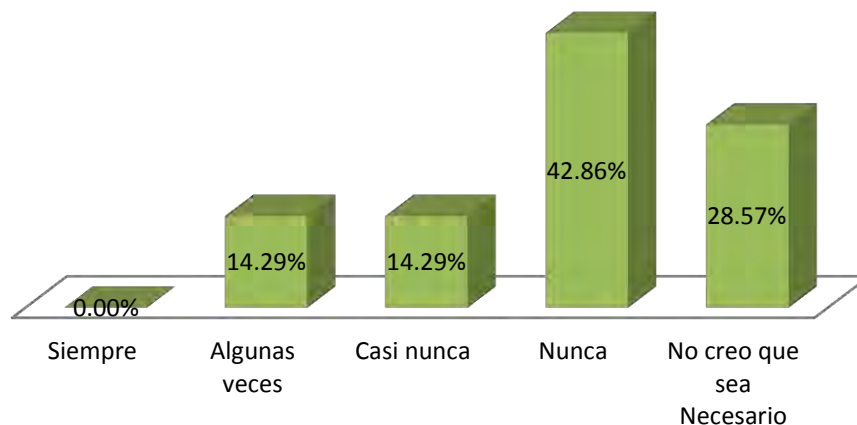
Gráfica 14. Fuentes de información que más utilizan y comparten en Twitter para su investigación.

La gráfica 15 muestra el idioma en que está escrita la información que se publica en Twitter para su investigación académica, la cual indica que el 71% es publicado en español y el 29% en inglés.



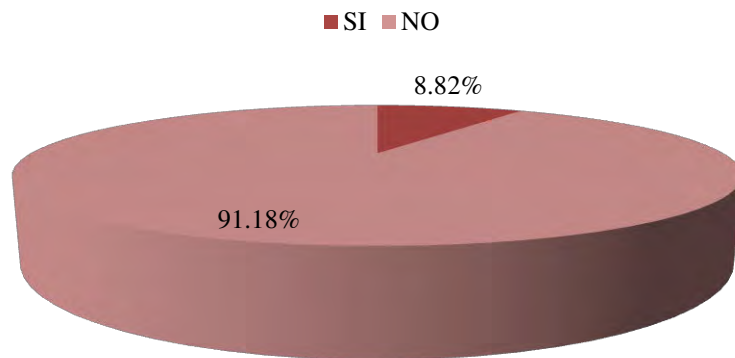
Gráfica 15. Idioma en que está la información que publican en twitter para su investigación académica.

La gráfica 16 muestra la frecuencia en que se le pregunta a los colegas por medio de Twitter para su actividad de investigación académica, la cual indica que el 42% nunca pregunta a sus colegas, el 28% no cree que sea necesario, 14% pregunta algunas veces, otro 14% menciona que casi nunca.



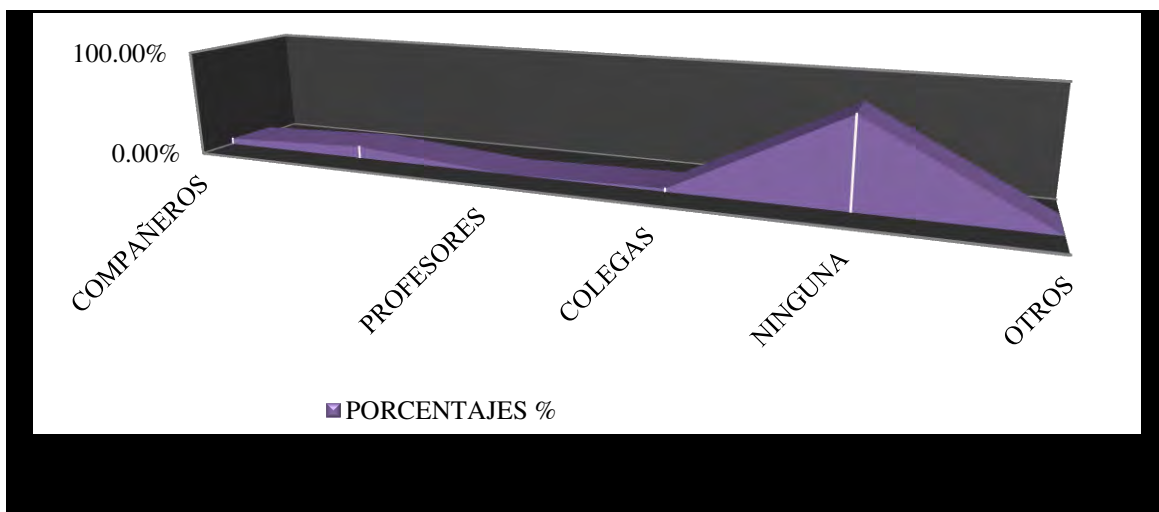
Gráfica 16. Frecuencia que se pregunta a los colegas por medio de Twitter.

La gráfica 17 muestra la opinión de los alumnos respecto a cuándo está investigando sobre su tema de tesis o de algún seminario o curso de maestría pide ayuda a través de Twitter, de los cuales el 91% opina que NO y el 8,82% opina que SÍ. Y no describen el procedimiento que se utiliza para obtener esta información, debido a que la mayoría no usa este medio como apoyo de investigación o con un contexto académico.



Gráfica 17. Cuando está investigando sobre su tema de tesis o de algún seminario o curso de maestría pide ayuda a través de twitter.

La gráfica 18 muestra que el 5,56% pide ayuda a compañeros, el 11% se apoya de materiales que publican, el 0% pide apoyo de profesores, otro 2,78% se apoya de otros colegas, una mayoría con el 80,56% opina que de ningún medio. Estos datos son el reflejo del poco uso de Twitter para el contexto académico.



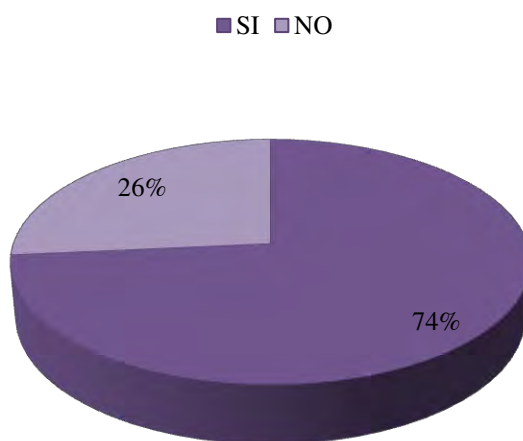
Gráfica 18. Medios de donde se obtiene la información para cubrir sus necesidades de información utilizando Twitter, para su actividad de investigación académica.

3.5. La socialización del conocimiento de alumnos de posgrado, en el área de bibliotecología y estudios de la información en Facebook y Twitter.

A continuación, se muestra la socialización del conocimiento en Facebook de los alumnos de maestría en bibliotecología y estudios de la Información.

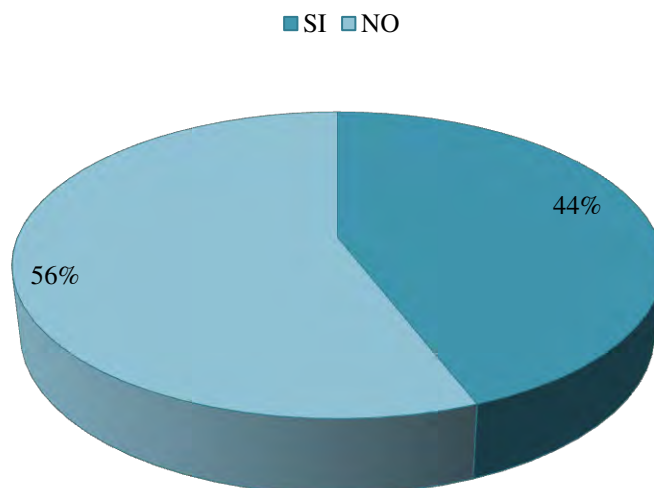
a) Socialización del conocimiento en Facebook.

La gráfica 19 muestra que el 74% opina que SÍ es óptimo el funcionamiento de Facebook, para socializar información que ayude a sus necesidades informativas de carácter académico y el 26% opina que NO.



Gráfica 19. Considera que es óptimo el funcionamiento de Facebook para socializar información que ayude a sus necesidades informativas de carácter académico.

La gráfica 20 muestra que el 55% opina que NO ha detectado si con la información compartida en Facebook, se ha generado nuevo conocimiento académico, en dicha plataforma de Facebook, el 44% opina que SÍ.



Gráfica 20. ¿Ha detectado que con la información compartida en Facebook se ha generado nuevo conocimiento académico?

En la tabla 7 se muestran algunos casos en los que se puede apreciar, si con la información compartida en Facebook se ha generado nuevo conocimiento. Algunos no especificaron su respuesta solo contestaron SI o NO

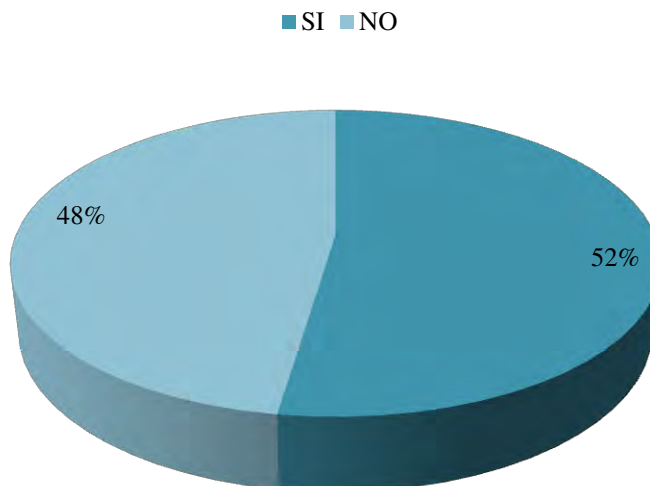
Tabla 7. Opiniones de los encuestados sobre si la información compartida en Facebook se ha generado nuevo conocimiento.

ALGUNAS OPINIONES
Cuando comparto información de la American Library Association y mis contactos bibliotecólogos le dan like y lo comparten.
Comentarios y puntos de vista de compañeros en determinados temas, compartir artículos, o ligas de interés.
No tal vez como nuevo conocimiento, pero si al compartir información que puede ser de utilidad para muchos. Se dé casos en los cuáles la información que se publicó (un artículo, libro, reseña, etc.) resolvió alguna duda respecto de algún tema.
Obtención de fuentes de información actualizadas.
En grupos de discusión o en difusión de foros.
Los grupos de Facebook para un tema
Sí, en grupos especializados compartir información es esencial para la resolución de problemas, compartir experiencias.
En los grupos de Facebook, podemos encontrar comunidades académicas que comparten recursos de información, resuelven dudas concretas de un campo de conocimiento y se generan nuevos conocimientos.
Lo que he observado es que si se genera literatura no tan formal, documentos (textos de

artículos de revistas, lecturas en bibliotecología, presentaciones PowerPoint, videos, podcast) que resumen o reinterpretan otros textos clásicos, y no necesariamente reflejan nuevo conocimiento, o los temas no son tratados a profundidad pero si son documentos esenciales o una herramienta muy importante para generarlo.
El uso de nuevas plataformas, programas para bibliotecas o aplicaciones que se pueden adaptar a la misma.
Las noticias más relevantes de la Bibliotecología.
Uno de los perfiles que sigo en Facebook publica información con sobre Bibliotecología y Documentación. Además de noticias del área, también publica algunos documentos que me han sido de gran utilidad para las actividades académicas de las asignaturas del posgrado.
En la red social existe información publicada por diversas personas o instituciones, pero difícilmente podemos decir que se genere conocimiento.
En la red social existe información publicada por diversas personas o instituciones, pero difícilmente podemos decir que se genere conocimiento.
Principalmente en la socialización de contenidos, fuentes de información, etc.
Grupos académicos.
Cuando se comparte lecturas en pdf o se resuelve dudas en los grupos a los que estoy inscrito.
Cuando alguien plantea una duda y es resuelta en Facebook se puede generar un nuevo conocimiento.

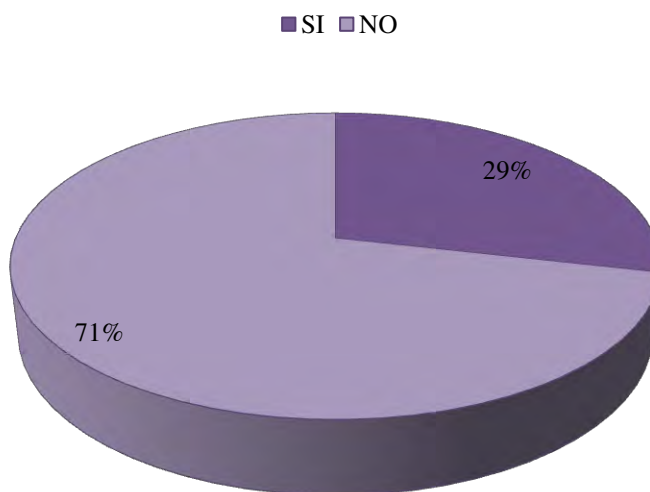
b) Socialización del conocimiento en Twitter.

A continuación se muestra si se considera que es óptimo el funcionamiento de Twitter para socializar información, que ayude a sus necesidades informativas de carácter académico. La gráfica 21 muestra que el 52% opina que SÍ es óptimo el funcionamiento de Twitter para socializar información y que ayuda a sus necesidades informativas de carácter académico, el 48% opina que NO.



Gráfica 21. Considera que es óptimo el funcionamiento de Twitter para socializar información que ayude a sus necesidades informativas de carácter académico.

La gráfica 22 muestra que el 71% opina que NO ha detectado que con la información compartida en Twitter, se haya generado nuevo conocimiento académico, que es publicado en la plataforma de Twitter, el 29% opina que SÍ.



Gráfica 22. ¿Ha detectado que con la información compartida en Twitter se ha generado nuevo conocimiento académico?

Hay que resaltar que no todos argumentaron sus respuestas, estos son algunos de los argumentos de los alumnos que opinaron que Sí:

- “Es más fácil y práctico dar a conocer cosas, a través de los trendingtopics podemos apreciar las tendencias de la información que se publica en Twitter, estas tendencias en ocasiones son utilizadas para construir nuevos conocimientos”.
- “Hay de todo un poco, los temas actuales”.
- “Un medio como Twitter es una gran herramienta para la comunicación académica, en mi caso personal ha contribuido a compartir los productos generados durante un curso de Posgrado, socializando la información y promoviendo su reinterpretación por parte de terceros”.

Capítulo 4

Resultados y análisis del Estudio de usuarios para la Socialización del Conocimiento de alumnos de posgrado, en el área de bibliotecología y estudios de la información en Facebook y Twitter en México.

4.1 Resultados del uso de Facebook y Twitter por alumnos de posgrado, en el área de bibliotecología y estudios de la información.

1.- Primera aproximación.

La Tabla 8 muestra a los alumnos que participaron en el estudio de usuarios por género: el mayor número de participantes en el estudio de usuarios son mujeres con un 65% y la minoría son hombres el 35%.

Tabla 8. Número de usuarios por género.

Mujeres	65,00%
Hombres	35,00%

Análisis.- En la muestra indagada, obtuvo mayor participación el género femenino.

2.- Segunda aproximación.

En la tabla 9 se muestra el uso que se da a Facebook y Twitter en el contexto académico y personal, en Facebook hay poca actividad académica con un 35% en lo académico y un 65% de carácter personal. En Twitter un 24% le da uso para fines académicos y un 76% de carácter personal. Hay mayor actividad académica en Facebook que en Twitter con una diferencia de 11 puntos y hay una mayor actividad en Twitter en el contexto personal, que en Facebook con una diferencia de 11 puntos.

Tabla 9. Comparativo de resultados de Indicadores de uso que se da a Facebook y Twitter, en el contexto académico y personal.

FACEBOOK		TWITTER		DIFERENCIA POR PUNTOS PORCENTUALES
Académico	35,00%	Académico	24,00%	11
Personal	65,00%	Personal	76,00%	11

Análisis.- Hay más actividad académica en Facebook, esto puede ser debido a que es más amigable, además la mayoría de los alumnos tiene una cuenta de esta

red social. En cuanto a Twitter, su estructura es un poco más limitada y con respecto al presente estudio no todos los alumnos tienen una cuenta de esta red social, esto puede ser un motivo de la poca actividad académica.

3.- Tercera aproximación.

En relación con los resultados de los motivos por los cuales usan Facebook y Twitter para su investigación, se puede observar lo siguiente:

- a) Facebook.- De acuerdo a las opiniones, los motivos de manera general por los cuales usan Facebook para su investigación académica, corresponden a la rapidez de estar comunicados, socializar información (subir, compartir, archivos en diferentes formatos, links, etc.), estar actualizados en acontecimientos, socializar con grupos académicos, colegas, compañeros, profesores, etc. Plantear dudas y obtener algunas respuestas de otras personas (colegas, compañeros, profesores, etc.), como sitio de apoyo académico de algún seminario o curso y por el flujo de información que es útil para apoyo académico, entre otras.
- b) Twitter.- De acuerdo a las opiniones, los motivos de manera general por los cuales usan Twitter para su investigación académica, corresponde a mantenerse al día de alguna noticia o acontecimiento académico. Medio de comunicación que por su rapidez permite el contacto con gente que parecería inalcanzable como colegas o investigadores que es difícil verlos en persona. El uso de este sitio para el contexto académico es más limitado por su nomenclatura o estructura de esta plataforma o sitio de red social que se habla en el capítulo 1 de esta investigación, por lo cual se utiliza para comunicar información de acontecimientos o eventos, a diferencia de Facebook.

4.2 Resultados de la manifestación de las necesidades de información de los alumnos de posgrado, en el área de bibliotecología y estudios de la información en Facebook y Twitter.

1.- Primera aproximación.

En la tabla 10 se observa el comparativo a la pregunta “¿Considera que el Facebook y Twitter le ayuda a resolver alguna necesidad de información para su investigación académica?”, como se muestra en la siguiente tabla. En Facebook un 59% opina que SI y un 41% opina que NO, en Twitter un 18% opina que SI y un 82% opina que NO.

Tabla 10. Alumnos Consideran que el Facebook y Twitter les ayuda a resolver alguna necesidad de información para su investigación académica.

CONSIDERACIÓN	FACEBOOK	TWITTER	DIFERENCIA POR PUNTOS PORCENTUALES
SI	59,00%	18,00%	41
NO	41,00%	82,00%	41

La mayoría opina que Facebook SI les ayuda a resolver alguna necesidad de información a comparación de Twitter con una diferencia de 41 puntos. Y los que opinan que NO en comparación de Facebook y Twitter con una diferencia de 41 puntos.

Análisis.- El que opinen que Facebook les ayuda a resolver alguna necesidad académica, es debido a que usan más esta red social a diferencia de Twitter. Algunos profesores de acuerdo a mis estudios de Maestría usan más Facebook como apoyo académico y de comunicación, en realidad son pocos los que usan Twitter en el ámbito académico.

2.- Segunda aproximación.

A continuación se muestran los resultados de las necesidades de información en Facebook y Twitter, para su investigación:

- a) Facebook.- Como podemos observar de acuerdo a las opiniones, las necesidades de información de manera general que se manifiestan en Facebook para su investigación académica, corresponde a:

- Resolución de dudas y búsqueda de documentos.
- Algunas sugerencias y comentarios sobre lecturas.
- Información básica sobre eventos académicos, de investigación y culturales.
- Enlaces a recursos de información digital como: periódicos, colecciones de bibliotecas digitales y audiovisuales.
- Recopilación de bibliografía.
- Actualidad del tema.
- Literatura comparada con otros países.
- Acceso interactivo a sitios web relacionados también con mi temática.
- Recibir artículos.
- Preguntar a colegas.
- Obtener información de instituciones mediante sus cuentas de Facebook y ponerse en contacto.
- Plantear preguntas a asesores de tesis que tienen cuenta en Facebook, cuando tengo dudas se las comunico por ese medio y satisface mis necesidades.

b) Twitter.- Como podemos observar de acuerdo a las opiniones, las necesidades de información que sé que se manifiestan de manera general en Twitter para su investigación académica, corresponde a:

- Información inmediata de eventos académicos.
- Información actualizada sobre recursos de información digital o acontecimientos académicos y de investigación.
- Se puede obtener información de otros países y colegas, al seguir a personas especializadas en el tema.
- Algunas publicaciones de información interesante.
- Es una red social más segmentada en el que uno puede acceder a información más específica.
- Solo es para publicar sucesos en el momento preciso (eventos académicos, sucesos relevantes, etc.), hay que enfatizar nuevamente la

estructura de esta red social o nomenclatura que puede estar más segmentada a otras actividades, donde los alumnos de maestría puedan manifestar sus necesidades de información a diferencia de Facebook.

4.3. Resultados del comportamiento en la búsqueda de información de los alumnos de posgrado, en el área de bibliotecología y estudios de la información en Facebook y Twitter.

1.- Primera aproximación.

A continuación se muestra el resultado de cuánto tiempo dedican a Facebook y Twitter para su investigación académica por semana:

Tabla 11. Horas dedicadas a Facebook y Twitter para su investigación académica por semana.

FACEBOOK		TWITTER		INDICADOR
HORAS	PORCENTAJE %	HORAS	PORCENTAJE %	COLORES
0 horas	32,00%	0 horas	76,00%	Verde mayor cantidad de horas promedio.
30 minutos	9,00%	10 minutos	3,00%	
1 hora	12,00%	20 minutos	3,00%	
2 horas	14,00%	1 hora	6,00%	
3 horas	6,00%	2 horas	9,00%	
4 horas	3,00%	12 horas	3,00%	Amarillo nivel medio de horas promedio.
5 horas	15,00%			
6 horas	0,00%			
7 horas	3,00%			Rojo menos cantidad de horas promedio.
8 horas	0,00%			
9 horas	0,00%			
10 horas	3,00%			
12 horas	3,00%			
Total	100	Total	100	

La tabla 11 muestra que le dedican mayor tiempo para su investigación académica por semana en Facebook que en Twitter. La mayor cantidad de horas invertidas por semana para su investigación en promedio, representadas en color verde son: 5 horas, con un 15%, después 2 horas con un 15% y una hora con un

12 %. En un nivel de horas medio representadas con un color amarillo, tenemos con un 9% y un 6% invierte 6 horas por semana. Las horas que están representadas en color rojo son las que tienen menos tiempo promedio.

Como en el párrafo anterior se mencionó, en Twitter le dedican menor tiempo para su investigación académica por semana, la mayor cantidad de horas invertidas por semana para su investigación en promedio, representadas en color verde son: 2 horas, con un 9%. En un nivel de horas medio representadas con un color amarillo, tenemos 1 hora con un 6%. Las horas que están representadas en color rojo son las que tienen menos tiempo promedio.

Análisis.- Como podemos observar de acuerdo a los datos obtenidos, de las horas promedio que invierten los alumnos de maestría para sus actividades académicas tenemos que; en Facebook se invierte mayor cantidad de horas a comparación de Twitter, esto debido a que le dan más uso a Facebook y es un indicador positivo de apoyo académico de esta red social.

2.- Segunda aproximación.

En la tabla 12 se muestran las fuentes de información que más utilizan y comparten en Facebook y Twitter para su investigación académica.

Tabla 12. Fuentes de información que más se utilizan y comparte en Facebook y Twitter para su investigación.

FACEBOOK		TWITTER		DIFERENCIA POR PUNTOS PORCENTUALES
Fuentes de información	Porcentaje %	Fuentes de información	Porcentaje%	
Libros	14,00%	Libros	18%	4
Revistas	9,00%	Revistas	3%	6
Tesis	5,00%	Tesis	3%	2
Artículos	15,00%	Artículos	15%	0
Capítulos de libros	10,00%	Capítulos de libros	9%	1
Manuales	1,00%	Manuales	0,00%	1
Videos	10,00%	Videos	9%	1
Tutoriales	8,00%	Tutoriales	3%	5
Imágenes	12,00%	Imágenes	15%	3
Links a otros sitios	15,00%	Links a otros sitios	24%	9

Otros	1,00%	Otros	0%	1
	100,00%		100,00%	

La tabla 12 muestra que las fuentes de información que más se utilizan y comparte en Facebook son los artículos y los links a otros sitios, ambos con un 15% y en *segundo lugar* son los libros con un 14%, *en tercer lugar* las imágenes con un 12%, *en cuarto lugar* los capítulos de libros y los videos con un 10%, *en quinto lugar* las revistas con un 9%, *en sexto lugar* los tutoriales con un 8%, *en séptimo lugar* las tesis con un 5% y en octavo lugar otros con un 1%.

Con respecto a Twitter lo que más se comparte son los links a otros sitios con un 24%, *en segundo lugar* los libros con un 18%, *en tercer lugar* los artículos y las imágenes con un 15%, *en cuarto lugar* los capítulos de libros con un 9%, *en quinto lugar* revistas, tesis, tutoriales con un 3% y *en sexto lugar* otros con un 0%.

Análisis.- El hecho que se compartan libros, revistas y tesis como principales fuentes de información, es muy positivo para la los estudios e investigaciones de Maestría, debido a que son fuentes muy relevantes y fiables, esto es un indicador de la calidad de materiales que usan los alumnos y su buen desempeño.

3.- Tercera aproximación.

A continuación se muestran los resultados del idioma en que está la información que publican en Facebook y Twitter para su investigación académica.

Tabla 13. Idioma en que está la información que publican en Facebook y Twitter para su investigación académica.

FACEBOOK		TWITTER		DIFERENCIA POR PUNTOS PORCENTUALES
IDIOMA	TOTAL %	IDIOMA	TOTAL %	
Español	70%	Español	71,00%	1
Inglés	24%	Inglés	29,00%	5
Francés	2,00%	Francés	00.00%	2
Portugués	4,00%	Portugués	00.00%	4

La tabla 13 muestra que en ambas redes sociales el idioma en que más se publica información, es el idioma español con una mínima diferencia porcentual, en segundo lugar de los dos sitios de redes sociales es el inglés, en Facebook el tercer lugar es portugués y en este mismo sitio en cuarto lugar es el francés. En Twitter solo se publica en español e inglés.

Análisis.- El idioma predominante en que se publica información en ambas redes sociales es español seguido por el inglés, puede ser debido a que tienen alguna dificultad para entender y leer información como francés y portugués, que son las menos publicadas.

4.- Cuarta aproximación.

La tabla 14 muestra los resultados de la frecuencia en que se le pregunta a los colegas por medio de Facebook y Twitter para su actividad de investigación académica, como podemos ver la frecuencia en que se pregunta en Facebook es algunas veces con un 66%. En cuanto a Twitter la frecuencia es que nunca se pregunta con un 43%. Como podemos ver de acuerdo a los porcentajes en Facebook hay más comunicación entre colegas que en Twitter.

Tabla 14. Resultados de la frecuencia que se pregunta a los colegas por medio de Facebook y Twitter, para su investigación académica.

FACEBOOK		TWITTER		DIFERENCIA POR PUNTOS PORCENTUALES
Frecuencias	Porcentaje %	Frecuencias	Porcentaje %	
Siempre	6,00%	Siempre	0,00%	6
Algunas veces	66,00%	Algunas veces	14,00%	52
Casi nunca	14,00%	Casi nunca	14,00%	0
Nunca	6,00%	Nunca	43,00%	37
No creo que sea Necesario	8,00%	No creo que sea Necesario	29,00%	21

Análisis.- Existe más frecuencia de preguntas a colegas por medio de Facebook, esto puede ser debido a que la mayoría de las personas tienen una cuenta en esta red social, además de ser la más usada y con mucha popularidad.

5.- Quinta aproximación.

En la tabla 15 se pueden observar los resultados de cuando se pide ayuda a través de Facebook y Twitter, cuando se está investigando sobre su tema de tesis, seminario o curso de maestría y cómo podemos ver se pide más ayuda en Facebook, un 68% responde que SI pide ayuda y un 32% responde que NO. Por otra parte en Twitter se pide menos ayuda, un 9% responde que SI pide de ayuda y un 91% responde que NO.

Tabla 15. Resultados cuando se pide ayuda a través de Facebook y Twitter, cuando se está investigando sobre su tema de tesis, seminario o curso de maestría.

FACEBOOK		TWITTER		DIFERENCIA POR PUNTOS PORCENTUALES
RESPUESTA	PORCENTAJE	RESPUESTA	PORCENTAJE	
SI	68,00%	SI	9,00%	59
NO	32,00%	NO	91,00%	59

Los procedimientos más usados para pedir ayuda en Facebook son:

- Mandar un mensaje privado por Inbox y plasmar su pregunta con algún colega, compañero o profesor.
- Postear o publicar alguna pregunta en los grupos académicos que se realizan, por los mismos alumnos.

Análisis.- En cuanto a Twitter hay muy poca actividad, debido a que esta plataforma está más limitada las características de la plataforma, y la mayoría sólo publica algunos eventos académicos y por lo regular usan otros medios. A comparación de Facebook que lo usan como apoyo académico de sus seminarios, cursos, tesis, etc.

6.- Sexta aproximación.

En cuanto a los resultados sobre los medios de donde se obtiene la información para cubrir sus necesidades de información utilizando Facebook y Twitter, para su actividad de investigación académica la tabla 16 muestra que en Facebook el medio que más se utiliza para cubrir sus necesidades son: los compañeros con un 30%, en *segundo lugar* los materiales que publican con un 25%, en *tercer lugar* profesores y colegas ambos con un 20%, en *cuarto lugar* ninguna con un 3% y en *quinto lugar* otras fuentes con un 2%.

Por otra parte en Twitter el medio que más se utiliza para cubrir sus necesidades son: ninguna con un 80%, en segundo lugar los materiales que publican con un 11%, en tercer lugar son los compañeros con un 6%, en cuarto lugar son los colegas con un 3%.

Tabla 16. Medios de donde se obtiene la información para cubrir sus necesidades de información utilizando Facebook y Twitter, para su actividad de investigación académica.

FACEBOOK		TWITTER		DIFERENCIA POR PUNTOS PORCENTUALES
MEDIOS DE DONDE SE OBTIENE LA INFORMACIÓN	PORCENTAJES %	MEDIOS DE DONDE SE OBTIENE LA INFORMACIÓN	PORCENTAJES %	
COMPAÑEROS	30,00%	COMPAÑEROS	6,00%	3
MATERIALES QUE PUBLICAN	25,00%	MATERIALES QUE PUBLICAN	11,00%	14
PROFESORES	20,00%	PROFESORES	0,00%	20
COLEGAS	20,00%	COLEGAS	3,00%	17
NINGUNA	3,00%	NINGUNA	80,00%	77
OTRAS	2,00%	OTROS	0,00%	2
TOTAL	100,00%		100,00%	

Análisis.- En Facebook se pide apoyo a compañeros debido a que usa más esta red social en alguna materia, y se apoyan de los materiales que publican, preguntan a profesores, entre otras. Y con respecto a Twitter, en su mayoría solo se usa para publicar acontecimientos académicos.

4.4. Resultados de la socialización del conocimiento de alumnos de posgrado, en el área de bibliotecología y estudios de la información en Facebook y Twitter.

Como se ha mencionado en el capítulo 2, la socialización del conocimiento es un proceso complejo, donde los individuos en su interacción social construyen su propio conocimiento, sin embargo para que surjan nuevas ideas, nuevos pensamientos y conocimientos es necesario un punto de encuentro y en la presente investigación, ese punto de encuentro e interacción social son: las redes sociales (Facebook y Twitter).

En estas redes se pueden formar comunidades o redes de conocimiento, que permita a los individuos participantes construir “socialmente” conocimiento. Estas comunidades son personas que pueden compartir ideas y experiencias sobre algún fin común o una temática, los participantes en estos grupos asumen su rol de productores de conocimientos y eso implica la necesidad de intercambiar y socializar lo que aprende y lo que crea, a partir de la interacción social dentro de una plataforma tecnológica y un contexto muy particular, en este caso vamos a utilizar el análisis de las respuestas del estudio de usuarios, para ver qué opinan los estudiantes de maestría en la socialización del conocimiento en Facebook y Twitter. Así como observar algunos grupos que crearon los mismos alumnos para compartir experiencias y socializar información, para poder detectar si hay “socialmente” conocimiento.

1.- Primera aproximación.

La tabla 17 muestra los resultados de la pregunta ¿considera que es óptimo el funcionamiento de Facebook y Twitter para socializar información que ayude a sus necesidades informativas de carácter académico? El 74% considera a Facebook que SI y un 26% opina que NO. Y de Twitter un 52% opina que SI y un 48% opina que NO.

Tabla 17. Resultados de los que opinan que es óptimo el funcionamiento de Facebook para socializar información que ayude a sus necesidades informativas de carácter académico.

FACEBOOK		TWITTER		DIFERENCIA POR PUNTOS PORCENTUALES
RESPUESTA	PORCENTAJE	RESPUESTA	PORCENTAJE	
SI	74,00%	SI	52,00%	22
NO	26,00%	NO	48,00%	22
	100,00%		100,00%	

Análisis.- Es más óptimo el funcionamiento para socializar información en Facebook, debido a que se pueden crear grupos donde se comparte más variedad de información que en Twitter.

2.- Segunda aproximación.

La opinión de los encuestados sobre la pregunta “¿Ha detectado que con la información compartida en Facebook y Twitter se ha generado nuevo conocimiento académico?”, que es publicado en la plataforma de Facebook y Twitter, se muestra en la tabla 18.

Tabla 18. Ha detectado que con la información compartida en Facebook y Twitter se ha generado nuevo conocimiento académico.

FACEBOOK		TWITTER		DIFERENCIA POR PUNTOS PORCENTUALES
RESPUESTA	PORCENTAJE	RESPUESTA	PORCENTAJE	
SI	44,00%	SI	29,00%	15
NO	56,00%	NO	71,00%	15
	100,00%		100,00%	

Las opiniones en Facebook son más equilibradas que en Twitter, en Facebook un 44% opina que SI y un 56% opina que NO. Y en Twitter un 29% opina que SI y un 71% opina que NO.

A continuación se muestran de forma general, las respuestas fundamentadas de quienes respondieron afirmativamente a la pregunta anterior.

a) Facebook:

- Cuando se comparten puntos de vista, comentarios, experiencias, ideas, en grupos de discusión o en difusión de foros.
- En grupos especializados compartir información es esencial para la resolución de problemas y compartir experiencias.
- En los grupos de Facebook, podemos encontrar comunidades académicas que comparten recursos de información, resuelven dudas concretas de un campo de conocimiento y se generan nuevos conocimientos.
- Lo que he observado es que si se genera literatura no tan formal, documentos (textos de artículos de revistas, lecturas en bibliotecología, presentaciones PowerPoint, videos, podcast) que resumen o reinterpretan otros textos clásicos, y no necesariamente reflejan nuevo conocimiento, o los temas no son tratados a profundidad pero si son documentos esenciales o una herramienta muy importante para generarlo.
- Cuando se comparte lecturas en pdf o se resuelven dudas en los grupos a los que estoy inscrito.
- Cuando alguien plantea una duda y es resuelta en Facebook se puede generar un nuevo conocimiento.

b) Twitter:

- Es más fácil y práctico dar a conocer cosas.
- A través de los trending topics podemos apreciar las tendencias de la información que se publica en Twitter, estas tendencias en ocasiones son utilizadas para construir nuevos conocimientos.
- Un medio como Twitter es una gran herramienta para la comunicación académica, en mi caso personal ha contribuido a compartir los productos generados durante un curso de Posgrado, socializando la información y promoviendo su reinterpretación por parte de terceros.

Como podemos observar en Twitter hay menor actividad debido a las características de la plataforma que está más limitada.

3.- Tercera aproximación.

A continuación se muestran los resultados de la observación de dos grupos detectados especialmente para fines académicos que crearon los alumnos en Facebook estos son: el grupo Maestría BCI-2013 y Maestría en Bibliotecología y Estudios de Info 2014, ambos grupos son cerrados y están conformados por alumnos de maestría de la muestra indagada en la presente investigación del estudio de usuarios y se analizaron para poder detectar si hay “socialmente” conocimiento. A continuación algunos casos observados.

- EJEMPLO OBSERVADO



Figura 19. Ejemplo de grupo creado por los alumnos del Posgrado en Bibliotecología y Estudios de la Información UNAM, para construir “socialmente” conocimiento.

Fuente: Facebook: <https://www.Facebook.com/groups/316941871729275/>

La figura 19 muestra que de acuerdo a opiniones, un alumno realiza una guía sobre recursos que tiene la UNAM suscritos y que, una vez elaborado es subido a la plataforma para socializarlo y compartirlo con los demás compañeros.

- EJEMPLO OBSERVADO



Figura 20. Ejemplo de grupo creado por los alumnos del Posgrado en Bibliotecología y Estudios de la Información UNAM, para construir “socialmente” conocimiento.

Fuente: Facebook: <https://www.Facebook.com/groups/316941871729275/>

La figura 20 muestra, que un alumno pide algún material sobre un contenido en especial, algunos ofrecen una fuente de información y otros dan su opinión sobre un concepto, lo cual permite que los demás integrantes del grupo obtengan información, que a su vez puede ayudar a construir conocimiento.

- EJEMPLO OBSERVADO



Figura 21. Ejemplo de grupo creado por los alumnos del Posgrado en Bibliotecología y Estudios de la Información UNAM, para construir “socialmente” conocimiento.

Fuente: Facebook: <https://www.Facebook.com/groups/316941871729275/>

La figura 21 muestra una pregunta planteada por un alumno a los compañeros, algunos dan sus opiniones y surgen varias ideas de las cuales se pueden generar reinterpretaciones de alguna lectura o un nuevo concepto o idea.

Análisis.- Los ejemplos anteriores reflejan algunas necesidades de información, que en algunos casos fueron resueltas por las opiniones o la socialización de recursos o fuentes de información y fueron otorgados por los mismos compañeros, hay que recalcar que algunos alumnos de acuerdo a la encuesta aplicada manifiestan sus preguntas para obtener información por medio de estos grupos en Inbox (mensaje privado). Hay que enfatizar que cuando se dan opiniones o experiencias en esta plataforma, se puede construir conocimiento.

En los siguientes ejemplos también podemos ver que se comparten algunos materiales que se realizan para las materias, o preguntas referentes a los seminarios o cursos así como se comparten fuentes de información.

- EJEMPLO OBSERVADO



Figura 22. Ejemplo de grupo creado por los alumnos del Posgrado en Bibliotecología y Estudios de la Información UNAM, para construir “socialmente” conocimiento.

Fuente: Facebook: <https://www.Facebook.com/groups/156492567889508/>

En las figuras 22, 23 y 24 se observa cómo algunos alumnos comparten sus materiales para los seminarios (presentaciones en Power Point), información referente a los cursos (para socializar la información) o algunas fuentes de información como apoyo para los cursos o seminarios.

- EJEMPLO OBSERVADO



Figura 23. Ejemplo de grupo creado por los alumnos del Posgrado en Bibliotecología y Estudios de la Información UNAM, para construir “socialmente” conocimiento.

Fuente: Facebook: <https://www.Facebook.com/groups/156492567889508/>



Figura 24. Ejemplo de grupo creado por los alumnos del Posgrado en Bibliotecología y Estudios de la Información UNAM, para construir “socialmente” conocimiento.

Fuente: Facebook: <https://www.Facebook.com/groups/156492567889508/>

Análisis.- Se puede decir de manera general que, a través de los grupos se está construyendo socialmente conocimiento, al construir materiales que son integrados en la plataforma para compartirlos, así como mediante las opiniones de los alumnos en cuanto alguna temática que ha generado información nueva o una reinterpretación de dicha información y que puede construir conocimiento, que a su vez puede ayudar a resolver alguna necesidad de información de los alumnos. También se observa que los alumnos comparten algunas fuentes de información, que es parte del comportamiento en la búsqueda de información que puede ser también la manifestación de una necesidad informativa, también se observa que la información que se comparte es referente a las clases que se imparten en la maestría.

En la tabla 19 se observa el contraste de cómo se construye “socialmente” conocimiento, de acuerdo a lo que opinan en la encuesta los alumnos y a la observación de los grupos. Tenemos que el contraste de las opiniones de la encuesta y un análisis de la observación de cómo se construye “socialmente” conocimiento y de lo cual podemos decir que en las redes sociales de Facebook y Twitter, se pueden realizar grupos académicos, en los que se puede construir conocimiento mediante las opiniones, experiencias y materiales compartidos, que a su vez ya plasmados en la plataforma pueden ayudar a resolver alguna necesidad de información de los miembros del grupo.

Tabla 19. Análisis general de cómo se construye “socialmente” conocimiento de acuerdo a las opiniones en la encuesta y la observación.

GRUPOS DE FACEBOOK Observación	ENCUESTA DE FACEBOOK Opiniones	ENCUESTA DE TWITTER Opiniones
<p>Los grupos están construyendo socialmente conocimientos, al crear materiales que son integrados en la plataforma para compartirlos, así como, mediante las opiniones de los alumnos en cuanto alguna temática que ha generado información nueva o una reinterpretación de dicha información, este nuevo conocimiento, a su vez puede ayudar a resolver alguna necesidad de información de los alumnos.</p>	<p>Cuando se comparten puntos de vista, comentarios, experiencias e ideas, en grupos de discusión o en difusión de foros.</p> <p>En grupos especializados compartir información es esencial para la resolución de problemas y compartir experiencias.</p> <p>En los grupos de Facebook, podemos encontrar comunidades académicas que comparten recursos de información, resuelven dudas concretas de un campo de conocimiento y se generan nuevos conocimientos.</p> <p>Cuando se comparte lecturas en pdf o se resuelve dudas en los grupos a los que estoy inscrito.</p> <p>Cuando alguien plantea una duda y es resuelta en Facebook se puede generar un nuevo conocimiento.</p>	<p>Es más fácil y práctico dar a conocer cosas, a través de los trendingtopics, podemos apreciar las tendencias de la información que se publica en Twitter, estas tendencias en ocasiones son utilizadas para construir nuevos conocimientos.</p> <p>Un medio como Twitter es una gran herramienta para la comunicación académica, ha contribuido a compartir los productos generados durante un curso de Posgrado, socializando la información y promoviendo su reinterpretación por parte de terceros.</p>

CONCLUSIONES.

Durante el desarrollo de esta investigación se evidenció el uso de redes sociales horizontales en el ámbito académico, tanto por el posgrado como por los alumnos de maestría, esto debido a la alta popularidad y penetración de estos sitios de redes sociales. Hay que enfatizar y dar prioridad al alcance de estas redes sociales horizontales para el ámbito académico, hoy en día son muy utilizadas por profesores, alumnos e investigadores para crear grupos académicos, el uso de estos sitios encaminados al ámbito académico puede ser una gran herramienta y complemento de la educación en bibliotecología.

Por otra parte respecto a las preguntas de investigación:

1. ¿Cuáles son las necesidades de información de los alumnos de posgrado de bibliotecología de la UNAM, que usan el Facebook y Twitter?

Podemos decir que de acuerdo a las opiniones sobre las necesidades de información para su investigación académica de manera general son: resolución de dudas, sugerencias y comentarios sobre lecturas, información básica sobre eventos académicos de investigación y culturales, información actualizada sobre recursos de información digital o acontecimientos académicos y de investigación.

2. ¿Cómo se manifiestan sus necesidades de información?

Estas necesidades se manifiestan mediante un comportamiento en la búsqueda de información como: preguntas a colegas, profesores y en la búsqueda de alguna fuente o recurso de información.

3. ¿Qué comportamiento tienen en la búsqueda de información?

(Tercer objetivo: pág. 119).

4. ¿Cómo se socializa el conocimiento en estas redes?

En el proceso de socialización de conocimiento podemos decir que se socializa el conocimiento mediante: compartir ideas, experiencias sobre algún fin común o una temática y eso implica la necesidad de intercambiar y socializar lo que aprende y lo que crea a partir de la interacción social, dentro de una plataforma tecnológica y un contexto muy particular.

En relación al primer objetivo general: fue el detectar el uso académico en las redes sociales de Facebook y Twitter, del cual obtuvimos que el uso que le dan a su cuentas de Facebook en su mayoría corresponden a un 35% al ámbito académico y un 64% al ámbito personal y en Twitter un 24% corresponde al ámbito académico y un 76% al ámbito personal. Como podemos ver hay más actividad académica en Facebook, con lo cual podemos concluir que esto puede ser por la nomenclatura o estructura de la plataforma, debido al formato de Twitter basado en microblogging o mensajes cortos de texto, y es más utilizada para publicar acontecimientos o eventos.

Se muestra más actividad académica en Facebook, esto se debe a que es más amigable y además la mayoría de los alumnos tiene una cuenta de esta red social. En cuanto a Twitter, su estructura es un poco más limitada, y con respecto al presente estudio no todos los alumnos tienen una cuenta de esta red social, esto puede ser un motivo de la poca actividad académica.

En lo concerniente al segundo objetivo: detectar las necesidades de información en las redes sociales de Facebook y Twitter, de acuerdo a las opiniones podemos decir que, de manera general algunas necesidades de información son las siguientes: Novedades sobre algún curso o seminario de maestrías, recibir sugerencias de lecturas, recibir artículos, preguntar a colegas, mantenerse en contacto, ubicar eventos especializados y grupos de investigación, resolución de dudas y búsqueda de documentos, dar ligas o avisar de eventos, para recibir el feed de páginas relacionadas con bibliotecología, compartiendo archivos de interés y acceso interactivo a sitios web relacionados también con alguna temática, etc.

El que opine que Facebook les ayuda a resolver alguna necesidad académica, es debido a que usan más esta red social en relación a Twitter. Algunos profesores de acuerdo a mis estudios de Maestría, utilizan más Facebook como apoyo

académico y de comunicación y en realidad son pocos los que usan Twitter en el ámbito académico.

En relación al tercer objetivo: establecer el comportamiento que se tiene durante la búsqueda de información, se pudo determinar lo siguiente: Como podemos ver en el apartado 4.3 en la primera aproximación, de acuerdo a los datos obtenidos de las horas promedio que invierten los alumnos de maestría para sus actividades académicas tenemos que, en Facebook se invierte mayor cantidad de horas a comparación con Twitter.

Por otra parte podemos ver en el mismo apartado 4.3 en la segunda aproximación, las fuentes de información que más se utilizan y comparte en Facebook son los artículos y los links a otros sitios, ambos con un 15%, en segundo lugar son los libros con un 14%, en tercer lugar las imágenes con un 12%, en cuarto lugar los capítulos de libros y los videos con un 10%, en quinto lugar las revistas con un 9%, en sexto lugar los tutoriales con un 8%, en séptimo lugar las tesis con un 5% y en octavo lugar otros con un 1%.

Con respecto a Twitter lo que más se comparte son: los links a otros sitios con un 24%, en segundo lugar los libros con un 18%, en tercer lugar los artículos y las imágenes con un 15%, en cuarto lugar los capítulos de libros con un 9%, en quinto lugar revistas, tesis, tutoriales con un 3% y en sexto lugar otros con un 0%.

En el mismo 4.3 en la tercera aproximación, tenemos que el idioma en que está la información que publican en Facebook y Twitter para su investigación académica, en ambas el idioma en que más publican información es el idioma español con una mínima diferencia porcentual, en segundo lugar de los dos sitios de redes sociales es el inglés, en Facebook el tercer lugar es portugués y en este mismo sitio en cuarto lugar es el francés. En Twitter solo se publica en español e inglés.

Por otra parte en el apartado 4.3 en la sexta aproximación, podemos ver que los medios de donde se obtiene la información para cubrir sus necesidades es utilizando Facebook y Twitter, para su actividad de investigación académica y tenemos que en Facebook el medio que más se utiliza para cubrir sus necesidades son: los compañeros con un 30%, en segundo lugar los materiales que publican con un 25%, en tercer lugar profesores y colegas ambos con un 20%, en cuarto lugar ninguna con un 3% y en quinto lugar otras fuentes con un 2%.

Mientras que en Twitter el medio que más se utiliza para cubrir sus necesidades son: ninguna con un 80%, en segundo lugar los materiales que publican con un 11%, en tercer lugar son los compañeros con un 6%, en cuarto lugar son los colegas con un 3%.

Como podemos ver de acuerdo a los datos obtenidos de las horas promedio que invierten los alumnos de maestría para sus actividades académicas, tenemos que en Facebook se invierte mayor cantidad de horas a comparación de Twitter, esto debido a que le dan más uso a Facebook y es un indicador positivo de apoyo académico de esta red social.

El que se compartan libros, revistas y tesis, como principales fuentes de información es muy positivo para la los estudios e investigaciones de Maestría, debido a que son fuentes muy relevantes y fiables esto es un indicador de la calidad de materiales que usan los alumnos y su buen desempeño.

El idioma predominante en que se publica información en las dos redes sociales es el español seguido por el inglés, puede ser debido a que tienen alguna dificultad para entender y leer información como francés y portugués, que son las menos publicadas.

Existe más frecuencia de preguntas a colegas por medio de Facebook, esto es debido a que la mayoría de las personas tiene una cuenta de esta red social, además de ser de las más usadas y con mucha popularidad.

En cuanto a Twitter hay muy poca actividad, ya que esta plataforma está más limitada y las características de la plataforma; la mayoría sólo publica algunos eventos académicos y por lo regular usan otros medios. A comparación de Facebook que lo usan como apoyo académico de sus seminarios, cursos, tesis, etc.

En Facebook piden apoyo a compañeros debido a que usan más esta red social en alguna materia, y se apoyan de los materiales que publican, preguntan a profesores, entre otras. Y con respecto a Twitter, en su mayoría solo se usa para publicar acontecimientos académicos.

Respecto al último objetivo: es analizar cómo se socializa el conocimiento y podemos decir de manera general, que en los sitios de redes sociales como Facebook donde se crean grupos se está construyendo socialmente conocimiento, al construir materiales que son integrados en la plataforma para compartirlos, así como mediante las opiniones de los alumnos en cuanto alguna temática se ha generado información nueva o una reinterpretación de dicha información que puede construir conocimiento, que a su vez puede ayudar a resolver alguna necesidad de información de los alumnos.

Es más óptimo el funcionamiento para socializar información en Facebook, debido a que se pueden crear grupos donde se comparte más variedad de información que en Twitter.

Los supuestos planteados al inicio de esta investigación fueron algunas necesidades de información que se pudieran mostrar en estas redes sociales, son algún material o documento para un tema en específico (comportamiento en la búsqueda de información), alguna opinión o duda sobre un tema relacionado en bibliotecología, etc.

Algunas cuestiones que se pudieran mostrar en estas redes sociales son:

- El comportamiento en la búsqueda de información que se muestre sea la utilización de un recurso con más frecuencia. Pudiese ser que estas redes se usen para socializar, compartir información sobre algún acontecimiento, o de aspectos académicos.

- Puede ser que la información que fluye en su totalidad sea de carácter académico, si es así este flujo de información podrá verse transformado en un nuevo conocimiento y “si esta información es procesada en conocimiento puede ayudar a resolver algunas necesidades de información de los usuarios”.

Por otra parte si la información que fluye en las redes sociales, pudiera ayudar a construir socialmente conocimiento.

En este sentido se pudo corroborar, que las necesidades de información en Facebook y Twitter corresponden a los proyectos de investigación de maestría y a los cursos o seminarios. Todo enfocado a temas de bibliotecología.

Por otra parte en cuanto al comportamiento en la búsqueda de información se pudo corroborar la búsqueda de fuentes informativas, en especial unas con más frecuencia, además de búsqueda de eventos y acontecimientos académicos.

En cuanto a la información que fluye en estas redes sociales en algunos casos es transformado en conocimiento o una reinterpretación, como los ejemplos observados en el apartado de resultados, donde la información interpretada y devuelta a la plataforma muchas veces ayuda a construir socialmente conocimiento y puede ayudar a resolver alguna necesidad de información.

El resultado de esta investigación es una aproximación a los estudios de usuarios en la web 2.0, en especial las redes sociales no académicas y se espera que de origen a otra serie de estudios que ayuden a complementar e indagar, en redes sociales de internet.

Finalmente, hay que destacar sobre la construcción social de conocimiento en estos sitios de redes sociales, en especial en los que se crean grupos, donde los actores participantes se vuelven productores de conocimiento mediante

experiencias, ideas, etc. Donde la información es nuevamente regresada a la plataforma, digerida y transformada en un nuevo conocimiento dando así un ciclo de información y conocimiento.

RESUMEN DE CONCLUSIONES.

- Hay más actividad académica en Facebook.
- Facebook les ayuda a resolver más necesidades de información académicas a diferencia de Twitter.
- Las horas en que se invierte más tiempo para sus actividades académicas, es en Facebook.
- Se comparten libros, revistas y tesis, como principales fuentes de información.
- El idioma predominante en que se publica información en las dos redes sociales es español e inglés.
- Hay más frecuencia de preguntas a colegas por medio de Facebook.
- Es más óptimo el funcionamiento para socializar información en Facebook.
- Se puede decir de manera general que, a través de los grupos que se forman en Facebook, se está construyendo socialmente conocimiento al construir materiales que son integrados en la plataforma para compartirlos, así como mediante las opiniones de los alumnos en cuanto alguna temática que ha generado información nueva o una reinterpretación de dicha información que puede construir conocimiento, que a su vez puede ayudar a resolver alguna necesidad de información de los alumnos.

RECOMENDACIONES

Hay que tener en cuenta que las redes sociales pueden ser muy complementarias en la educación, lo académico, etc. Cada una de ellas tiene un fuerte impacto a la en la sociedad. Como por ejemplo Facebook facilita la comunicación y la forma de crear grupos académicos, los cuales pueden ser relevantes en compartir información académica. Debemos utilizar o enfocar estas redes sociales al ámbito académico, con una adecuada utilización es una herramienta ideal para futuras investigaciones.

OBRAS CONSULTADAS

- ALAI. (2001). *Movimientos sociales en la red*. Ecuador: ALAI.
- Asociación Chichos.net. (2009). *Hacia un entendimiento de la interacción de los adolescentes con dispositivos de la web 2.0. El caso de Facebook*. Canadá: Asociación Civil Chicos.net.
- Boyd, D., & Ellison, N. (2007). Social Network Site: Definition, History and Scholarchip. *Journal of Computer Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- CAIBI (Conferencia de Autoridades Iberoamericanas de Informática). (2001). *Indicadores de Tecnologías de la Información en países de la CAIBI*. . Lisboa: Primer seminario sobre indicadores de la sociedad de la Información y cultura científica.
- Cascales Martínez, A., Real García, J. J., & Marcos Benito, B. (2011). Las Redes Sociales en Internet. *Edutec-e, Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, 38, 1-18.
- Castañeda, L. (2010). *Aprendizaje con redes sociales: Tejidos educativos para los nuevos entornos*. Sevilla: MAD Eduforma.
- Centre Seguretat TIC de la Comunitat Valenciana. (2014). *Resumen de la Política de Privacidad de Facebook*. Valencia: Centre Seguretat TIC de la Comunitat Valenciana.
- de Haro, J. J. (2010). *Redes Sociales para la educación*. Barcelona: ANAYA Multimedia.
- Ehrlich, K., & Shami, N. S. (2010). Microblogging inside and outside the workplace. *Proceedings of the 4th International AAAI Conference on Weblogs and Social Media (ICWSM 2010)*.

- Espinoza, B. (2011). *Breve Manual de Uso de Twitter*. Barcelona: Formación Dogotañ de EOI.
- Flores Cueto, J. J., Morán Corzo, J. J., & Rodríguez Vila, J. J. (Octubre de 2009). Las Redes Sociales. *Enlace Virtual*, 1, 1-15.
- Fundación Telefónica. (2010). *El Proyecto Facebook y la Posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*. Madrid: Ariel.
- Gómez, M. T., & López, N. (2010). Uso de Facebook para actividades académicas colaborativas en educación media y universitaria. *III JORNADAS DE EDUCACIÓN A DISTANCIA. LAS REDES SOCIALES Y LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO*. El Salvador.
- GRUPO AVANZA. (2003). *Las Comunidades del conocimiento*. Cuba: Grupo AVANZA.
- Hernández Salazar, P. (1993). El perfil de usuarios de la información. *Investigación Bibliotecológica*, 7(015), 16-22.
- Instituto de Estadística de la UNESCO. (2009). *Medición de las tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en educación - Manual de Usuario*. Montreal: UNESCO-IEU.
- Izquierdo Alonso, M. (1999). "Una aproximación interdisciplinar al estudio del usuario de información: bases conceptuales y metodológicas.". *Investigación Bibliotecológica*, 13(26).
- Jorge, M. Rebato, C., Arcos, E., Gonzalo, M., Pavan, B., Notario, E., . . . Acevedo, I. (2011). *Twitter: 5 años. Un recorrido por la herramienta que se convirtió en plataforma*. Hipertextual S. L. | Movistar (CC).
- Lay Gajardo, J. (2004). *Breve historia de Internet*. Chile: Universidad de Santiago de Chile. Facultad de Ciencia, Departamento de Física.

- Lozares, C. (1996). *La Teoría de redes sociales*. Barcelona, España: Universidad Autónoma de Barcelona. Departamento de Sociología.
- Macau, R. (2004). TIC:¿Para qué? (Funciones de las tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones). *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 1(1), 1-12.
- Margarita Almada de Ascencio. (2000). *Contribución al desarrollo de la sociedad del conocimiento*. (M. Almada de Ascencio, Ed.) México: UNAM, Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas.
- Morales Zúñiga, L. C. (2011). Análisis de redes sociales como posibilidad teórico-metodológica para la investigación educativa. *Revista Electrónica Actualidades Investigativas en Educación*, 11(3), 7.
- Müller, M. J. (2012). José Luis Orihuela Mundo Twitter: una guía para comprender y dominar la plataforma que cambió la red. *Austral Comunicación*, 1(1), 101-103.
- NACIONES UNIDAS-COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE-CEPAL. (2003). Los caminos hacia una sociedad de la Información en América Latina y el Caribe. *Conferencia Ministerial Regional Preparatoria de América Latina y el Caribe para la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información*. Bávaro, Punta Cana, República Dominicana.
- ONTSI. (Diciembre de 2011). *Las Redes Sociales en Internet*. Recuperado el Enero de 2014, de http://www.osimga.org/export/sites/osimga/gl/documentos/d/20111201_ontsi_redes_sociais.pdf
- Prada Madrid, E. (2005). Las redes de conocimiento y las organizaciones. *Revista Bibliotecas y Tecnologías de la Información*, 2(4).
- Salcido N., J. G. (2003). La Socialización del conocimiento educativo en internet. *Simposio Virtual SOMECE Coloquios de informática educativa*.

Sánchez, E. (27 de Septiembre de 2011). *La Ventana de Elia*. (Elia Sánchez)
Recuperado el Febrero de 2014, de
<http://laventanadeelia.wordpress.com/2011/09/27/redes-sociales-verticales-y-horizontales>

Santamaría, F. (Julio de 2012). *Curso de formación "Redes Sociales en Educación" Universidad de León*. Recuperado el Febrero de 2014, de
<http://estebanromero.com/wp-content/uploads/2012/07/El-uso-de-Twitter-en-la-universidad.pdf>

Sola-Martínez, M. J. (2009). Redes sociales: más allá de la privacidad. *El Profesional de la Información*, 18(4), 470-474.

Vizer, E. (2004). Cultura tecnológica: metáforas y realidades. *Razón y palabra. Primera revista electrónica en América Latina especializada en Comunicación*.(40).

Méndez, Denis. Historia de las Redes Sociales

López Sáenz, Manuel Espartaco. Reflexiones en torno al poder y naturaleza de las redes sociales y su impacto en la educación. Pág. 4-5

Martínez López, Fátima. Estudio Redes Sociales en España ONTSI.

Rosario, Jimmy: TIC Su uso como herramienta para el Fortalecimiento y Desarrollo de la Educacion Virtual

ANEXO.

Cuestionario.

Estimado (a) alumno, con el objetivo de identificar conocer las necesidades y comportamiento en la búsqueda de información de los usuarios y como se da la socialización del conocimiento en Facebook y Twitter, le solicito de la manera más atenta indique las respuestas correctas que usted considere las más adecuadas desde su punto de vista.

Instrucciones:

Marque con una "x" los datos que se le piden, y escriba la información necesaria en los espacios correspondientes para ello, al ser un formato electrónico puede usted escribir su respuesta en el cuadro correspondiente tan ampliamente como lo considere.

I. DATOS GENERALES

a) ¿Cuál es la generación cuando ingresaste a maestría?

b) Sexo:

Masculino ()

Femenino ()

c) Estudiante de:

Maestría ()

Otros (course/estoy en prerrequisitos para doctorado, egresado de maestría, en proceso de tesis de maestría, alumno de otro posgrado que cursa/curso alguna materia en el posgrado en bibliotecología y estudios de la información, etc.), especificar.

PRIMERA SECCIÓN FACEBOOK

II. USO DE FACEBOK

1. ¿Qué tipo información públicas en Facebook?

a) Académica ()

b) Personal ()

En caso de publicar información académica y personal (especificar un porcentaje) por ejemplo 20% académica y 80% personal.

2. ¿Qué lo motiva a usar Facebook?

III. MANIFESTACIÓN DE LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN

3. ¿Considera que el Facebook le ayuda a resolver alguna necesidad de información para su investigación?

a) Si ()

b) No ()

Puede indicar qué necesidad de información ha ayudado Facebook a resolver.

IV. COMPORTAMIENTO EN LA BUSQUEDA DE INFORMACION

4. ¿Cuánto tiempo dedica a Facebook para su investigación por semana?

Horas

5. de las siguiente lista ¿Cuáles son las fuentes de información que más se utilizan y comparte en Facebook para su investigación?

a) Libros

b) Revistas

c) Tesis

d) Artículos

e) Capítulos de libros

f) Manuales

g) Videos

h) Tutoriales

i) Imágenes

j) Links a otros sitios

k) Otros (especifique)

6. De la siguiente lista ¿En qué idioma está la información que publica en Facebook?

a) español

b) Inglés

c) Francés

d) Otra (especificar)

7. ¿Con que frecuencia pregunta a los colegas por medio de Facebook para su actividad de investigación?

a) Siempre

b) Algunas veces

d) Casi nunca

e) Nunca

f) No creo que sea necesario

Si la respuesta a la pregunta anterior es negativa ¿por qué motivo? (Argumentar)

8. ¿Cuándo está investigando sobre su tema de Tesis o de algún Seminario o Curso de maestría pide ayuda a través de Facebook?

a) Si ()

b) No ()

En el caso de que su respuesta a la pregunta anterior sea afirmativa, ¿qué procedimiento utiliza para obtener esta información? (explicitar)

--

9. ¿De dónde obtiene la información para cubrir sus necesidades de información utilizando Facebook, para su actividad de investigación académica?

a) Compañeros

b) Materiales que publican

c) Profesores

d) Colegas

e) Ninguna

f) Otras

V. SOCIALIZACIÓN DEL CONOCIMIENTO

10. ¿Considera que es óptimo el funcionamiento de Facebook para socializar información que ayude a sus necesidades informativas de carácter académico?

a) Si ()

b) No ()

11. ¿Ha detectado que con la información compartida en Facebook se ha generado nuevo conocimiento académico?

a) Si ()

b) No ()

¿Puede indicar algún caso o en qué se puede apreciar esto?

SEGUNDA SECCIÓN TWITTER

II. USO DE TWITTER

1. ¿Qué tipo información públicas en Twitter?

a) Académica ()

b) Personal ()

En caso de publicar información académica y personal (especificar un porcentaje) por ejemplo 20% académica y 80% personal.

2. ¿Qué lo motiva a usar Twitter?

III. MANIFESTACIÓN DE LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN

3. ¿Considera que el Twitter le ayuda a resolver alguna necesidad de información para su investigación?

a) Si ()

b) No ()

Puede indicar qué necesidad de información ha ayudado Twitter a resolver.

IV. COMPORTAMIENTO EN LA BUSQUEDA DE INFORMACION

4. ¿Cuánto tiempo dedica a Twitter para su investigación por semana?

Horas

5. de la siguiente lista ¿Cuáles son las fuentes de información que más se utilizan y comparte en Twitter para su investigación?

a) Libros

b) Revistas

c) Tesis

d) Artículos

e) Capítulos de libros

f) Manuales

g) Videos

h) Tutoriales

i) Imágenes

j) Links a otros sitios

k) Otros (especifique)

6. De las siguiente lista ¿En qué idioma está la información que pública en Twitter?

a) español

b) Inglés

c) Francés

d) Otra (especificar)

7. ¿Con que frecuencia pregunta a los colegas por medio de Twitter para su actividad de investigación?

a) Siempre

b) Algunas veces

d) Casi nunca

e) Nunca

f) No creo que sea necesario

Si la respuesta a la pregunta anterior es negativa ¿por qué motivo? (Argumentar)

8. ¿Cuándo está investigando sobre su tema de Tesis o de algún Seminario o Curso de maestría pide ayuda a través de Twitter?

a) Si ()

b) No ()

En el caso de que su respuesta a la pregunta anterior sea afirmativa, ¿qué procedimiento utiliza para obtener esta información? (explicitar)

--

9. ¿De dónde obtiene la información para cubrir sus necesidades de información utilizando Twitter, para su actividad de investigación académica?

a) Compañeros

b) Materiales que publican

c) Profesores

d) Colegas

e) Ninguna

f) Otras

V. SOCIALIZACIÓN DEL CONOCIMIENTO

10. ¿Considera que es óptimo el funcionamiento de Twitter para socializar información que ayude a sus necesidades informativas de carácter académico?

a) Si ()

b) No ()

11. ¿Ha detectado que con la información compartida en Twitter se ha generado nuevo conocimiento académico?

a) Si ()

b) No ()

¿Puede indicar algún caso o en qué se puede apreciar esto?