



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

**INMERSIÓN EN REDES SOCIODIGITALES: UN ESTUDIO DEL
ENGANCHAMIENTO DENTRO DE PLATAFORMAS SOCIALES POR
PARTE DE SUS JÓVENES USUARIOS**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

P R E S E N T A

RAMÍREZ JIMÉNEZ MARÍA GUADALUPE

ASESOR DE TESIS

DR. DAVID CUENCA OROZCO



CIUDAD UNIVERSITARIA, CDMX, 2020



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.

“La motivación es lo que te pone en marcha, el hábito es lo que hace que sigas.”

- *Jim Ryun*

Agradecimientos

A mi mamá, Yolanda, quien siempre ha estado a mi lado para apoyarme en cualquier situación. Por tantos desvelos y esfuerzos que ella hizo para que yo llegara hasta este momento. Sin duda alguna este triunfo no solamente es mío, es de las dos. Gracias, mamá, por tanto apoyo y amor que me das a diario.

A mi madrina Reyna, a quien perdí a lo largo de este trabajo, por siempre haber creído en mí y en esta tesis, más de lo que yo creía. Gracias por tanto amor que me diste hasta tu último suspiro, mi ángel hermoso. Honraré tu memoria con este proyecto y en cada logro que realice. A mis otros ángeles, Natalia, Abundio y Ramón, aunque ya no estén, siguen presentes en mí y estaré eternamente agradecida con ustedes por haberme apoyado con mis estudios y mi crecimiento personal.

A mi familia, quienes amorosamente siempre me han estrechado la mano en las buenas y en las malas para que yo pueda continuar con mis sueños, por aconsejarme y orientarme. Este triunfo también es de ellos. A todas mis amistades que me impulsaron y apoyaron durante este proceso.

A mi asesor, David, por guiarme sabiamente en todo este proceso, por compartir su sabiduría y ayudarme a concretar las ideas que esta tesis contiene.

A mis perritos: Puppy, Dylan, Candy y Rocky, por siempre estar a mi lado mientras escribía ideas en esta tesis, sin importar la hora, ellos siempre me acompañaron.

Por último, a Frida, Angélica, Irvin, Brenda, Fernanda, Jessica, Valerie, Carlos, Ricardo, Diego y Juan Carlos que participaron en el estudio cualitativo de este trabajo. Gracias por haber invertido su tiempo para lograr concretar esta tesis.

Índice

| | |
|---|-----------|
| Introducción | 5 |
| | |
| Capítulo 1. El inicio de la comunicación digital: surgimiento de las plataformas sociales, social media y redes sociales | 9 |
| 1.1 Surgimiento de las Redes Sociales..... | 15 |
| 1.2 Origen e historia de Facebook..... | 23 |
| 1.3 Redes sociales digitales e identidad..... | 32 |
| 1.4 La red social más popular a nivel mundial..... | 35 |
| 1.5 La presencia de Facebook en México..... | 37 |
| Conclusión. Los cambios traídos por las plataformas sociales..... | 40 |
| | |
| Capítulo 2. La inmersión vista como estado y un proceso mental | 44 |
| 2.1 La genealogía de la realidad virtual..... | 46 |
| 2.2 La realidad virtual por diferentes autores..... | 49 |
| 2.3 Realidad virtual: conceptualización..... | 55 |
| 2.4 Las ramas de la realidad virtual..... | 60 |
| 2.5 Teoría tradicional de la inmersión..... | 68 |
| 2.6 Los grados de la inmersión..... | 73 |
| 2.7 Teoría contemporánea de la inmersión..... | 75 |
| 2.8 Virtualidad..... | 78 |
| 2.9 El paso de lo virtual a la virtualidad..... | 80 |
| Conclusión. La inmersión, la virtualidad y lo virtual: un conjunto inseparable..... | 83 |
| | |
| Capítulo 3. Análisis de las experiencias vividas en Facebook expresadas por parte de los jóvenes usuarios | 87 |
| 3.1 Análisis de estudio cualitativo..... | 90 |
| 3.2 Cómo afecta la inmersión a los jóvenes usuarios de Facebook..... | 109 |
| | |
| Anexo | 112 |
| | |
| Fuentes consultadas | 159 |

Introducción

En el presente trabajo se estudió el tema de “Inmersión en las redes sociales digitales por parte de los jóvenes usuarios”. El objetivo consistió en conocer la manera en cómo se da este fenómeno, cuáles son los elementos que logran enganchar a dichos sujetos y cómo se lleva a cabo.

Para obtener una investigación satisfactoria se realizó un análisis cualitativo, enfocado en un *open group*, el cual se basa en reunir a un grupo reducido de personas y saber, de manera subjetiva, su punto de vista sobre algún tema en específico. Se organizó un grupo abierto de discusión en donde se citaron a 11 personas para que cada quien diera sus puntos de vista respecto a *Facebook*, esto con el objetivo de analizar sus respuestas y obtener una conclusión en donde se explicó de manera amplia la forma en cómo los jóvenes usuarios llegan al estado de inmersión.

Alrededor de todo el trabajo se utilizó el término “enganchamiento” como sinónimo de “atrapar”, o inclusive, “anclar”, porque es la manera en que los usuarios reaccionan una vez dentro de las redes sociales. Se sienten “atrapados”, “anclados”, “enganchados” por el contenido que están consumiendo.

Este estudio se realizó con el fin de explicar qué es la inmersión en las plataformas sociales, en donde el lector podrá conocer el inicio de ellas, el desarrollo y crecimiento de cada una a nivel mundial, así como también una amplia explicación sobre la inmersión, en dónde y cuándo inició para después enfocarlo a las plataformas sociales.

La comunicación ha cambiado a raíz de su digitalización: los usuarios son capaces de mantener conversaciones con personas que viven del otro lado del mundo, por ejemplo, logran contactar con gente de su pasado. Sin embargo, dentro de las redes sociales digitales

hay otras funciones las cuales logran atrapar a los usuarios: las fotos, los *likes*¹, los videojuegos², comentar en las publicaciones, los *memes*³, el poder compartir proyectos personales o grupales, entre otros. A través del uso de estas herramientas con las que se logra un enganchamiento con el usuario surge el fenómeno de la inmersión, donde la realidad virtual es pieza clave.

Los usuarios se olvidan de su entorno, ignoran todo aquello que pueda suceder al instante por estar enganchados en estas plataformas sociales⁴; para ellos, su realidad es lo que pueda suceder en *Facebook*; *Twitter*; *Instagram*, por mencionar algunas.

Es importante determinar si realmente las nuevas tecnologías son una amenaza para el entorno del usuario, pues es visto que los individuos que hacen uso de la realidad virtual o simulada están lo suficientemente inmersos en ellas que no logran ver con claridad lo que sucede a su alrededor, o, por lo contrario, se ha convertido en una herramienta más para expandir la comunicación hacia cualquier parte del mundo y la oportunidad de tener nuevas experiencias. Todo esto con base en investigaciones vistas desde diferentes autores y del análisis del comportamiento de algunos usuarios.

1. *Likes*: O también conocido como el botón de “Me gusta”, se utiliza para indicar a otros usuarios que la publicación que realizaron es agradable.

2. Videojuegos: Herramienta que ofrece *Facebook* para que sus usuarios tengan más opciones de entretenimiento y no solamente sean fotos o publicaciones.

3. *Memes*: El contenido visual (y ahora también audiovisual) es capaz de representar a un conjunto de signos de carácter expresivo. Dicho contenido es compartido de forma frecuente dentro de plataformas como *Facebook* y llevado a otros entornos y aplicaciones dentro de Internet (Pérez, Aguilar, Archilla y Ernestina, 2014).

4. Plataformas Sociales: se les llama así a las aplicaciones con las que los usuarios pueden interactuar de manera virtual con otras personas usuarias y esto abre paso a las redes sociales digitales.

Dentro de este trabajo se habló sobre los inicios de las plataformas sociales, así como la manera en que se manejan actualmente, saber *qué* contenidos ofrecen y así tener cada vez más usuarios, principalmente *Facebook*, por ser la principal plataforma social a nivel mundial.⁵

Por su parte, Marie-Laure Ryan (2001) mencionó que la inmersión y todo su proceso es un tema interesante, ya que ha llevado a los usuarios a experiencias inigualables. Roberto Diodato (2011) manejó ideas más orilladas a la filosofía, entiende que la inmersión puede ser un estado consciente o no, dependiendo de la experiencia que el usuario tenga en el transcurso.

La inmersión no solamente surgió con la tecnología, también está presente cuando una persona dibuja, escribe, realiza alguna operación matemática, lee, entre otras actividades que requieran concentración (Ryan, 2001). El presente trabajo se enfocó solamente en la inmersión tecnológica con el fin de saber si realmente es un mal del siglo XXI, como lo afirmó la autora López-Pellisa (2015), o si es una herramienta más para expandir la comunicación y llevarle a los usuarios mayores satisfacciones, como *Facebook* que logra conectar a los usuarios desde cualquier parte del mundo.

Se analizó la inmersión en el mundo virtual (Ryan, 2001) desde el punto de vista tecnológico y fenomenológico (Diodato, 2011). El trabajo se enfocó principalmente en estas dos innovaciones tecnológicas debido a que es de principal interés conocer y estudiar

5. Inmersión: David Cuenca Orozco citó en su trabajo *Análisis del Proceso Inmersivo en los Entornos Virtuales Interactivos del Videojuego de Realidad Aumentada* (2018) a los autores Gálvez y Tirado (2016) quienes dicen que la inmersión recientemente se ha definido como el uso de determinadas tecnologías con el objetivo de configurar modelos que puedan crear la ilusión o la sensación de estar, vivir y habitar, dentro de un escenario construido por computadora.

el *cómo* y el *por qué* surge una inmersión por parte de los usuarios, la manera en *cómo* ellos se relacionan con su entorno a partir de esto y saber *cómo* es su experiencia una vez inmersos, es decir, el sentido de “presencia” a través del cual el usuario se siente corporalmente conectado con el mundo virtual.

Se sabe instintivamente cómo es la interactividad en un programa de ordenador (introducir datos y recibir datos nuevos), sin embargo, no es fácil explicar lo que significa estar inmerso en un mundo virtual y cómo es que la tecnología digital y el diseño de las interfaces pueden impulsar hacia este tipo de experiencias.

CAPÍTULO 1

El inicio de la comunicación digital: surgimiento de las Plataformas Sociales, *Social Media* y Redes Sociales

Dentro de este primer capítulo se investigó cuál fue la plataforma digital pionera en dar pie a la comunicación digital. Tiempo después se extendió esta idea y se crearon más plataformas para aumentar el nivel de comunicación, no solo a nivel nacional sino internacional. De igual manera, se averiguó la forma de funcionar de cada una de ellas para lograr su principal objetivo, el cual era el acercamiento virtual con otros usuarios. Finalmente se llegó al punto principal de este capítulo, conocer el surgimiento de *Facebook*, la primordial plataforma social del estudio de este trabajo.

Es importante definir desde un inicio el concepto de: “plataformas sociales”, “redes sociales” y “*social media*” para que así el lector se familiarice con el tema y logre tener una mejor comprensión sobre lo que se está hablando.

Actualmente, los usuarios hacen uso de las nuevas tecnologías (celulares, laptops, tabletas electrónicas) para mantener contacto con alguien o por mero entretenimiento. Dentro del libro *Prácticas comunicativas en entornos digitales* por Delia Crovi (2018), en el apartado *Un abordaje a las redes sociales digitales, los videojuegos, y los medios sociales*, escrito por David Cuenca Orozco (2018), mencionó que las redes sociales bien podrían entenderse más que como un conjunto de estructuras sociales, como una serie de plataformas electrónicas que reúnen dentro de sus interfaces diversos servicios de comunicación entre los que se encuentra, justamente el desarrollo de redes sociales.

Asimismo, consideró la posibilidad de que las redes sociales digitales llegasen a definirse como parte esencial de una noción más amplia, denominada “medios sociales”.

Como primera definición, una red social digital se entiende como una serie de herramientas o instrumentos útiles para la comunicación de diferentes asuntos por parte de sus usuarios (Trejo, 2015, citado en Covi, 2018). Las redes sociales digitales son “plataformas de Internet que agrupan a personas que se relacionan entre sí y comparten información e intereses comunes” (Murdoch5owicz, Marcon, Sylvestre & Ballestrini, 2010). Ambas definiciones describen a las redes sociales digitales como un conjunto de herramientas electrónicas las cuales posibilitan la interacción y la comunicación humana.

El principal objetivo de estas herramientas digitales consiste en entablar contactos entre usuarios, ya sea para reencontrarse con antiguos vínculos o para generar nuevos (Murdochowicz, Marcon, Sylvestre y Ballestrini, 2012). Se trata de un conjunto de plataformas electrónicas que permiten el desarrollo de redes o interacciones sociales. Es decir, les brindan la capacidad de articular un elaborado entramado entre ellos.

Cuenca (2018) citó a autores que explicaron la diferencia entre “redes sociales *offline*” y “redes sociales *online*”. Las redes sociales *offline* (también llamadas “tradicionales”) son aquellos entramados de individuos que se relacionan entre sí sin la necesidad de mediaciones electrónicas, mientras que las redes sociales *online* son aquellas que se establecen a través de medios electrónicos (Campuzano, 2011). Pueden integrarse, entre otras formas, a partir del uso de las distintas herramientas y servicios disponibles en las plataformas sociales (Campuzano, 2011). Esto indica que serán primero herramientas electrónicas para la comunicación en red (las tecnologías digitales), que redes de sociabilidad (Garibay, 2016).

En ese sentido, Cuenca (2018) señaló que un problema conceptual a propósito de las redes sociales digitales deriva del hecho de que se les entiende como un sinónimo de red social. Sin embargo, es posible dejar en claro que la noción de red social es un asunto distinto al de red social digital, tal como lo especifica Campuzano (2011) al distinguir red social en línea y red social fuera de línea. Como ya se refirió, las redes sociales en línea consisten en las redes sociales que usan la tecnología para establecer puentes comunicativos, mientras que las redes sociales fuera de línea consisten en los entramados entre personas que se realizan sin necesidad de artefactos electrónicos.

Cuenca (2018) explicó que las redes sociales pueden ser tanto en línea (redes por medio de plataformas electrónicas) como fuera de línea (redes sociales tradicionales). Mientras que las redes sociales digitales serían, primero, las plataformas de comunicación capaces de permitir la articulación de redes sociales en línea y luego, redes sociales en línea.

Ejemplificando el párrafo anterior, una red social se presenta cuando dos o más individuos se conocen en una fiesta, ellos comienzan a platicar y a “conocerse” (red social), después de haber mantenido una plática amena deciden intercambiar sus perfiles de alguna plataforma social para seguir en contacto. Una vez que se encuentran dentro de la plataforma empiezan a interactuar para no perder el vínculo, a esto último, según Cuenca (2018), se le conoce como “red social digital”.

Otro concepto a tratar es *social media* o “medio social”. La *Social Media*, o medios de comunicación sociales, consisten en una serie de herramientas digitales de comunicación, cuyos contenidos son generados precisamente por los mismos usuarios de dichos sistemas electrónicos (Kaplan & Haenlein, 2012), es decir, dentro de los medios sociales se crean e intercambian una serie de contenidos generados por los usuarios, los cuales van desde un

comentario, una publicación, un *meme*, un video, una fotografía, una imagen y hasta un guiño en forma de ícono. Cuenca (2018) mencionó que las herramientas de los medios sociales incluyen servicios como son los programas que permiten, entre otras cuestiones, conocer la influencia que cobra un determinado contenido, en otras palabras, se monitorea la popularidad y el alcance que llega a tener alguna publicación, encuestas, entre otras. Además, existen aplicaciones de medición del uso de redes sociales digitales, de servicios de geolocalización, etcétera.

La principal característica que define a un medio social es que, a diferencia de los medios tradicionales en donde el contenido se elabora generalmente por unos pocos emisores, dentro de los primeros, la información se genera mediante un grupo de personas o una comunidad la cual se encarga de interactuar mediante retroalimentaciones (Kaplan y Haenhlein, 2012).

Por ejemplo, el diario *El Universal*, suele informar constantemente a su audiencia a través de Facebook y otras plataformas digitales (Twitter, YouTube e Instagram), los usuarios dan su opinión sobre el hecho por medio de los comentarios de la publicación, y al encontrar puntos a favor o en contra del tema, se genera un debate entre ellos, así es como se da la interacción.

Cabe aclarar que, los ahora llamados medios tradicionales, difieren de los nuevos medios de comunicación por al menos cinco principios. El primero consiste en que, en los digitales, su representación es numérica, es decir, su codificación se realiza a través de un lenguaje digital. El segundo principio es su modularidad, su capacidad para presentar adhesiones y amalgamas entre sus objetos (imágenes, vídeos, audio, etc.) e interfaces. El tercer principio consiste en su automatización, tratan de eliminar la presencia del ser

humano a diferencia de los nuevos medios tradicionales que tienen que ver con su variabilidad, la posibilidad de representar sus objetos dentro de diferentes versiones y actualizaciones. Finalmente, el quinto indica que los nuevos medios permiten la transcodificación: el cambio entre formatos de sus distintos objetos (Manovich, 2006).

Aunque se puede pensar que un medio social y las redes sociales digitales son lo mismo, no lo son: ambos son sistemas electrónicos para la articulación de puentes comunicativos a manera de entramados (Campuzano, 2011). Sin embargo, Cuenca (2018) enfatizó en que, si se define a los medios sociales, es necesario incluir, además de las redes sociales digitales, a distintas plataformas tecnológicas diseñadas para el envío y elaboración de contenidos.

Si bien los medios sociales figuran en entornos electrónicos en donde pueden incluirse las redes sociales digitales, también son interfaces electrónicas que alojan en su interior a otras plataformas como los *blogs*, los foros, los servicios de sindicación remota, los mapas, los sistemas de localización satelital, etc. (Garibay, 2016). Cuenca (2018) llegó a la conclusión de que con lo anterior puede decirse que una red social digital tendrá la capacidad para llegar a desarrollarse e incluso extender sus servicios, en parte gracias a la ayuda de las herramientas digitales con que cuentan los medios sociales.

Delia Covi Druetta, María de los Ángeles López Cruz y Rocío López González (2009), citaron a autores que ya trabajaron con estos conceptos y mencionaron que John Arundel Barnes y Nadel Siegfried Frederick las definieron como un “conjunto de lazos que vinculan a los miembros del sistema social a través, y más allá, de las categorías sociales y los grupos cerrados” (Wellman, 2000).

Carlos Lozares (1995) comentó que una “red social es un conjunto bien definido de actores individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etcétera, que están vinculados unos a otros a través de una o un conjunto de relaciones sociales”.

Linton C. Freeman (2000) señaló que las redes sociodigitales son una “colección más o menos precisa de conceptos y procedimientos analíticos y metodológicos que facilita la recogida de datos y el estudio sistemáticos de pautas, de relaciones sociales entre la gente”.

Clyde James Mitchell estipuló que son “un específico conjunto de lazos entre un definido conjunto de personas, con la propiedad adicional de que las características de estos lazos como un total pueden ser usados para interpretar los comportamientos sociales de las personas implicadas” (Mitchell citado en Lozares, 1995).

Crovi (2009) mencionó a José Luis Molina (2005), quien consideró que el análisis de las redes sociales está demarcado por dos rumbos: el sociocéntrico, en donde se observan y examinan las conexiones de todos los actores de un determinado grupo o grupos; y el egocéntrico, cuyo eje central es el individuo que establece lazos fuertes y lazos débiles (Granovetter citado en Molina, 2004).

Por esta razón, a las redes personales también se les denomina egocéntricas y se enfocan al estudio de las relaciones que establece un individuo con todos los integrantes de su entorno social. “Lo preponderante no es el lugar, la familia o el grupo, sino el individuo, a quien se le denomina *ego*, y es el nodo a partir del cual se construye una red al ser informante principal, mientras que el *alter* son los nodos o personas relacionadas con su ego, pero también representan fuentes de información” (Crovi, 2009).

“La idea central es que los individuos poseen un núcleo fuerte de lazos que está conformado por un reducido número de personas con quienes mantienen un contacto frecuente y son quienes les abastecen de información, recursos y hasta el soporte emocional que necesitan. Junto a ese lazo fuerte existen otras relaciones más débiles y especializadas que son los “conocidos”, que también forman parte de la red personal del individuo” (Crovi, 2009).

La mayoría de los usuarios agregan a sus amistades más cercanas a las plataformas sociales con quienes mantienen contacto frecuentemente y existe una relación más íntima que el hecho de comentar sus fotos o darles *like*. Y de sus “conocidos” solamente quieren saber de ellos a la distancia, sin necesidad de interactuar, solo a través de las publicaciones del otro.

1.1 Redes sociales digitales

Las redes sociales han sido aliadas de la inmediatez ya que gracias a ellas los usuarios se enteran de lo novedoso, de aquello que sucede minuto a minuto, ya sea en los lugares que suelen frecuentar o de lo que acontece del otro lado del mundo.

Noelia García Estévez (2012), mencionó en su libro *Redes Sociales en Internet*, que la primera plataforma social fue *Classmates*, la cual surgió en el año de 1995, y fue creada por el estadounidense Randy Conrads, esto con la finalidad de seguir en contacto con sus antiguos colegas de la universidad a la que él acudía (Universidad Estatal de Oregón); pronto se expandió por todo Estados Unidos, pero ya no continuó hacia otros países.

Por otro lado, el australiano Mike Walsh sostuvo que la primera plataforma social no fue un invento estadounidense, sino asiático. Para él, *Cyworld* fue la pionera de las redes sociales, creada en Corea en 1999.

Enfocándonos de nuevo en la cultura occidental, en 1997 el estadounidense Andrew Weinreich creó la red social *Six Degrees*, y a partir de ella surgieron más plataformas sociales, tales como: *AsianAvenue*, en 1997; *BlackPlanet*, en 1999 y *MiGente*, en 2000, estas tres se enfocaron principalmente a las personas asiáticas, negras y latinoamericanas, respectivamente.

En 1999 el estadounidense Brand Fitzpatrick creó *LiveJournal* (con el pasar del tiempo se fue abrevió solamente como LJ), el cual era un sitio de *weblog* (diario o bitácora digital) pero con herramientas propias de una plataforma social, y los usuarios lo solían utilizar como un tipo de diario *online*.

Para 1996, el sueco Rickard Ericsson inventó la plataforma social llamada *Stall Place*. En el 2000 la remodelaron y cambió a *LunaStorm*, la cual se enfocó solamente a adolescentes. Más adelante, se presentaron problemas económicos, lo cual orilló a *LunaStorm.es* a cerrar el 8 de agosto de 2010. Actualmente se ofrece una nueva versión de esta red social llamada *LunaStorm8*.

Posteriormente, en 2001, se lanzó *Ryze.com* como una plataforma para ayudar a hacer contratos (o también conocido como *networking*) y aumentar la red de contactos profesionales.

De forma paralela aparecen *Tribe.net* y *LinkedIn*, ambas en 2003. Y es precisamente en este año, 2003, cuando las plataformas sociales se empiezan a consolidar, especialmente con el nacimiento de dos redes de gran éxito: *Friendster* y *MySpace*. La primera fue lanzada en marzo de 2003 y en pocos meses alcanzó tres millones de usuarios.

Sin embargo, dicha popularidad no impidió que el sitio desarrollara dificultades técnicas y sociales que causaron una impresión negativa en la opinión de sus usuarios. Se convierte así en un hito de las redes sociales online definido por *Chafkin* (2019) “una de las mayores decepciones en la historia de Internet.

En agosto de ese mismo año aparece, en el cada vez más amplio mercado de las plataformas sociales de Internet, *MySpace*. el cual pronto se convirtió en el sitio de moda entre los adolescentes estadounidenses. Fue uno de los principales sitios de redes sociales hasta que *Facebook* hizo su entrada en febrero de 2004.

De acuerdo con Noelia García Estevéz (2012), dicha plataforma sociodigital, creada por el joven estadounidense Mark Zuckerberg estudiante de la Universidad de Harvard, se ha convertido en la verdadera eclosión de las plataformas sociales a escala mundial. Con más de 750 millones de usuarios activos en agosto de 2011, *Facebook* parece ser el líder indiscutible en el campo de las plataformas sociales de carácter generalista, según el portal *New Statesman* (2010).

De igual manera, García Estévez (2012) investigó acerca del origen de *Twitter*, la cual surgió a inicios de 2006. Técnicamente, no es una red social, pues ésta es más un *microblogging*, un servicio que permite a los usuarios enviar y publicar mensajes breves. En dicha plataforma social, los usuarios eran limitados a 140 caracteres, y en lugar de ser

llamados “amigos” son nombrados “seguidores”. La popularidad de *Twitter* se incrementó tanto que en marzo de 2010 hubo un aumento de 1.500% y el personal se quintuplicó. Para 2017, *Twitter* extendió a 280 los caracteres permitidos.

Google decidió renovarse tras haber fracasado con *Google Buzz* (la cual fue inventada como una red social y se añadió a Gmail) y *Google Wave* (se creó para uso profesional), y fue en junio de 2011 que llegó *Google +* a internet. No se utilizó el término de “amigo”, acuñado por *Facebook*, se prefirió el de “*circles*”. Estos “*circles*” o “círculos” le dan la oportunidad al usuario de agrupar sus contactos por intereses comunes.

Lo llamativo de *Google +* es que se maneja de manera muy intuitiva y visualmente atractiva. Además ofrece herramientas muy interesantes con tal de competir con el gigante de *Facebook*, y se tiene un cuidado especial con los datos; la intimidad y la privacidad del usuario.

Diez años después, apareció en España una red social tan potente que fue capaz de competir con *Facebook*, fue nombrada *Tuenti*, nacida en 2006 por el estadounidense Zaryn Dentzel, quien vivió durante un tiempo en España. En un inicio, se pensó enfocar al público universitario, pero después se extendió por toda la nación española.

“Las redes sociales se seguirán expandiendo, y buscarán la manera de triunfar dentro de la sociedad; que se recurra a ellas, pero, sobre todo, pelear contra el gigante que es *Facebook* hoy en día. En julio de 2018 *Facebook* contó con cerca de 2.196 millones de usuarios activos en un mes a nivel mundial, siendo ésta la que encabeza la lista de popularidad” (Juan Carlos Mejía Llano, 2018). Dentro de las estadísticas que logró

recopilar Mejía Llano, *YouTube* se encuentra en el segundo lugar con 1.900 millones de usuarios activos en un mes, y en tercer lugar está *WhatsApp* con 1.500 millones de usuarios.

En el caso de México, la *Asociación Mexicana de Internet MX*⁶, detalla que, si bien la red social más importante en términos de consumo también es *Facebook*, la segunda plataforma más utilizada por los mexicanos es *WhatsApp*. Lo anterior sugiere que el empleo de tecnologías digitales en el país sigue la tendencia mundial (*Facebook*) y al mismo tiempo puede ubicarse una preferencia entre sus usuarios por otros sistemas de comunicación (*WhatsApp*).

Las redes sociales digitales, según Alberto Constante (2013), están conformadas de tal manera que uno pueda ahí mismo discutir, proponer, hacer movimientos, protestar, increpar, demostrar inconformidades respecto a un suceso, asociarse a un grupo en donde se comparte la misma idea.

Lo que se da en las redes sociales digitales es una forma de libertad absoluta, nada en apariencia controla la actividad: horario, elaboración temporal del acto, hasta llegar a la utilización exhaustiva del tiempo. ¿Quién controla todo esto? Se podría decir que nadie, se accede a cualquier hora, en cualquier sitio y las personas “chatean” en tiempo real con sus “amigos” de cualquier tema, suben fotos, fotografías y cambian sus preferencias.

Internet es un lugar en donde cualquier tipo de información que se suba a la web queda registrada. Un ejemplo de ello es la existencia de las historias de las redes sociales dentro de las mismas, así como también se puede encontrar biografía de individuos en internet; es

6. <https://www.asociaciondeinternet.mx/> (Actualmente no disponible. Consultado el día 26 de julio de 2019).

decir, las plataformas sociales también tienen una gran memoria, son como una huella dactilar, se encuentran historias de personas o eventos y biografías, los usuarios que han quedado atados a estas plataformas tienen constantes interacciones. Todo lo que se ha puesto, visto y silenciado se puede encontrar en las plataformas sociodigitales.

Las plataformas sociales abrieron la posibilidad a que los usuarios presentaran fragmentos de su vida ante el otro, ya que solamente se publicaban pedazos de la existencia de cada quien. Esto abrió camino a que se fueran explorando segmentos de realidad que eran desconocidos hasta ese entonces, como la realidad virtual, la velocidad, la comunicación instantánea y el *feedback* (retroalimentación) dentro de las prácticas entre usuarios.

La cultura de la simulación, según Constante (2013), ha logrado avanzar tanto que *Facebook* es solamente uno de tantos ejemplos que se tiene de ello. Tener una “vida aparte” dentro de la red permite que los usuarios proyecten historias y den a conocer fantasías propias (tanto intelectuales como afectivas dentro de un espacio nuevo).

Las plataformas sociales, como *Facebook* o *Twitter*, por mencionar algunas, han logrado tener un éxito tan grande que pocos usuarios serían capaces de renunciar a mostrar parte de su vida, de “subir” fotografías, frases, posicionamientos, expresiones, deseos e imágenes en la era de las imágenes.

“Las redes sociales han irrumpido en la vida de millones de personas sin importar su edad, sexo, condición social, religión o preferencia política” (Constante, 2013). De este modo, las redes sociales han arribado al mundo que conocemos con sus nuevas formas, con

sus nuevos males, con sus nuevos virus, atravesadas por la velocidad, por la diseminación de todo a todos lados.

Es cierto que las redes funcionan, y funcionan bien, pero una de las primeras vicisitudes que generan es una nueva comprensión de nociones que parecían darnos un mundo seguro, fundamentalmente de las nociones de espacio y tiempo en cuanto que en las redes están ante la simultaneidad, entre lo nómada y lo sedentario, entre lo local y lo global, la cercanía y la lejanía, la ubicuidad y la inmediatez, el hoy y el ayer, el mañana y el nunca o el posiblemente entre lo privado y lo público (Constante, 2013).

El uso de las plataformas sociales tiene grandes contrastes, al desglosar el párrafo anterior, se puede entender que el autor Constate (2013) se refirió a lo negativo que pueden traer consigo. Los usuarios se enganchan a las plataformas sociales y dejan unas cosas por otras: el entorno inmediato por el ambiente digital. La realidad virtual es efímera, pero justo eso es lo que logra que los usuarios se adentren a dicho mundo, debido a que constantemente hay actualizaciones, novedades que a los cibernautas les llama la atención.

Adriana Gil Juárez (2015) mencionó en su libro *Tecnologías sociales de la comunicación* que, con frecuencia, la emergencia de las nuevas realidades, de realidades paralelas, virtuales o simuladas, se ha visto como una amenaza al entorno, fuera de la virtualidad, como lo que ponía en peligro la autenticidad.

Después de unos años de analizar la manera en que ha funcionado la realidad virtual en los usuarios, es posible ver que no es así. No solo no se ha puesto en peligro el entorno, sino que se ha multiplicado gracias a estas nuevas tecnologías. No se ha anulado ni perdido sustancia, sino que han aparecido modalidades culturales nuevas: hibridaciones entre el

mundo no virtual y el mundo virtual que han hecho crecer y desarrollar vínculos entre dos mundos que hasta ahora se veían como realidades paralelas.

“Los usuarios caminan por museos, ciudades y casas virtuales sin que ello indique que la experiencia es menos real o no es auténtica. Simplemente se trata de otro movimiento que se da sobre otras condiciones y sobre un formato multimedia que transforma el acercamiento. Las realidades de los usuarios se recrean, duplican y a menudo friccionan en esta multiplicidad de espacios que habitan. Pueden recorrer, sin saberlo, el mismo espacio virtual a kilómetros de distancia, mientras que juntos, en la misma sala, pueden estar virtualmente a millones de años, o navegando por espacios en lenguas diferentes, uno por un museo de ciencia y otro por una página comercial de camisetas con motivos musicales” (Gil Juárez, 2005).

Dentro de la *web*, o también conocida como página electrónica o digital, las identidades de los usuarios son reducidas a lo que ellos son realmente en persona, la información es codificada en números, dígitos y sobrenombres (o también conocidos como “*nick names*”). Así también, las palabras que los usuarios lleguen a plasmar serán interpretadas por otros usuarios y tendrán respuesta por parte del otro.

Los cibernautas tienden a relacionarse en diferentes lenguas, a través de traductores o incluso logran crear nuevos códigos. Por medio de historias, caricaturas y a las variedades de códigos, las identidades de los usuarios se van multiplicando, así como sus nombres y sus características personales.

A grandes rasgos, Gil Juárez (2005) comentó que antes era fácil concebir al individuo, como su nombre indica (indivisible), íntegro, único, autónomo, racional, estable. Ahora es

sencillo encontrar una multiplicación de referentes y de originales, fragmentados, inestables, componibles con otras identidades.

Internet se convirtió en una tecnología inesperada, cotidiana, pero extremadamente importante en la conformación de aspectos como nuestra identidad. Los espacios virtuales alimentan la construcción de identidades, su movilidad, su fragmentación e innovación. Sin embargo, lejos de resultar una amenaza, anticipan una nueva forma de concebir la pertenencia, la identidad y la definición de comunidad.

Dentro de cualquier plataforma social, los usuarios harán visible aquellas partes de sus vidas que deseen mostrar a sus contactos porque, como ya se mencionó previamente, este tipo de espacios dan la oportunidad de imaginar la vida perfecta que se desearía tener. Por lo general, se muestran los sucesos buenos, aquellos que dejan un buen sabor de boca, pocas ocasiones se muestra dolor, sufrimiento, tristeza, sentimientos malos o negativos. Esa es la razón por la que acuden los usuarios a las plataformas, para distraerse y olvidar por un momento las situaciones difíciles.

1.2 Origen e historia de *Facebook*

Como se mencionó previamente, *Facebook* es la principal plataforma social dentro de los usuarios debido al gran impacto popular que ha tenido desde sus inicios. En este apartado se habló brevemente de su origen y la manera en cómo fue creciendo para llegar a ser el gigante que es hoy en día. Para desarrollar este contexto se tomó como base el libro *Facebook es el mensaje. Oralidad, escritura y después* escrito por Guadalupe López y Clara Ciuffoli (2012).

La evolución de *Facebook* se puede periodizar en cuatro momentos claves:

1. Una red de universitarios (2004-2006)
2. Una red pública (2006-2007)
3. Una red masiva y abierta (2008-2010)
4. Hacia una web social y personalizada (2010-2011)

1. Una red de universitarios (2004-2006)

Previamente se mencionó que en febrero del 2004 un grupo de estudiantes de la universidad de Harvard (ubicada en Estados Unidos) integrado por Mark Zuckerberg como figura principal, y sus cofundadores Dustin Moskovitz, Chris Hughes y Eduardo Saverin, crearon el sitio web *thefacebook.com*, con el objetivo de que los estudiantes de dicha escuela estuvieran conectados entre sí. El nombre fue inspirado en una publicación impresa que era repartida entre los alumnos de nuevo ingreso, en la cual se exhibía el perfil de los estudiantes y de las personas de la universidad.

En la universidad de Harvard son importantes los lazos comunicacionales dentro de la comunidad interna y el contacto que se instaura con el resto de los estudiantes es igual de importante como el aprendizaje formal. La unión dentro de Harvard se vio reflejada a las 24 horas de que se lanzó el sitio pues ya había mil personas sumadas al proyecto, y un mes más tarde la mitad de los alumnos crearon su perfil en la red. Tiempo después, el servicio se expandió en otras universidades prestigiosas como Stanford, Columbia y Yale. Debido a la alta popularidad, *Facebook* cerró ese año con un millón de usuarios activos.

A partir del 2005, *Facebook* agregó a su sitio a escuelas de clase media de Estados Unidos, así como de otras partes del mundo, redes de universidades internacionales y fue

así como se estableció el nombre de *Facebook*. Para diciembre de dicho año, *Facebook* ya contaba con 5,5 millones de usuarios activos y logró extenderse con la incorporación de redes laborales.

Durante el transcurso de estos años, empresas multimillonarias hicieron inversiones en dicha plataforma lo cual ayudó a que *Facebook* sostuviera su incremento. Entre ellas: Accel Partners, con una inversión de 12,7 millones de dólares, Greylock Partners con 27,5 millones de dólares y Meritech Capital Partners. Estas tres empresas se encargan de dar fondos a compañías en etapa inicial de crecimiento a cambio de recibir una participación accionarial. En 2006, *Facebook* hizo una alianza estratégica con Microsoft para la sindicación de anuncios publicitarios en la red.⁷

Desde aquel entonces *Facebook* ya era una plataforma de páginas personales que daba la oportunidad de crear grupos, esto se dio a partir de septiembre de 2004, y para octubre de 2005, ya se podían publicar fotos; en abril de 2006, se logró conectar a los usuarios a través de teléfonos celulares; y para agosto de 2006, ya era posible publicar notas.

2. Una red pública (2006-2007)

El siguiente paso que dio *Facebook* y le ayudó a crecer aún más fue la gran apertura de la red para las personas mayores de 13 años en septiembre del 2006, convirtiéndose en una red pública y gratuita. Aunado a esto, se abrió la entrada de anuncios en los perfiles y grupos, así como a la incorporación de nuevos servicios a la plataforma.

7. Fuente: <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>. Citado en: Guadalupe López y Clara Ciuffoli . (1999). Facebook es el mensaje. Oralidad, escritura y después. Argentina: La Crujía Ediciones.

“*Facebook* integró el *news feed* y el *mini feed*, servicios a través de los cuales se crea automáticamente una micropublicación por cada acción que un usuario realiza en su perfil (*mini feed*), que a su vez se publica en la página principal de todos sus amigos (*news feed*), volviendo innecesarios tener que entrar al perfil de cada contacto para conocer sus últimas publicaciones” (López y Ciuffoli, 2001).

Después de que *Facebook* cumplió dos meses de su lanzamiento a nivel mundial, y gracias a las nuevas herramientas implementadas como fue el *streaming* (posibilidad de poder escuchar música, ver un video o una película directamente de una página de internet o una aplicación móvil) personal (*news feed* y *mini feed*), dio otro gran salto al implementar la función de “compartir” (*share*) e “insertar” (*embed*) contenidos de otros sitios, por ejemplo, *YouTube*, una plataforma enfocada a compartir videos. A raíz de estos cambios, la plataforma incorporó el servicio de administración de las políticas de privacidad para cada usuario.

“Otro gran hito de esta etapa es la apertura de la plataforma de programación de *Facebook* para el desarrollo de aplicaciones de terceros. La primera API (Interfaz de Programación de Aplicaciones) fue lanzada en agosto de 2006 y constituye un paso clave porque disparó el crecimiento de aplicaciones hechas por desarrolladores externos (devenidos cocreadores de la plataforma), que dinamizaron el tráfico y la participación en la red. Hasta ese momento, *Google* (el principal buscador dentro de la red) ya era famoso por abrir sus API, pero con este gesto, *Facebook* fue pionero entre las redes sociales (López y Ciuffoli, 2012).

A partir de dicha etapa, *Facebook* era considerada como una de las plataformas sociodigitales más importantes, misma que iba creciendo cada vez más y al final del año 2006 contó con un total de 12 millones de usuarios.

Las cifras se duplicaron en el 2007, llegando a un total de 20 millones de usuarios activos en el mes de abril y para octubre ya eran 50 millones de usuarios, junto con ello se suman las nuevas aplicaciones a la plataforma.

En octubre de 2007, *Facebook* creó y lanzó al mercado su plataforma digital para darles a los usuarios la opción de acceder desde teléfonos móviles, y de la mano de *Microsoft* (sistema encargado de crear, desarrollar y proveer softwares para computadoras, servidores, dispositivos electrónicos y servicios) lograron ampliar la publicidad para abarcar mercados internacionales. La cúspide del éxito comercial de *Facebook* fue en noviembre del mismo año tras el lanzamiento de *Facebook Ads*, la plataforma de anuncios de *Facebook*.

3. Una red masiva y abierta (2008-2010)

El 2008 y 2009 fueron años de expansión para *Facebook*, los cuales fueron marcados por tres acciones: el inicio de una herramienta que ayudó a los usuarios a traducir el sitio, el lanzamiento de *Facebook Connect* y la creación del botón “Me gusta” (*like*).

Dentro de este periodo se les abrieron las puertas para que ellos mismos pudieran traducir la plataforma a diferentes idiomas. Esto le favoreció aún más al sitio e inicialmente fue traducido al inglés, francés, español y alemán durante el 2008. Hoy en día está disponible en más de 100 idiomas, gracias a la participación de más de 300.000 usuarios.

Debido a esto, el sitio tuvo más éxito y creció un cincuenta por ciento durante ese año.⁸ Para diciembre del 2008 se abre *Facebook Connect*, el cual consiste básicamente en que los usuarios pueden sincronizar su identidad con otros sitios o blogs y esto ayuda a otras páginas a conocer los gustos de los cibernautas y ofrecerles un mejor contenido.

Facebook continuó creciendo y agregó más servicios a la plataforma. Creó su chat, y amplió los controles de privacidad con el lanzamiento de las “listas de amigos”, a través de las cuales los usuarios pueden otorgar diferentes permisos y segmentar mejor la información que publican (López y Ciuffoli, 2012).

En el 2009, el sitio agregó una herramienta que logró que los usuarios tuvieran una mejor interacción entre ellos: “Me gusta” (*like button*). A raíz de esta acción, los usuarios tuvieron la posibilidad de expresar su gusto o acuerdo en las publicaciones de sus contactos en la red. Esto ayudó a que grandes empresas de negocios o páginas web de comercio pusieran más atención en *Facebook*. Se inició un interés mayor por el sitio como un medio de ayuda para conocer mejor los intereses de los clientes o para atraer más audiencia.

4. Hacia una web social y personalizada (2010-2011)

Dentro de este apartado se habló sobre el crecimiento de una experiencia de navegación más social y personalizada, esto referido a la estrategia del *Protocolo Open Graph* lanzado en abril de 2010, el cual permite el acceso a información cualitativa sobre los gustos y

8. *Facebook* pasó de 50 millones de usuarios en el 2007 a 145 millones en el cierre del 2008 (BussinerInsider,2012:<http://www.businessinsider.com/facebook-just-published-a-timeline-of-its-entire-company-history-2012-2>). Citado en: Guadalupe López y Clara Ciuffoli . (1999). *Facebook es el mensaje. Oralidad, escritura y después*. Argentina: La Crujía Ediciones.

preferencias de los usuarios. Su invención dio pauta al inicio de una nueva etapa y se abrió paso a un camino de transformación en relación con los usuarios con marcas, productos y servicios *online*.

El Protocolo *Graph* habilita la integración de cualquier sitio web con *Facebook*. A través de una integración relativamente sencilla el sitio se “transforma” en un “objeto” de *Facebook* con las mismas funcionalidades que una *fan page* o un perfil, de modo que los usuarios podrán suscribirse al sitio a través de la herramienta “Me gusta”, y éste podrá enviarles sus actualizaciones de manera automática.

A su vez, los administradores del sitio pueden acceder a las estadísticas de su comunidad para monitorear el comportamiento de los suscriptores. Esto implica que los sitios y aplicaciones sociales que utilicen el protocolo pueden acceder al “grafo social”, es decir, al mapa de contactos, gustos e intereses de todos los usuarios de la red, y compartir la información con los demás (López y Ciuffoli, 2012).

Para el 2010, *Facebook* lanzó una serie de *plugins* (se refiere a una aplicación relacionada con otra para agregar una nueva función que es generalmente muy específica) sociales para implementar en sitios de terceros, con el objetivo de trasladar la experiencia de los usuarios a otros sitios de la red.

Entre las nuevas creaciones estuvieron los botones “Me gusta” y “Recomendar” como alternativas para que cualquier sitio web se pudiera integrar a la plataforma. Al mismo tiempo entró en acción el “Feed de actividad” (*Activity feed*) el cual muestra en tiempo real la actividad de los “amigos” dentro de la plataforma.

La función central de los *plugins* sociales es generar una experiencia social y personalizada de navegación. La idea principal es que al navegar por la red se pueda compartir todo tipo de vivencias y recomendaciones acerca de productos, servicios y contenidos.

“El lanzamiento del *Protocolo Open Graph* marcó también el inicio de una nueva etapa en la relación entre *Facebook* y las compañías de medios de comunicación, quienes fueron las primeras en adoptar los *plugins* sociales en sus sitios web, incluyendo los botones “Me gusta” y “Compartir”, la posibilidad de “loguearse” en el sitio (*Facebook Login*) y comentar las noticias (*Comment Box*) con la identidad de *Facebook*” (López y Ciuffoli, 2012).

La plataforma social *Facebook*, continúa actualizándose constantemente, busca que el usuario tenga una mejor experiencia al navegar dentro de ella. Los últimos cambios más destacados que tuvo durante el año 2018 fueron:

- Realidad aumentada en anuncios: las marcas son capaces de crear contenido con el que los usuarios pueden interactuar y visualizar diferentes productos.
- Historias de *Facebook*: *Facebook Stories Ads* permite que las marcas o usuarios generen nuevas experiencias por medio de la opción de “historias” de la plataforma, las cuales constan de emitir un mensaje breve en imagen o video para sus “amigos”.
- Recomendaciones de *Facebook*: esta herramienta le ayuda a los usuarios a que se les brinde más opciones en cuanto a sus gustos e intereses.
- Pruebas de juegos: *Facebook* agregó *Playable Ads* dedicada para las aplicaciones de juegos, la cual permite al usuario “probar antes de comprar” y así el usuario pueda tener una mejor opinión sobre el producto que está por adquirir.

Estas actualizaciones son de las principales y de las más visibles que se han realizado y las cuales han tenido mayor impacto dentro de la plataforma. Dichas herramientas ayudan a que *Facebook* siga siendo la plataforma social más popular del mundo.

Con base en la información recopilada acerca de esta plataforma social, es notable cómo es que el sitio fue creciendo y agregando novedosas funcionalidades, dejó atrás su característica inicial de ser una red universitaria tras convertirse en un sitio público en donde los usuarios pueden consumir, publicar y compartir contenidos con diferentes personas. Se crearon los grupos, las páginas de comunidad, las páginas de fans, los sitios oficiales de empresas, marcas, celebridades, políticos y medios de comunicación.

El camino de la evolución de *Facebook* es el de la transformación de una red social en un medio de información y comunicación que aglutina usuarios/audiencia alrededor de contenidos y se sustenta en un modelo publicitario. La novedad que introduce es que el contenido es creado por los usuarios, a diferencia de los medios de comunicación tradicionales (López y Ciuffoli, 2012).

Hasta el día de hoy, *Facebook* ha logrado satisfacer los gustos y necesidades de los usuarios (en su mayoría) al crear contenido variado, también ha conseguido que empresas o instituciones tengan mayor interacción con sus clientes creando encuestas o actividades virtuales dentro de dicha plataforma social para que así los cibernautas sean más partícipes de las decisiones.

1.3 Redes sociales digitales e identidad

Dentro de las redes sociales, el conocer a más personas y poder relacionarse con ellas no es la única misión, estas también funcionan como reflejos idénticos o idealistas de los usuarios, pues ellos mismos dan una imagen de su personalidad, la moldean a su gusto y la presentan ante el mundo. Como se mencionó anteriormente, a raíz del crecimiento exponencial de *Facebook*, la comunicación y la manera de relacionarse con otras personas ha cambiado, así como también la forma en que los usuarios se van a presentar ante el mundo y moldean su identidad a su manera ya que *Facebook* es su tarjeta de presentación.

Para Gil Juárez (2005) las transformaciones tecnológicas suponen modificaciones comunicativas, sociales y culturales importantes. Entre éstas, se reflexiona sobre los cambios que experimenta la manera en que los usuarios se definen, se relacionan y conciben su identidad.

“En el transcurso de los últimos años, la popularidad de las redes sociales *on-line* ha propiciado el incremento del interés científico por ellas” (Wilson, Gosling y Graham, 2012, citado en Xavier Carbonell, 2014). Las redes sociales permiten a los usuarios disponer de su propia página *web* (*home page*), en donde se les permite crear un perfil para subir imágenes, hablar sobre su personalidad, de sus gustos e intereses y compartir cualquier tipo de información con su lista de amigos.

Son comunidades virtuales en donde se muestran datos en diferentes formatos (fotografías, vídeos, etcétera.) y otros usuarios pueden visualizar y comentar. De igual forma, los usuarios pueden visitar el perfil de sus contactos y opinar sobre lo expuesto. Los usuarios pueden ser parte de variados grupos dentro de una misma red social, hallando

múltiples comunidades o grupos de personas (Boyd y Ellison, 2007, citado en Xavier Carbonell, 2014).

El interés científico por las redes sociales se centra en aspectos sociales y psicológicos, siendo uno de los más estudiados la identidad y el género (Renau, Oberst y Carbonell, 2012, citado en Xavier Carbonell, 2014). Otros temas de interés son la privacidad, las relaciones de pareja, la soledad y, en menor medida, su posible capacidad adictiva (Xavier Carbonell, 2014).

Las redes sociales actúan como un espejo de la representación de la sociedad. En *Back et al.* (2010, citado en Xavier Carbonell, 2014) se resalta que las redes sociales *on-line* tienen bastantes fuentes de información personal que sirven como espejo de los diferentes entornos de la persona, como lo son pensamientos más íntimos, imágenes faciales, comportamiento social, etcétera.

El ambiente *on-line* incrementa las posibilidades de expresión, rendimiento y control de la información transmitida, es decir, los usuarios de las redes sociales pueden crear una o más personalidades *on-line* que les da el control de mostrar cualquier aspecto (Walther, 2017). Para Valkenburg, Schouten y Peter (2005), los adolescentes suelen experimentar con su identidad en Internet, por ejemplo, entablando conversaciones con extraños y observando sus respuestas.

Los múltiples perfiles están orientados a diferentes contactos (como lo son de una red social, en donde los contactos son laborales, y, por otro lado, existe el que está dirigido a amigos y familiares). Otros autores hablan acerca de identidades fragmentadas y del peligro que esto conlleva, especialmente para los adolescentes (Brivio Ibarra, 2010).

Las redes sociales le dan al usuario la oportunidad de formar y desarrollar personalidades alternas, posibles “yos”, principalmente en los jóvenes adultos (Gonzales y Hancock, 2010). Otros estudios indican que las redes sociales son utilizadas para expresar y crear una personalidad ideal (Back *et al.*, 2010; Manago, Graham, Greenfield y Salikman, 2008) el cual representa a la persona que al usuario le gustaría ser.

Dentro de las redes sociales, la identidad virtual es idealizada (en algunos casos) y dichos rasgos no existen precisamente en la personalidad real (Back *et al.* 2010). “En resumen, la identidad presentada en las redes sociodigitales no es “fragmentada” o “disociada”, sino que el individuo puede mostrarse de manera diferente en un entorno en línea y real, sin que ellos representen necesariamente una alineación” (Carbonell, 2014).

Para Marie-Laure Ryan (2001), el concepto de inmersión es fiel a lo que se entiende por realidad virtual, ya que el objetivo de la tecnología de la realidad virtual es conectar al usuario con una realidad simulada. Puede aplicarse a las novelas, las películas, las obras de teatro, la pintura figurativa y a los juegos de ordenador en los que el usuario interpreta el papel de un personaje dentro de una historia, pero no a las obras filosóficas, ni a la música, ni a los juegos abstractos como el ajedrez o el tetris, independientemente de lo absorbentes que puedan ser. La inmersión requiere un compromiso activo con el texto y una potente actuación de la imaginación.

Aquí se difiere respecto al último párrafo de Ryan (2001) pues en la música también hay inmersión, componer una canción requiere dedicación para la letra y para la composición instrumental de las melodías, los músicos pueden pasar horas concentrados creando sonidos y ponen a trabajar su imaginación para realizar una canción novedosa, este tipo de inmersión es una relación de compromiso activo con las letras y los sonidos porque también

se hacen historias dentro de la música. Al final del día, los instrumentos son aparatos tecnológicos creados a raíz de la necesidad de expresar emociones y/o pensamientos.

La inmersión siempre va a ir de la mano con un proceso de imaginación en donde la concentración es una de las principales aliadas y el único objetivo es crear historias o escenarios para mostrar a cierto público o simplemente para que el individuo conjecture en su mente una historia con base en lo que ve, lee o escucha.

1.4 La red social más popular a nivel global:

De acuerdo con Amanda Adame (2019)⁹, en el mundo existen varias decenas de redes sociales digitales, aunque son pocas las que atraen prácticamente todo el tráfico mundial, siendo *Facebook* la más utilizada en el planeta. A continuación, se muestra el reporte de las redes sociodigitales más usadas a nivel global:

1. **Facebook:** 2,271 millones
2. **YouTUBE:** 1,900 millones
3. **WhatsApp:** 1,500 millones
4. **FB Messenger:** 1,300 millones
5. **WeChat:** 1,083 millones
6. **Instagram:** 1,000 millones

9. Amanda Adame (2019). *Redes sociales más usadas en el mundo hispano: tips para crecer tu presencia y alcance social*. Abril, 2021 , de Hootsuite Sitio web:
<https://blog.hootsuite.com/es/redes-sociales-mas-usadas/#global>

7. **Twitter:** 326 millones
8. **LinkedIn:** 303 millones
9. **Skype:** 300 millones
10. **Snapchat:** 287 millones
11. **Pinterest:** 250 millones

Como se puede observar, las plataformas sociales digitales son grandes aliadas de la información y de la comunicación: los usuarios pueden expandir un mensaje de manera local, nacional y hasta internacional. Gracias a estas plataformas sociales y a internet, las personas se pueden mantener informadas a través de fuentes oficiales, pero en ocasiones también se presentan las “noticias falsas” (o también conocidas como *fake news*), la ventaja es que se puede investigar sobre el tema y corroborar o desmentir todo aquello que se dice. En pocas palabras, Internet es un privilegio.

“Lo que hay en *Facebook* son formas de comunicación hipermediáticas, que trascienden el medio, y que hace presencia en otras redes, en otros sitios, en otras plataformas digitales circulando por la red. Son procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se despliegan más allá de la plataforma, en un entorno caracterizado por una cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí”, (Carlos Scolari, 2008, citado en López y Ciuffoli, 2017).

Dentro de *Facebook* y otras redes sociales (*Instagram, Twitter, etcétera*) existe una relación la cual da la opción a sus usuarios de compartir el mismo contenido en sus diferentes cuentas sociales.

Además, desde el surgimiento de la publicidad dentro de las plataformas sociales, las marcas promocionan sus productos por medio de anuncios dentro de la misma plataforma, pero todo de acuerdo a los gustos de cada usuario, para esto *Facebook* vende información a las empresas para ayudarlas a conseguir compradores. Gracias a esta herramienta la información se logra expandir con mayor rapidez.

1.5 La presencia de Facebook en México

Según un estudio realizado por la revista *Forbes*¹⁰, México ocupa el quinto lugar con mayor cantidad de usuarios de Facebook a nivel mundial. “Con más de dos mil 100 millones de usuarios en el mundo, Facebook cumple 15 años de existencia, y México es el quinto país con más seguidores, con 85 millones”.

Dentro de la nota informativa, se citó a Fabián Romo Zamudio, director de Sistemas y Servicios Institucionales de la Dirección General de Cómputo y de Tecnologías de Información y Comunicación, de la UNAM, quien dijo “usada con libertad y responsabilidad, ésta, como cualquier otra red social, puede ser una estupenda herramienta; pero si se le usa indebidamente es un absurdo y un peligro”.

En el mismo contenido de *Forbes*, se le pidió su punto de vista a Gerardo Dorantes Aguilar, especialista en tecnologías de la información y comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS), y él dijo “sumada a Internet y a los demás avances

10. Forbes Staff . (Febrero, 2019). México, el quinto país con más usuarios de Facebook en el mundo. Abril, 2021, de Forbes Sitio web: <https://www.forbes.com.mx/mexico-el-quinto-pais-con-mas-usuarios-de-facebook-en-el-mundo/>

tecnológicos registrados en las últimas décadas, la red creada por Mark Zuckerberg cambió la manera de comunicarnos: ahora este proceso es más interactivo y se efectúa no sólo de los medios masivos a muchos individuos, sino de los individuos entre sí con otros grupos”.

Usualmente, la información que se ofrece dentro de las redes sociales es de fuentes dudosas y pocas veces se verifican. Romo Zamudió comentó que el problema más grande no es tanto lo que se le brinda al usuario, si no que éste lo crea.

Asimismo, Zamudió también comentó que “hay mucha información falsa, agresiva, de discriminación. Ha potenciado la comunicación, pero también actitudes o comportamientos no ideales para la sociedad”.

Con él coincidió Dorantes Aguilar, quien dijo que en esta red “circula el rumor en su máxima expresión digitalizada, y muestra de ello son las noticias falsas, también conocidas como fake news”.

“Gracias a las redes sociales nos enteramos de los movimientos de estudiantes y obreros para cambiar la situación política en su nación, en donde el Estado controlaba los medios de comunicación”, comentó Romo Zamudio.

Un aspecto que no favorece para nada a los usuarios es que, Facebook vende de manera indiscriminada la información de sus usuarios para que así las empresas puedan ir recopilando a sus clientes. La inteligencia artificial es la encargada de autoprogramar los patrones de consumo que van siguiendo los usuarios.

En la misma nota informativa, brindada por Forbes, Dorantes Aguilar, especialista en comunicación política, expuso que la venta de información no era tan criticada hasta que empezó a hacerse con datos de política, para las campañas electorales.

“Al respecto, Romo Zamudio indicó que por ello se ha tachado a Facebook de colaboracionista de algunos gobiernos; de haber tenido injerencia en procesos como el referéndum en Reino Unido para abandonar la Unión Europea (Brexit); y de incidir en los comportamientos de los votantes en las elecciones de Estados Unidos de 2016” (Forbes, 2019).

“Ante este escenario, subrayaron ambos especialistas, es imperativo discutir la regulación de los recursos en línea, pues están en juego aspectos como la privacidad, la protección de las garantías individuales, el derecho de asociación, la libertad de expresión y derechos de autor, entre otros” (Forbes. 2019).

“Romo Zamudio comentó que aunado a la reglamentación que se pueda establecer, está también la conciencia de los usuarios respecto a si lo que publican no daña a alguien, si es verídico e indispensable, o si aporta algo relevante a su red social” (Forbes, 2019).

Conclusión: Los cambios traídos por las plataformas sociales

Recapitulando este primer apartado, *Facebook* se ha mantenido a la cabeza de todas las plataformas sociales. Lo que inició como un proyecto dentro de una universidad se convirtió en la líder de la comunicación y socialización virtual a nivel mundial.

Como ya se mencionó previamente, los usuarios de *Facebook* incrementan cada año de manera masiva, debido a diferentes factores que se presentan dentro de la sociedad. Por ejemplo, en ocasiones, la presión social orilla a un individuo a no querer sentirse excluido de dicho ambiente y busca la manera de ser parte de esa realidad virtual.

Facebook es el gigante y el líder de las redes sociales digitales. Gracias a esta plataforma social y a las herramientas que brinda, las personas han logrado: darse a conocer, popularizar algún proyecto, y a su vez, expandirse; hacer una gran red de negocios a través de su herramienta de “marketplace”, inclusive, ya hasta encontrar pareja a través de *Facebook* es posible, por su nueva función llamada “*Facebook parejas*”.

Facebook analiza los gustos y necesidades de los usuarios, esto con ayuda de sus robots, que son quienes se encargan de organizar la información y después venderla, para que así los usuarios encuentren cada vez más cómoda dicha plataforma y regresen a ella una y otra vez. Así también, los mismos usuarios se encargan de estudiar qué es lo que la gente quiere o desea tener en sus vidas, y a partir de este punto, inician con el emprendimiento de su propio negocio.

Realmente, hoy en día, y en medio de una pandemia, muchos negocios no hubieran prosperado o ni siquiera iniciado de no haber sido por las distintas plataformas sociales y esta es una ventaja más y una ayuda que brindan. Por ejemplo, muchos usuarios iniciaron

con su negocio de cubrebocas, al ser uno de los objetos más utilizados en la pandemia por el Covid-19, y los comenzaron a vender por medio de las plataformas sociales. Gracias a esta oportunidad ellos encontraron la manera de solventar sus gastos.

Por otro lado, *Facebook* es capaz de generar adicción en los usuarios, en convertirse en una situación patológica, no sólo por el contenido que muestra, sino porque, al brindar las herramientas necesarias y suficientes, los cibernautas encuentran la manera de adaptarse a ellas y usarlas constantemente con más miembros de la comunidad, creando *social media*, y al momento de generar más contenido, por ende, la atención y la curiosidad es mayor.

“Hay detractores y defensores del uso de los ordenadores y del correo electrónico. Los primeros opinan que dificultan la relación entre las personas. Los segundos defienden que el contacto virtual ofrece indudables ventajas para las personas tímidas o cerradas, las cuales contactan con más facilidad con los otros ya que no se inhiben como cuando hay contacto visual. Hay que recordar que la comunicación virtual sigue haciéndose entre personas” (María José Recoder, 2003).

La comunicación ha cambiado con el paso del tiempo. Las personas ajenas a la realidad virtual y a las plataformas sociales podrían pensar que estas nuevas tecnologías solamente son una distracción y usadas como un pasatiempo, o una pérdida de tiempo, pero tras haber mencionado toda la información anterior, el lector pudo notar que realmente son dos grandes herramientas de la comunicación y brindan experiencias novedosas a los usuarios, así como ayudan a mantener informada a la población usuaria, pero también existe el otro lado, donde de ser manejadas incorrectamente al grado de llegar a perjudicar de manera mental y emocional a los usuarios.

Dentro de las redes sociales digitales hay un universo de contenido de cualquier tipo, para todos los gustos, para casi todas las edades, se dice “casi” debido a que *Facebook* consideró que la edad adecuada para hacer uso de su plataforma es a partir de los 14 años.

Debido al diverso contenido que existe, es posible que los usuarios se enganchen y olviden su entorno por minutos u horas. El contraste sigue presente entre el mundo del usuario y la realidad virtual, pues mientras unos se aíslan en las plataformas sociales digitales, en los videojuegos o el contenido que hay en los visores de realidad virtual; otros tantos huyen de todo esto debido al lado negativo que encuentran, como lo es el acoso cibernético (*bullying*) o las horas gastadas y deciden ocuparse en alguna otra actividad física.

Hablando de diferentes tipos de actividades que enganchan a los individuos, Ryan (2001) mencionó que la lectura es considerada como una experiencia inmersiva en donde el mundo de ficción consigue ser visto como una realidad autónoma, sin importar el lenguaje que manejan los personajes.

Es necesario que el texto logre crear un ambiente con objetos individualizados en el cual el lector, espectador o usuario logre adentrarse y así sea posible crear una relación. La lectura debe de cumplir con la creación del escenario de una acción narrativa para atrapar al usuario, aún si, el texto carece de la extensión temporal para que la acción se desarrolle dentro de un argumento.

La idea anterior funciona como una analogía de la identidad que tienen los usuarios al estar en *Facebook*. Este tipo de sitios les ayuda a los usuarios a idealizar su vida pues

cumple con lo que ellos buscan (admiración, popularidad, ovación, cercanía, diversión, etcétera) y crean un ambiente de bienestar.

Otra parte importante de recalcar es el papel fundamental que tienen los “amigos” o “seguidores”. Tras la retroalimentación de ideas y contenido las plataformas sociales se vuelven más entretenidas debido a la constante interacción que se tiene con otras personas, la inmediatez con que llegan los mensajes y a la creatividad que maneja cada plataforma. *Facebook* está más orientado a las publicaciones de texto, memes e información noticiosa, *WhatsApp* se enfoca en los mensajes de texto instantáneos, *Instagram* a fotografías y videos y *Twitter* a los textos cortos (máximo 280 caracteres), cada una de ellas se caracteriza por su interfaz.

Para ahondar más en el tema de la inmersión en las plataformas sociales por parte de sus usuarios, en el siguiente capítulo se investigó el punto de vista de otros autores y la metodología que usaron para tener sus propias conclusiones respecto al tema. Cada uno de ellos lo abordó desde una perspectiva diferente, desde la filosófica, patológica y tecnológica.

CAPÍTULO 2

La inmersión vista como un estado y un proceso mental

Una vez que se explicó el origen de las redes sociales y la manera en cómo han influenciado en la vida de los usuarios, el lector observó que las plataformas sociales son necesarias hoy en día, ya que no solo se ocupa de manera individual, sino también colectiva (empresas o instituciones hacen uso de ellas). De igual manera, se abordó el tema sobre el nacimiento y expansión de la plataforma social más popular del mundo: *Facebook*. Dentro de este capítulo, se habló sobre la realidad virtual y la manera en que influye dentro de la sociedad.

Ahora bien, de acuerdo con Susana Jiménez y Farré Martí (2015), la realidad virtual es una herramienta que crea ambientes tridimensionales generados por un ordenador. La esencia de la realidad virtual es su capacidad para “simular la realidad”, lo que lleva al usuario a percibirse dentro de ambientes virtuales y que logre interactuar con objetos incluidos.

La sensación de “estar inmerso en el ambiente de realidad virtual”, de “estar ahí, de juzgar como algo real la experiencia...” Es lo que se ha nombrado como el sentido o la sensación de *presencia*. Como ya se mencionó anteriormente, en el caso de *Facebook*, la interacción con sus “amigos” o “conocidos” les da ese sentido de *presencia*, así como también el contenido que ellos mismos generan (*social media*) para que el ambiente dentro de la plataforma sea más ameno.

Los términos *virtual* y *virtualidad*, dominan fuertemente una atracción sobre la imaginación contemporánea, esto debido tanto al lenguaje teórico como al publicitario,

pero las palabras se moldean de acuerdo a la manera en que el público las utilice, es decir, su significado tiende a caer en la ambigüedad con la frecuencia que llega a ser utilizada.

Dentro del vocabulario de *Facebook* existe la palabra “likear” (o dar “me gusta”) a alguna publicación o página, mandar “inbox” (o mensaje directo), o “compartir” (referente a una publicación). Este lenguaje surge a partir del nombre de las herramientas que la plataforma ofrece.

En la cotidianidad, dice Marie-Laure Ryan (2001), la palabra *virtual* recae en significados ambiguos, los que están entre a) “imaginario” y b) “relacionado con la informática” (existe un tercer significado, más filosófico, que no parece tener un uso popular tan relevante, el cual no menciona Ryan).

Al hablar de “mascotas virtuales” se es referido a las imágenes informáticas de animales de compañía que no tienen existencia corpórea, pero al mencionar la “tecnología virtual” no se alude a algo que no existe ni tampoco a un *software* informático. De acuerdo con la autora Marie-Laure Ryan (2001), la tecnología virtual fabrica objetos en tres formatos:

1. sentido óptico: lo virtual como ilusión
2. sentido académico-filosófico: lo virtual como potencialidad
3. sentido tecnológico: lo virtual relacionado con la informática

Los tres están relacionados con la realidad virtual: el *tecnológico*, porque la realidad virtual se crea a partir de datos digitales generados por un ordenador; el *óptico*, porque la dimensión inmersiva de la realidad virtual está basada en la percepción del mundo virtual como una realidad autónoma, lugar en el cual intervienen las propiedades ilusionistas del

medio; y el *académico*, porque la realidad virtual ofrece al usuario una variedad de posibilidades actualizables.

Los formatos que conforman a *Facebook* son: tecnológico y óptico. La primera fue la base para el nacimiento de la plataforma, con sus debidos algoritmos llegó a ser creada y constantemente se renueva para mejorar las experiencias de los usuarios; la segunda debido a que los usuarios logran percibir a *Facebook* como una realidad alterna, en donde la mayor parte del tiempo se sienten cómodos e identificados con el contenido que se maneja.

2.1 La genealogía de la realidad virtual

La historia de la realidad virtual va de la mano con la de la Representación, el Arte, la Tecnología, la Ciencia, la Religión, la Literatura, el Teatro y el Cine. Teresa López-Pellisa (2015), se dio a la tarea de realizar un breve recorrido a través de la aparatología que posibilitó la actualización de un concepto que se remonta a las primeras pinturas sobre los relieves de las cuevas prehistóricas, cuando los primeros hombres intentaban emular la tridimensionalidad del mundo real sobre la bidimensionalidad de la pared de la cueva.

La realidad virtual, en sentido estricto, como aquella simulación sintética multisensorial y envolvente con la que los usuarios interactúan, no aparece hasta el siglo XX, con el desarrollo de las nuevas tecnologías informáticas.

Teresa López (2015) utilizó como ejemplo la metáfora de la caverna que aparece en *La República* de Platón:

“Imagina una especie de cavernosa vivienda subterránea provista de una larga entrada, abierta de luz, que se extiende a lo ancho de toda la caverna y unos hombres que están en ella desde niños, atados por las piernas y el cuello de modo que tengan que estarse quietos y mirar únicamente hacia delante, pues las ligaduras les impiden

volver la cabeza detrás de ellos, la luz de un fuego que arde algo lejos y en plano superior, y entre el fuego y los encadenados, un camino situado en alto; y a lo largo del camino suponte que ha sido construido un tabiquillo parecido a las mamparas que se alzan entre los titiriteros y el público, por encima de las cuales exhiben aquellos sus maravillas” (Platón, 2001).

La autora recurrió a esta metáfora porque plantea una cosmogonía icónica: el ser humano vive en un mundo virtual, rodeado de imágenes y signos que representan una suprarrealidad inteligible que no está a nuestro alcance.

Actualmente, es casi imposible que la sociedad viva sin esta cosmogonía icónica, debido a que los humanos han crecido rodeados de todo un mundo visual, además de ser una herramienta importante dentro de la comunicación con la cual se logra transmitir mensajes de manera rápida. En esta caverna, términos como *iconosfera* (Gilbert Cohen-Séat) o *semiosfera* (Yuri Lotman) son pertinentes ya que designan un mundo de signos, imágenes y representaciones.

Otra analogía que rescató la autora es la que existe entre el mito platónico y el cinematógrafo, ya que las primeras experiencias de los espectadores con el cinematógrafo fueron similares a las de los prisioneros de la cueva y a las de los primeros usuarios informáticos: Máximo Gorki describió que su primera experiencia cinematográfica fue como “una vida carente de palabras y despojada del espectro de los colores vitales: una vida gris, muda, desolada y lúgubre” (Gubern, 1996) lo cual bien podría asimilarse a las *sombras* platónicas percibidas por los prisioneros de la caverna.

López-Pellisa (2015) mencionó que la realidad virtual aparece como una iconosfera que propone no solo un entorno visual, sino también interactivo. La diferencia básica entre estos dos entornos radica en que anteriormente los prisioneros de la caverna de Platón no

tenían conciencia de que otro mundo existiera al margen del simulado, pero el usuario del siglo XXI tiene conciencia de estar introduciéndose en otro nivel de simulación. Por tanto, tiene la elección de convertirse en un prisionero de la simulación digital, o mantiene una postura *hacktivista*, con interacciones sociológicas, culturales y políticas de la relación entre los diversos niveles de simulación (ya sean virtuales o digitales).

Aunque en el párrafo anterior se mencionó el hecho de que el usuario tiene conciencia de la inmersión, en ocasiones, ya ni siquiera lo piensa, es una acción que realiza de manera inconsciente. En pleno siglo XXI, las nuevas tecnologías se han vuelto herramientas necesarias y/o adictivas para el ser humano, esto por las emociones que logra causar en el individuo o por la basta comunicación que estas alcanzan a nivel mundial.

El usuario, según Teresa López (2015), es sumergido por la realidad virtual en un entorno digital en el que las imágenes son el medio de comunicación, el lugar habitado y las herramientas (iconos) a través de las que nos manejamos. El mundo icónico de Platón se asemeja al entorno de *comunicación postsimbólica* que Jaron Lanier (2006) definió como un intercambio de imágenes y sonido para las comunicaciones del futuro a través de la red.

El contenido de *Facebook* se crea de manera escrita pero la mayoría de veces se opta por añadir imágenes, esto por el impacto que llegan a tener, como son: los memes, imágenes con frases motivacionales, fotoperiodismo, fotografías de los propios usuarios, de celebridades, de lugares, de objetos, etcétera, con el fin de que el mensaje se logre transmitir sin tergiversar la idea central que se pretende comunicar.

2.2 La realidad virtual por diferentes autores

Una vez que se habló acerca de las redes sociales digitales desde sus inicios hasta la manera en cómo siguen funcionando hasta el día de hoy, el panorama es más amplio acerca de las múltiples funciones de ésta y de la manera en cómo se han expandido por todo el mundo.

El proceso de inmersión podría llegar a ser algo “patológico” debido a que los usuarios suelen aislarse de su *entorno**, pero en ocasiones esta inmersión es necesaria. Por ejemplo, existen empresas o instituciones en donde hay empleados dedicados exclusivamente al manejo y monitoreo de las plataformas sociales, pues es otro medio que utilizan para tener contacto más cercano con sus clientes o usuarios, y es necesario saber qué es lo que buscan en sus productos o servicios. Se vuelve patológico cuando el usuario dedica bastantes horas a estas plataformas por gusto propio, por necesidad y se vuelve parte de su rutina.

Naief Yehya (2015), quien escribió el prólogo del libro *Patologías de la Realidad Virtual* escrito por Teresa López-Pellisa (2015), mencionó que en un tiempo en que la mayoría de los vínculos, relaciones y contactos que se tiene con los semejantes pasan a través de los dispositivos de comunicación y entretenimiento que se llevan en el bolsillo y se consultan de manera insistente, compulsiva (patológica, según Yehya), resulta muy fácil perder de vista el papel que juega la tecnología como intermediaria y en cambio se ve como interlocutora.

*Se habla de *entorno* cuando se menciona el concepto de *realidad*, debido a que hay diversas definiciones de dicho concepto y no se pretende desarrollar la idea bajo la ambigüedad del mismo.

En su libro *Brandwashed*, Martin Lindstrom (2011) explicó que estudios neurológicos han demostrado que lo que los usuarios de teléfono celular sienten por sus *iPhones* o *Androids* es una emoción que en nuestro cerebro se manifiesta de forma idéntica que el amor. Cada vez es más claro que hoy en día las relaciones sentimentales con los dispositivos tecnológicos materiales o inmateriales han dejado de ser una extraña perversión para volverse la nueva normalidad.

Tan lejos ha llegado la obsesión hacia estos aparatos tecnológicos que los usuarios podrán olvidar o perder cualquier objeto antes que su celular; lo llevan a todos lados: al trabajo, a la escuela, a las reuniones con sus amigos, en casa están todo el tiempo con él, mandando mensajes, jugando, tomándose fotos o checando alguna plataforma social. En este caso, no es visto como una herramienta, sino como una necesidad.

Naief Yehya (2015), continuó con la idea de que, a partir de la democratización y masificación de Internet, la realidad se ha desdoblado como un extraño origami que se descompone en numerosas superficies, pliegues y ángulos aparentemente incongruentes, lo cual ha creado un rompecabezas abstracto que de contraerse podría volver a su representación original.

No parece haber retorno a la realidad monolítica del pasado. Sin duda, la humanidad ha adquirido una vasta satisfacción por medio de las nuevas tecnologías, y una vez logrado esto, es poco probable que los usuarios quieran regresar a aquel pasado en donde había otro tipo de entretenimiento.

“Lo que se experimenta como realidad son experiencias fragmentarias, vivencias discontinuas, una colección de dimensiones contiguas, vecinas pero distintas, universos

eslabonados, antagónicos, bizarros y caleidoscópicos. Las comunicaciones digitales dieron lugar a espacios de convivencia; los cuales, más que simples canales o tableros de mensajes, eran dominios versátiles, interactivos y de una riqueza formidable. Esos territorios artificiales invitan al descubrimiento y la exploración, a la colonización y la conquista. Así, de pronto, los usuarios se encuentran habitando varios mundos simultáneamente, la cotidianidad se duplica o multiplica por factores correspondientes a los intereses, ambiciones, perversiones y delirios” (Yehya, 2015).

Esta acción es fácil de observar en el transporte público, centros comerciales, restaurantes, parques, o cualquier lugar público en donde normalmente se suele acudir con otra persona (o más de una) y de repente alguien de ellos revisa su celular para checar alguna plataforma social o algún juego. Es en este punto cuando llega un aislamiento hacia el entorno, pues el usuario se concentra en lo que ve, lee o escucha, y es aquí cuando habita dos mundos al mismo tiempo: mientras hace una actividad físicamente también se dedica a revisar el contenido a su celular y toda su atención está enfocada a dicho aparato tecnológico.

Yehya (2015) continuó con la idea de que estos sistemas tienen tal poder sobre nuestra imaginación que nos hacen considerar que el cuerpo es desechable, un envase frágil que bien podría sustituirse o abandonarse para habitar por siempre en un paraíso infinito de inagotable riqueza, donde el único riesgo sería quizás padecer del síndrome de las extremidades fantasmas extendido a todo el cuerpo.

Paradójicamente, los teléfonos inteligentes han pasado a convertirse en prótesis, extensiones del ser que, como los miembros amputados, son capaces de provocar estímulos

fantasma y vibraciones cuando están inertes y en silencio o incluso cuando no se traen consigo.

Esto es visible cuando los usuarios de teléfonos celulares los checan constantemente, y no precisamente por cuestiones laborales o académicas, sino que tienen la idea de que reciben notificaciones de manera frecuente y en ocasiones alucinan con recibir alguna de ellas, sienten una vibración “fantasma”, aunque su teléfono esté en silencio o simplemente llegan a sentir ansiedad si no lo checan.

Roberto Diodato (2011) escribió en su libro *Estética de lo Virtual* que esta situación de la persona en un ambiente virtual es paradójica: la misma identidad, el mismo “yo” del usuario es al mismo tiempo sin cuerpo e hipersensible: para encontrar un cuerpo “ligero” es necesario dotarse de un cuerpo “pesado”, es decir, acentuar tecnológicamente las capacidades del cuerpo orgánico.

En relación *cuerpo humano-cuerpo virtual* no opera una represión de la corporeidad, dando lugar a una mente-mirada no encarnada capaz de experimentar productos mentales que parecen sensibles solo por medio de prótesis tecnológicas.

Los ambientes virtuales con sus cuerpos “pesados” que se relacionan con cuerpos “ligeros”, tienden a exaltar la diferencia y la conciencia de la diferencia con las habituales relaciones cuerpo-ambiente. Por lo tanto, el usuario está consciente de percibir un espacio imaginario, no tiene la percepción de experimentar una realidad desmaterializada sino una realidad que se siente como “otra”, diferente y en cierta medida parecida a un producto de la imaginación.

Yehya (2015), opinó que el tiempo del *wifi*¹¹ y las redes sociales es uno de ambigüedad sin precedentes, de gratificación instantánea y rigidez fanática, de total apertura y mitomanía esclerótica, de pasmoso egoísmo y estridente solidaridad, de vulnerabilidad inquietante y fortaleza sobrehumana.

En este periodo la cultura se encuentra en un proceso de implacable e irreversible conversión en tecnocultura debido a la convergencia mediática y a que las plataformas de acceso a los materiales creativos, informativos y de entretenimiento se digitalizan vertiginosamente mientras los formatos no electrónicos van siendo desplazados sistemáticamente. Este fenómeno tiene un poderoso impacto en la mente del consumidor, usuario y simple ciudadano, ya que para no caer en la obsolescencia debe recablear su mente con el fin de adaptarse a los nuevos medios de lectura, acceso y apropiación.

A los usuarios que se les complica entender de manera correcta el uso y funcionamiento de las nuevas tecnologías son las personas de edad madura (en su mayoría), debido a que ellos no crecieron con dichos dispositivos, pues en su época utilizaron objetos diferentes, no tan avanzados; los jóvenes de hoy saben manejar a la perfección dichos aparatos, pues se puede observar que desde niños se les da un celular o una tableta electrónica para que se distraigan y eventualmente aprenden a utilizarlos.

La posibilidad de manipular la propia perspectiva, según Diodato (2011), convirtiéndola en un lugar de experiencia se conjuga con la posibilidad de aprender por inmersión, hasta consentir en grados diferentes, la apropiación de puntos de vista de otros usuarios.

11. *Wifi* o *Wi-Fi* es una abreviación de la marca "*Wireless Fidelity*", que en inglés significa 'fidelidad sin cables o inalámbrica'.

Esto comporta radical y generalmente, la crisis de la estabilidad de las capacidades del propio cuerpo y su redefinición a través de las relaciones entre prótesis tecnológicas y cuerpos virtuales.

Diodato (2011) dijo que los cuerpos virtuales no deben ser comprendidos como representaciones de la realidad sino como realidades construidas de forma esencialmente distinta a aquellas constituidas por la participación circular del cuerpo vivo con el mundo.

Los cuerpos virtuales, gracias a la percepción-visión, atraviesa el cuerpo y se convierte en gesto, movimiento del cuerpo, eventualmente mediado por instrumentos de reproducción analógica, y, por lo tanto, imagen. Los cuerpos virtuales son más bien “ventanas artificiales que dan acceso a un mundo *intermediario*”.

Visto de manera contraria, de acuerdo al análisis de Yehya (2015), a esta situación se le debe de sumar una sensación de confusión, de bipolaridad o, como lo llama López-Pellisa (2015), de esquizofrenia nominal provocada por vivir y convivir simultáneamente en el *carnespacio* y en el no-espacio, en la construcción imaginaria que se erige sobre nodos y montañas de códigos.

Se recorren *dominios*, se visitan *muros* y se navega por *páginas* tan reales y casi tan palpables como la materia que rodea el otro lado de la pantalla, pero tan inmateriales como un relato fantástico, un sueño o una ecuación. La vida en línea es tan auténtica que establece relaciones de valor entre el usuario y los “contenidos”, por tanto, tiene un enorme poder transformativo (Yehya, 2015).

Las grandes fortunas de nuestro tiempo se han hecho del acopio, control, manipulación y especulación con masas gigantescas de información. Estos simulacros tienen además el

poder de extenderse más allá de sus aparentes fronteras, de romper con los límites que los demarcan y producir un efecto de metástasis al colonizar o infectar los ámbitos de lo real, al impregnar espacios materiales y absorberlos dentro de ficciones digitales (Yehya, 2015).

Ahora bien, hay usuarios que a pesar de tener cuentas en las diferentes plataformas sociales no les dan prioridad y solo las ven como mero entretenimiento o, en algunos casos, como una pérdida de tiempo, y, por otro lado, también existe la otra contraparte, los usuarios que “viven” dentro de las plataformas sociales, la mayoría del tiempo las checan y tienen constante interacción.

2.3 Realidad virtual: conceptualización

Teresa López (2015) inició el primer capítulo de su libro cuestionando qué es la realidad virtual. Separó las palabras y las definió de acuerdo al Diccionario de la Real Academia Española (DRAE): *realidad* como “existencia efectiva de algo”, “lo que ocurre verdaderamente” o “en contraposición con lo fanático e ilusorio”.

El DRAE (2002) definió lo *virtual* como aquello que se encuentra en “oposición a lo efectivo o real” y que “tiene existencia aparente y no real”. La Real Academia Española ha integrado el término de *realidad virtual* como “la representación de escenas, imágenes u objetos producida por un sistema informático que dé la sensación de su existencia real”.

La autora se basó en la terminología de Antonio Rodríguez (2004) de las Heras sobre la distinción entre *espacio virtual*, *espacio digital* y *espacio real*. Por tanto, el *espacio virtual* es aquel generado por la actividad cerebral del ser humano. Es el espacio entre el que transita el humano cuando imagina, cuando sueña, cuando se relaciona con el más allá,

cuando contempla un cuadro o abre un libro. Al realizar estas actividades el humano navega entre los conceptos de las abstracciones cognitivas, ve imágenes y percibe las sensaciones de lo acontecido. Teresa López (2015) entendió por *espacio digital* un tipo de *espacio virtual*, pero en este caso creado por la actividad tecnológica del hombre.

El *espacio digital* está producido por las nuevas tecnologías informáticas. Por *espacio real* o *natural*, Teresa López (2015) se refirió al lugar en donde el humano transita y se mueve habitualmente (haciendo a un lado todo tipo de cuestiones filosóficas). Por lo tanto, tras la exposición de la terminología aportada por Antonio Rodríguez de las Heras (2004) y las definiciones de las que la autora dispuso, determinó que la realidad virtual es una tecnología generada por la actividad tecnológica del ser humano, basada en la capacidad de crear la ilusión de simular el espacio real, a través de medio digitales.

Por otro lado, Diodato (2011) se basó en la afirmación de Kandinskij (2007): “Cada fenómeno puede ser experimentado de dos modos. Estos dos modos no son arbitrarios, sino ligados al fenómeno y determinados por la naturaleza del mismo o por dos de sus propiedades: exterioridad-interioridad. Un fenómeno puede ser vivido de cierta forma a distancia, puede ser percibido como “otro”, puede ser mundo, pero el mismo fenómeno puede de otra manera formar parte de nuestra vida, puede incidir en ella y manifestar en la visibilidad, su invisibilidad”.

Cada usuario de las plataformas sociales tiene experiencias diferentes, pueden ser positivas o negativas. Así como se mencionó en el trabajo de investigación, los participantes comentaron que suelen checar *Facebook* para desestresarse un rato, algunos ven memes, otros checan las publicaciones o fotos de sus contactos, o hablan con ellos a través de *Messenger*; para algunos de ellos resulta entretenido pasar más de un par de horas

dentro de la plataforma social porque encuentran diversión o algo de su interés, pero para otros tantos, esto termina siendo irritante debido a que cuando se dan cuenta de que gastaron más tiempo del planeado se sienten mal consigo mismos porque, según ellos, parte de esas horas las pudieron haber gastado en algo que los beneficiara.

Todo esto, según Diodato (2011), corresponde a experiencias comunes, tanto electivas como cotidianas: algo que se percibe se graba en la memoria y en la afectividad, entra a formar parte del interior primario e indemostrable y eventualmente regresa a la luz del mundo común a través de prácticas de varios tipos; otras cosas, como la masa de los fenómenos percibidos, al menos conscientemente, no.

Kandinskij (2007) sin embargo, no solo sostenía que el fenómeno podía ser vivido de dos maneras, interior y exterior, sino que esto puede darse en tanto que externo e interno son propiedades *del* fenómeno, del mismo *fenómeno*.

Esta posición se relaciona estrechamente con los “cuerpos virtuales”: en un cuerpo-ambiente virtual, en el que el espacio mismo es el resultado de una interacción, el mundo no acaece de la misma forma que en una toma de distancia sino en el sentido-sentimiento de la inmersión, y el cuerpo, en tanto que es percibido como “otro”, asume el sentido de su realidad, de su “efectualidad”, como incisión imaginaria, como producción de emoción y de deseo, a tal grado que la sensación de realidad transmitida por el ambiente virtual depende en gran medida de la eficacia con la que provoca emociones al usuario.

Desde este punto para Diodato (2011), “la realidad virtual puede producir una experiencia capaz de autenticarse sola”, pero en cuanto a la realidad, es decir, como una

alteridad respecto al usuario, como ambiente en el que puede interactuar, con cuerpos a los que puede manipular. Por lo tanto, el cuerpo-ambiente virtual es intermediario no sólo como mediación entre el modelo informático y la imagen sensible; antes que nada, es intermediario entre el interior y el exterior, extraño lugar en el que la frontera se convierte en territorio.

El autor reconoció que una de las cuestiones más debatidas en la ontología contemporánea es la distinción entre “cosa” y “evento”, y en relación con esto, la distinción entre concreto y abstracto. En un ambiente virtual, lo que es percibido por el usuario como “cosa” es en realidad un “evento”, la actualización provisoria de algo virtual, que existe solamente, en su actualidad, como función de relación interactiva.

Esto lleva a reflexionar sobre la necesidad de considerar de forma articulada el concepto de relación, y las nociones de “cosa” y de “evento” como nudos relacionales, sin que esto comporte ninguna desviación del tema a tratar, ya que lo virtual posee una actualidad propia más allá de la interacción (es real, precisamente en cuanto virtual).

En palabras de Roberto Diodato (2011), el cuerpo virtual, aunque no pueda ser reducido a una representación, no existe como cuerpo excepto en la interactividad, es decir, es un cuerpo metafísico que existe solamente al momento de la interacción, un objeto-evento: una acción (relación de interactividad) que es un cuerpo (cuerpo virtual) en cuanto posee las características que le solemos atribuir a los cuerpos. Se puede caer en la confusión con lo que es un aparato tecnológico, pero este es solamente el canal que el usuario utiliza para adentrarse a él.

El cuerpo virtual permanece en el tiempo a pesar de cambios de posición, dimensión, forma, color, pero a ciertas condiciones que conciernen su naturaleza interactiva, por lo que los cuerpos interactivos son eventos (relativamente) monótonos, pero solo bajo ciertas condiciones.

En el caso del cuerpo virtual el evento es un particular irrepetible, un *individuo* (es decir un sistema integrado) *concreto pero sutil*, constituido por la interacción de un cuerpo humano (por lo tanto, una red de mente-cuerpo) dotado de prótesis tecnológicas, y de una computadora implementada por un algoritmo (a su vez traducido en un lenguaje de programación).

Diodato (2011) dijo que un individuo concreto, ocupa exclusivamente un lugar, es decir, se trata de un cuerpo que admite a otros cuerpos en su lugar. Por ejemplo, puede ser atravesado por el cuerpo del usuario, y si un ambiente virtual es un cuerpo virtual calificable como un conjunto estructurado navegable de cuerpos virtuales, entonces un cuerpo virtual puede contener en su cuerpo a cuerpos virtuales: cuerpos que están en los cuerpos, interpenetrantes, como sombras, rayos, ángeles, fantasmas.

En este caso, las herramientas que contiene *Facebook* resultan ser esos cuerpos dentro de otro cuerpo, tal es el caso de Messenger, videojuegos, el espacio que es utilizado para comprar y vender objetos, Facebook Parejas, páginas, entre otros.

Para Diodato (2011), un cuerpo virtual ocupa una cierta porción en el espacio-tiempo, pero de forma no exclusiva, ya que el cuerpo virtual acaece en el espacio-tiempo de un cuerpo no-virtual; además multiplica su forma temporal: ¿cuál es su tiempo? Acontece en el momento de la interacción, pero entre sus condiciones de posibilidad, es más, justamente

porque es un cuerpo real, está el haber sido precedentemente escrito en un soporte material, en una memoria.

En otras palabras, la existencia de un aparato tecnológico resulta ser irrelevante hasta el punto en que los usuarios le dan ese peso y ese significado de existencia al momento de utilizarlos, pero al estar inmersos en el contenido que ellos están buscando, el objeto pasa a segundo plano, resulta ser solamente un puente para que los usuarios logren la inmersión en algo de su interés.

2.4 Las ramas de la realidad virtual

La realidad virtual tiene aspectos positivos y negativos, pero si algo debe de quedar claro es que la inmersión dentro de la realidad virtual es un estado de conciencia al que el usuario pretende llegar, independientemente si es en una plataforma social, un libro, un videojuego, etcétera, esto debido al placer que le llegan a causar de momento.

Las plataformas sociales tienen un rol de gran importancia hoy en día, y los mismos creadores han sabido saciar aquellas necesidades que el usuario está buscando. De inicio, los aparatos tecnológicos como los celulares o tabletas electrónicas brindan las herramientas para que los usuarios estén constantemente actualizados sobre su alrededor y lo que sucede en el mundo. La ventaja y desventaja de estos objetos es que, por el mismo hecho de ser portátiles, los usuarios tienden a desarrollar cierta dependencia, más que hacia el objeto, hacia las plataformas sociales, al contenido que logra enganchar al usuario.

En este punto se hace presente la *social media* (o “medio social”), en donde los cibernautas también crean contenido para hacer aún más entretenidas las plataformas

sociales. Sin embargo, tomar una postura sobre la realidad virtual sería extremista, debido a que los usuarios tienen todo el derecho a buscar distracciones que los ayuden a olvidar un mal día o simplemente un entretenimiento, el problema surge cuando algo que es visto como efímero se convierte en una situación monótona, al grado de ser patológica.

En palabras de Teresa López (2015), la realidad virtual es un entorno sintético, generado por gráficos computacionales, con el que los usuarios tienen la capacidad de interactuar y sentirse inmersos de un modo polisensorial en tiempo real. La realidad virtual es una interfaz humano-máquina que se basa en la capacidad de estimular y engañar a nuestros sentidos a través de la gráfica computacional.

Teresa López (2015) definió en qué consiste la tecnología de la realidad virtual; las principales características que encuentra son la sensación de inmersión en el entorno digital y la capacidad para interactuar con él. Dentro de la definición citó a Burdea (1996), quien sostuvo que la realidad virtual responde a la integración del trío INMERSIÓN-INTERACCIÓN-IMAGINACIÓN, así como el cubo tridimensional de David Zeltzer, en el que intervienen la autonomía, la interacción y la sensación de presencia (Jolival, 1995).

Las “tres I” (o la I³) se representan con la siguiente figura:

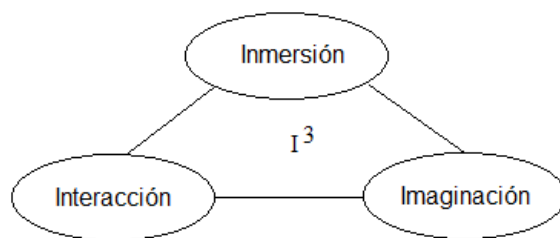


Figura 1.

(Teresa López-Pellisa, 2015)

A continuación, con base en el texto de Teresa López (2015) se desarrollaron las características expuestas y se incluye el concepto de simulación:

Inmersión

El *hardware*¹² se encarga de llevar al usuario a la inmersión con el objetivo de que perciba estar dentro de otra realidad. Esto se logra gracias a los variados periféricos de salida y de entrada (interfaces que le permiten al cibernauta sentirse inmerso en el entorno digital) los cuales están contenidos dentro del entorno digital y deben de cumplir con la función de estimular los canales sensoriales del usuario, como son: la vista, el oído, el tacto, el olfato y el gusto. Por medio de los múltiples dispositivos (periféricos) se le otorga al usuario la sensación de estar físicamente inmerso en el espacio digital.

Para llevar a cabo la simulación del espacio real fue necesario conocer cómo percibe el ser humano su entorno. Dicho lo cual, los investigadores se enfocaron principalmente en el sentido de la percepción, la localización de los objetos en el espacio a través del oído y la recreación de la sensación del peso de los objetos.

El *feed-back*, o bien, la respuesta sensorial del usuario respecto a la firmeza y la elasticidad de los objetos, además de los indicadores táctiles (los cuales son el peso, plasticidad, presión, etcétera) propioceptivos (sensación que tiene el usuario del estado físico de su cuerpo) y la percepción del sonido, son indispensables para generar la sensación de presencia y potenciar la inmersión.

12. El término *hardware* proviene del inglés y significa “partes duras” y su uso se ha adoptado en el idioma español sin traducción, siendo utilizado para aludir a los componentes de carácter material que conforman un equipo electrónico. Fecha de actualización: 10/07/2019. Cómo citar: "Hardware". En: *Significados.com*. Disponible en: <https://www.significados.com/hardware/> Consultado: 21 de noviembre de 2019.

Diego Levis (1997) consideró que es posible distinguir tres fases en el desarrollo de la tecnología de realidad virtual: *pasiva* (entornos inmersivos no interactivos en los que se puede ver y oír, pero no manipular y controlar el entorno digital que puede estar en movimiento), *exploratoria* (se puede navegar en el espacio digital como ocurre en las visitas digitales a los museos) e *interactiva* (permite navegar e interactuar en el espacio digital en tiempo real).

Dependiendo de los grados de inmersión que ofrece el entorno, se encontrarán diversas tipologías de realidad virtual que han caracterizado cada uno de los aparatos generados durante el desarrollo de esta tecnología.

Dentro de este sentido, *Facebook* cumple con las tres fases que plantea Diego Levis (1997). En primer lugar, *pasiva* porque los usuarios pueden ver las fotografías o los videos que publican sus contactos, sin que ellos puedan intervenir en la edición o creación; *exploratoria* debido a que *Facebook* permite subir imágenes interactivas, las cuales se mueven dependiendo del movimiento del móvil o tableta; e *interactiva* por los comentarios y los *likes* que se generan al momento, en donde además hay retroalimentación entre los mismos usuarios.

Interacción

La interacción es una de las más grandes aportaciones de la informática y la cual está ligada con la posibilidad de crear modelos lógico-matemáticos en tiempo real: la interacción se relaciona con la interdependencia entre el sistema informático (la máquina) y el usuario (el ser humano).

El espacio digital tiene la posibilidad de generar entornos inmersivos tridimensionales sin posibilidad de interacción. Cuando no hay interactividad la capacidad de síntesis no es necesaria. Cuando alguien observa un filme en IMAX, existe un espectador (más que un usuario) el cual no tiene la posibilidad de controlar la acción y solamente observa imágenes 3D que difieren mucho a lo que se considera virtual

Los entornos digitales dan la posibilidad de navegar –desplazarse por el espacio digital y/o de manipular el entorno –ya que con algoritmos matemáticos el usuario es capaz de desplazar objetos como si se encontrara en espacio real.

Al momento de navegar, los usuarios pueden cambiar de posición, desplazarse y modificar su perspectiva haciendo que el sistema se actualice constantemente sin necesidad de movimientos. En este caso, la autora se refirió a un tipo de realidad virtual semi inmersiva y exploratoria denominada *paseo virtual*, como el que se realiza al visitar museos digitales, mismos que *Facebook* ha logrado introducir dentro de su plataforma.

Cuando un individuo se sumerge en los entornos virtuales que ofrecen los textos literarios, también interactúa con ese espacio virtual a través de la actividad cognitiva; pero cuando se habla de tecnología de realidad virtual se debe incluir el concepto de interacción física con el espacio digital.

Para controlar y manipular ese espacio son necesarios una serie de dispositivos e interfaces como visiocascos, botones, *joysticks* y guantes de datos que permiten introducir físicamente en ese universo, manipularlo y modificarlo (López-Pellisa, 2015). En el caso de las plataformas sociales, los dispositivos electrónicos como celulares, tabletas o

computadoras, son los puentes que le permiten a los usuarios tener acceso a ellas, dándoles la posibilidad de navegar e interactuar.

Imaginación

Los objetos y los ambientes que se crean dentro del espacio digital se basan en la ilusión del entorno, estos pueden ser reales o ficticios, pero con la condición de recrear un espacio verosímil para que el usuario llegue a la *suspensión de la incredulidad*, sensación parecida a la de un lector al abrir la página de un libro (según la expresión de Coleridge). Para que la simulación funcione de manera correcta es necesaria la imaginación del operador.

Para que se lleve a cabo la ilusión de realidad, el espacio digital debe de ser muy parecido al real y por ende ser inmersivo. Se basa en que el usuario se sienta presente por medio de la estimulación de factores físicos como la estereoscopia, la retroalimentación táctil o la localización del sonido, así como también en factores psicológicos basados en la aceptación por parte del usuario del entorno digital. No es necesario que el mundo virtual se parezca al real, sino que parezca real (Pino, 1995) y que los usuarios colaboren en ese proceso.

Simulación

Una característica que distingue a este tipo de tecnología es la creación de imágenes sintéticas en tiempo real. Se basa en modelos lógico-matemáticos que se generan respondiendo de manera inmediata las acciones del usuario.

Pitágoras consideró el número como la materia y el molde del universo y en el siglo XX, gracias a las matrices numéricas, se pueden construir realidades sintéticas. Pino (1995)

denominó *capacidad sintética* a esta característica basada en la generación de las imágenes sintéticas (conformadas por píxeles: puntos de luz y de color).

Frederick Brooks dijo que “los especialistas de la imagen de síntesis son coreógrafos que hacen bailar puntos coloreados en un escenario de cristal para hacer creer al ojo y al cerebro que ven iconos, cohetes, moléculas y mundos que no existen y que no existirán jamás” (Cadoz, 1995).

La simulación y los periféricos de salida visuales hacen que el usuario se sumerja en las imágenes, y para lograr la generación en un entorno verosímil es importante trabajar su calidad (resolución) y reproducir las propiedades de los objetos cuando se interactúe con ellos (López-Pellisa, 2015).

Como ya se mencionó anteriormente, *Facebook* brinda la oportunidad de subir imágenes en realidad virtual, cualquier usuario que encuentre este tipo de publicaciones tiene la posibilidad de interactuar con ellas. Por ejemplo, una persona toma una fotografía del Centro Histórico de la Ciudad de México y la sube a *Facebook* con tecnología de 360°, lo que quiere decir que, el usuario que encuentre esta foto podrá ver este lugar completo siempre y cuando gire totalmente el dispositivo que usa.

De acuerdo con Marie-Laure Ryan (2001), la idea fenomenológica de conciencia de “estar en el mundo” –o como en este caso, en un mundo simulado- forma el centro de la teoría y de la poética de la inmersión. El término de *inmersión* se ha hecho tan popular en la cultura contemporánea que la gente tiende a usarlo para describir cualquier tipo de experiencia artística placentera o cualquier actividad absorbente.

Ryan (2001) consideró que la inmersión, en su sentido literal, es una experiencia corpórea, a la vez de que es imprescindible la proyección de un cuerpo virtual o la participación de uno real, para que el usuario se sienta integrado en un mundo artístico.

David Cuenca Orozco (2018) recurrió a La Real Academia Española para buscar el significado de *inmersión*, la cual fue definida como aquella acción de una persona para introducirse plenamente en un ambiente determinado. Esto se basa en la capacidad consciente de un individuo para asimilar e involucrarse con un entorno que presenta unas características específicas.

Bajo esta línea, la inmersión fue definida como el uso de ciertas tecnologías, como la óptica, la estereoscopia y la electrónica con el objetivo de configurar modelos que puedan crear la ilusión o la sensación de estar, vivir y habitar, dentro de un escenario construido por computadora (Gálvez & Tirado, 2006).

Un elemento indispensable dentro de la inmersión es la navegación. Navegar implica el hecho de poder desplazarse. Moverse y deambular como si se encontrase dentro de ese entorno viviéndolo, hace que una persona se introduzca de forma plena dentro de un ambiente determinado (Gálvez & Tirado, 2006).

Es justo este punto al cual recurren los usuarios de *Facebook* al abrir la plataforma e iniciar de manera progresiva la inmersión. En un inicio, saben lo que quieren ver, en su mayoría son actualizaciones de sus contactos y conforme avanzan en su página de inicio, se encuentran con publicaciones de su interés y de un lugar saltan a otro. Una vez que el usuario experimentó un paseo mediante el uso de una interfaz, este agrega elementos para ir

construyendo y diseñando al mismo tiempo ese espacio. A raíz de esto, tanto su experiencia como su aprendizaje en ese lugar van formando un tipo de vivencias únicas.

La manera en la que el lugar, el entorno visitado, es mostrado al viajero depende en parte del desempeño que esa persona desarrolle dentro de aquel lugar y también de aquellas experiencias previas de vida tanto personales, así como de los viajes previos realizados a ese mismo sitio.

Este último sugiere que el mundo revelado al viajero es una creación compartida, es una construcción cognitiva que emerge entre lo que se muestra dentro de la interfaz, y entre la construcción mental que realiza su lector al momento de entablar un diálogo con ella (Cuenca Orozco, 2018).

Después de lo anteriormente expuesto, Cuenca (2018) habló sobre la teoría clásica de la inmersión, en donde retoma a autores como Pimentel y Texeira quienes dijeron que a raíz de la capacidad de viajar cognitivamente hacia otra instancia por medio de una interfaz se articuló dicha teoría. Es decir, cuando un lector se adentra en la lectura, se traslada de manera progresiva al interior de las ideas expuestas dentro del texto. Así es como durante el proceso va siendo atraído cada vez más por el contenido al grado de lograr adentrarse cognitivamente con la obra.

2.5 Teoría tradicional de la inmersión

La teoría tradicional de la inmersión se desarrolla a partir de seis fases o etapas (Gerrig, 1993). Se presentan diferentes momentos que van desde la transportación del usuario dentro de una interfaz que le proporciona una determinada información hasta el acto de

desprenderse de ese momento y retomar la vida fuera del viaje. Los momentos se presentan a continuación:

- 1) El usuario es transportado.
- 2) En algún medio.
- 3) A través de un vehículo o lenguaje.
- 4) El viajero experimenta una cierta distancia de su mundo de origen.
- 5) Algunos aspectos del mundo de origen resultan inaccesibles.
- 6) El viajero regresa al mundo de origen, transformado por el viaje (Ryan, 2004).

Dentro del primer momento alguien es transportado (Ryan, 2004). De acuerdo con Cuenca (2018), el lector puede ser considerado como “navegante”, y es llevado por la intermediación de la lectura hacia el mundo dado. La experiencia va a depender del papel o rol del viajero al interior de dicho mundo.

La noción de transportación dentro de la teoría clásica de la inmersión indica la manera en la que el mundo dentro del texto se hace presente en el pensamiento de los lectores. Respecto a la sensación de presencia se refiere a la forma en la que el lector se concibe en ese espacio, dentro de lo que el libro relata.

Ahora bien, la inmersión en las redes sociales tiene los mismos “momentos”. En este primero, el usuario tiene la inquietud de checar *Facebook* para ver lo que sus contactos han actualizado y conocer algún hecho noticioso o algún tema importante de su interés.

En el segundo momento del viajero “es transportado por algún medio de transporte” (Ryan, 2001). El vehículo por el cual viaja el paseante por medio de su experiencia inmersiva será la interfaz, el puente de contacto entre el usuario y el medio, a través de la

cual estará adquiriendo determinados conocimientos, es decir, una obra de carácter literario para este caso.

En este segundo momento, el usuario toma su celular, tableta electrónica o computadora para checar *Facebook* y comienza con una visualización rápida, para ver brevemente lo que sus contactos han actualizado.

Para el tercer momento, el viajero es transportado “a través de un vehículo cognitivo como resultado de la ejecución de unas determinadas acciones” (Ryan, 2001). El objeto cultural del cual se obtiene información se entiende, así como una instancia de actuación. Respecto a este punto, el libro no representa únicamente una interfaz que contiene una determinada información, también se ocupa como instrumento para despertar la imaginación y el recuerdo de vivencias pasadas. Es un dispositivo mediante el cual se hace posible realizar operaciones cognitivas. Al vivir una experiencia dentro de un mundo dado, un lector puede asumirse como parte de ese entorno y dependiendo de qué tanto se separe de su mundo de origen decidirá actuar en el espacio de la lectura.

Una vez que el usuario ya se encuentra enganchado en *Facebook* al encontrarse con publicaciones de su agrado comienza a sentirse a gusto con el contenido y sigue con la búsqueda de su entretenimiento y, de ser posible, interactuar. Esta plataforma social también es capaz de despertar imaginación, dependiendo de cada usuario y del tipo de *post* que se busquen, ya sean paisajes, lugares emblemáticos, videojuegos, personas, etcétera.

En el cuarto momento, “el viajero se aleja a una cierta distancia de su mundo de origen” (Ryan, 2001). Una vez que el lector está dentro del universo de la lectura, debe de acoplarse a las leyes que el libro le ofrece y tomar el rol o desempeñar el papel que la situación señale

según sea el caso referido dentro de la interfaz de la que obtiene una experiencia. En el momento en que los lectores están inmersos pueden llevar consigo al mundo del texto los conocimientos previos que hayan obtenido a lo largo de su experiencia de vida y los relacionarán o compararán con lo que gradualmente experimentan dentro de la interfaz de la lectura.

Cuenca (2018) mencionó que uno de los fenómenos que pueden surgir a raíz de esa fase, es el de los frentes cognitivos encontrados, horizontes de sentido que bien pueden empatar o no al aproximarse entre sí. Se trata de un cruce entre los marcos de referencia mentales y culturales existentes que el lector ha adquirido a lo largo de su vida y se ubican dentro del mismo mundo de la lectura. Este factor puede llevar al lector a sumergirse profundamente en una cierta información con que cuenta una interfaz.

En este cuarto momento, el usuario está más inmerso en el mundo digital e interactúa con mayor frecuencia, ya sea dando *likes*, comentando o compartiendo publicaciones, todo esto dependiendo del tipo de contenido con el que se encuentre. El ya mencionado “frente cognitivo encontrado” también puede presentarse dentro de esta plataforma, por ejemplo, cuando un usuario hace alguna crítica sobre una película, basado en sus conocimientos y sus gustos, otro usuario puede estar en desacuerdo y se genera un debate sobre lo que ambos saben de la película y del ambiente cinematográfico. Este suceso logra que los navegantes estén aún más inmersos en *Facebook*.

Dentro del quinto momento, la distancia guardada al ser transportado mentalmente hacia otro lugar por intermediación de la lectura, fuera del mundo de origen, hace que algunos de los aspectos del mundo de origen resulten inaccesibles (Ryan, 2001). Cuando una persona está profundamente concentrada en la construcción y contemplación del mundo dentro del

texto, deja de ser consciente del entorno inmediato, así como algunas preocupaciones y actividades cotidianas.

La inmersión en este punto radica en la búsqueda de una experiencia que haga alejar a las personas de su entorno inmediato; es una escapatoria consciente hacia un camino o estado mental distinto.

Como ya se mencionó anteriormente, en ocasiones, *Facebook* funge como el principal distractor de sus usuarios, es el lugar al que acuden para despejar por unos momentos su mente y la inmersión surge en el momento en que han encontrado cierto contenido de su interés que los motiva a buscar más.

Por último, dentro del sexto momento el viajero “regresa al mundo de origen, transformado en cierta medida por el viaje” (Ryan, 2001). Una vez que el lector ha explorado las profundidades de la lectura ya no es ni será el mismo, ha adquirido algún conocimiento a lo largo de ese viaje y algo dentro de él o ella se transforma a raíz de la experimentación que ha tenido durante esa travesía.

Cuando el usuario decide dejar *Facebook* y regresa a su entorno inmediato, puede encontrar un par de emociones o un cúmulo de ellas, todo dependiendo de lo que se haya encontrado dentro de la plataforma social, así haya sido positivo o negativo. La mayoría de las publicaciones van a tener una repercusión en el usuario, pues pueden ocasionar felicidad, armonía, tristeza, preocupación, enojo, frustración, entre otras. Esto es otra parte atractiva de *Facebook*, en donde los usuarios hacen post que entretienen a otros usuarios y les provocan emociones efímeras.

Los dos factores importantes dentro de la inmersión es que, por un lado, es una actividad que puede resultar altamente atractiva debido a que permite un alejamiento cognitivo, provocado de manera racional, o al menos consiente, que le brinda al usuario o al lector alejarse de alguna situación desagradable o que intencionalmente no desea vivir. Y, por otro lado, el hecho de poder enriquecer o contrastar, según sea el caso, el propio marco de referencia mental con el que cuenta una persona, expandiendo así sus ideas al haber tenido un viaje inmersivo, lo cual vuelve también significativa a esta experiencia.

2.6 Los grados de la inmersión

Cuenca Orozco (2018) mencionó que los usuarios que entran en el estado de inmersión experimentan una transformación cognitiva al querer encontrar un espacio alterno al que viven en algún momento. Los usuarios o espectadores buscan un lugar en donde puedan cubrir ciertas expectativas o buscan una opción para escapar de lo cotidiano y así lograr un distanciamiento mental de una experiencia específica que no desean experimentar.

De hecho, también se relaciona la inmersión con vivencias sensibles y es por eso que con frecuencia se le etiqueta de “inmersiva” a las experiencias placenteras de una obra cultural, o también al contenido que se ofrece en las plataformas sociales ya que los usuarios refuerzan su ego al publicar alguna fotografía de ellos y obtienen cierto número de *likes* o simplemente al encontrar alguna publicación que sea de su interés. El hecho de buscar alguna escapatoria a cierto tipo de sensación o percepción es otra de las razones para ir en busca de la inmersión.

El ejemplo de la lectura es para ilustrar que para lograr la inmersión, el lector no se fija si el contenido es de gran valor literario o precisa una creación narrativa, solamente es que ellos buscan una distracción para ir a un estado mental distinto.

El proceso de inmersión no se realiza específicamente por las letras sino como todo un proceso mental con el cual el lector se aproxima a un texto, es por eso que es posible identificar al menos cuatro grados de inmersión durante la lectura:

1. Concentración.
2. Implicación imaginativa.
3. Encantamiento
4. Sujeción (Ryan, 2001)

El primer grado de inmersión es la Concentración (Ryan, 2001). Se refiere a la atención con la que el lector revisa una obra literaria para realizar una lectura de forma consciente que va a transportar al lector.

El segundo grado de inmersión se llama Implicación Imaginativa (Ryan, 2001). El lector se engancha de manera emocional e imaginativa en la situación representada sin hacer de lado su pensamiento crítico, sin perder de vista los detalles que se cuentan y de los mecanismos retóricos que el autor usa a través del texto para mostrar su versión de los hechos. Esto abre las puertas a la inmersión como una situación consciente y responsable por parte de quien busca experimentar dicho proceso. La capacidad que tengan los lectores para concentrarse y para imaginar los llevará a un juicio sobre lo que quieran interpretar y en lo que decidan enfocarse.

El tercer grado de inmersión es el Encantamiento (Ryan, 2001). Es el placer que encuentra el lector, que de alguna manera está atrapado en la lectura. De manera consciente decide perder de vista el exterior y se enfoca solamente en la interfaz, incluyendo cualidades estéticas de la obra.

Dentro de este nivel de inmersión, a pesar de la intensidad de la experiencia inmersiva, el lector sigue en estado consciente porque sabe que dentro de ese mundo imaginario no hay nada que temer, pues el mundo textual no es en realidad su mundo y en cualquier momento puede salir de él sin que haya consecuencias directas.

En *Facebook* sí suelen existir las consecuencias directas. La plataforma es vista como un lugar de libre expresión, en donde los usuarios dan a conocer todo aquello que consideran importante y relevante, en ocasiones, cuando las publicaciones son de carácter personal, se agrade o se halaga a la persona relacionada, causando emociones y/o sentimientos.

El cuarto grado de inmersión es la Sujeción (Ryan, 2001). El lector busca escapar de su realidad tantas veces como pueda mediante la lectura por el placer y el estado mental que involucra de forma consciente cada vez que retoma la lectura. Es atractivo tener el gusto de vivir experiencias de distinto orden, emocionantes o aterradores, sin perder la integridad física al salir del entorno.

2.7 Teoría contemporánea de la inmersión

En el momento en que se establecieron los cuatro grados de inmersión mencionados previamente, las teorías contemporáneas han dedicado sus esfuerzos para comprender el

estado cognitivo que los usuarios presentan dentro de interfaces tecnológicas digitales, así como en medios electrónicos.

Para que se logre satisfactoriamente una experiencia inmersiva dentro de los medios electrónicos interactivos dependerá del grado de compromiso y del apego desarrollado que tenga quien navega dentro de ese entorno, ya sea de forma narrativa, con personas o con lo que pueda llegar a ocurrir con ese sitio.

La inmersión a través de un medio electrónico descansa en su potencial capacidad para lograr transportar no solo de forma cognitiva sino además tanto sensorial e incluso emocionalmente a su perceptor hacia el interior de un entorno digital (Zimmerman, 2004. Citado en Cuenca, 2018).

Por otro lado, Ryan (2001) comparó los conceptos de *inmersión* y *presencia*, los cuales son aspectos totalmente diferentes pero que a su vez son inseparables: la *inmersión* es lo referente a estar dentro de un elemento físico, la *presencia* en estar enfrente de una entidad bien definida. Por lo tanto, la inmersión traza el mundo como un espacio vivo que ofrece un entorno alterno al sujeto encarnado, mientras que la presencia encara al sujeto como un perceptor con los objetos individuales.

Existe una gran relación entre los objetos en los que los usuarios se enganchan, así como su entorno. Los usuarios no se sentirían inmersos en un mundo si no fuera por la presencia de los objetos que existen alrededor, y los objetos podrían no estar presentes para los usuarios si no formaran parte del mismo espacio que la presencia física del usuario. Los factores que llegan a determinar el grado de interactividad de un sistema también contribuyen a su funcionamiento como sistema inmersivo.

Steur (1992) estableció la siguiente lista de factores de la interacción inmersiva:

Velocidad, que hace referencia a la proporción en la que cada dato introducido puede ser asimilado por el entorno mediatizado; *alcance*, que hace referencia al número de posibles acciones en cada momento dado; y *planificación*, que hace referencia a la habilidad de un sistema para controlar los cambios que se producen en el entorno mediatizado de una manera natural y predecible (“*Defining*”, pág. 86).

El primer elemento se refiere a la velocidad de un sistema que es capaz de responder en tiempo inmediato las acciones del usuario. Mientras exista una respuesta más veloz y eficaz significan más acciones, y esto último da pauta a más cambios. El segundo factor se centra en elegir una acción, mientras más posibilidades existan de tener herramientas que ayuden a mejorar el entorno, más maleable podrá ser. Dentro del último factor el usuario debe de tener la habilidad de limitar el resultado de sus gestos, si no estos podrían ser simples movimientos y no acciones intencionadas.

“La interactividad con sentido requiere un compromiso entre alcance y planificación, entre el descubrimiento y la predictibilidad. Como las buenas tramas narrativas, los sistemas de realidad virtual deberían incluir un elemento de sorpresa para satisfacer realmente las expectativas” (Ryan, 2001). El fenómeno de la inmersión surge a través de una experiencia narrativa, en donde se desarrolla una trama o se integra a las vidas de sus usuarios, o nace a raíz de una experiencia placentera.

Por medio de una interfaz digital surge la inmersión y de esta deriva un acto contemplativo, con la cual el usuario encuentra una acción reveladora sobre una situación y acontecimientos, así como la experiencia misma. Eso quiere decir que la interfaz digital presenta continuamente una transportación gradual, pero no depende únicamente de habilidades y competencias lectoras o narrativas de quienes se adentran a ese espacio.

La inmersión va a depender de la capacidad de sus usuarios para asentar y desarrollar una serie de actividades que derivan de la búsqueda de algún gozo o algún placer alrededor de cierta vivencia. La experiencia inmersiva va más allá de la propia interfaz donde se le busca hasta el punto de lograr posicionarse en la mente de su perceptor (Cuenca, 2018).

2.8 Virtualidad

Una vez que se habló del tema de la inmersión y la manera en que los usuarios la obtienen a través de diferentes interfaces, ahora es el turno de hablar sobre lo virtual, la cual suele ser un componente importante para la inmersión.

“Para comenzar, etimológicamente la palabra virtual proviene del latín *virtus*, cuyos significados son fuerza, virilidad y virtud. De ahí se transmitió al interior del latín medieval dicho concepto entendiéndolo como *virtualis*, palabra con que se designa al potencial que está incluido en el poder (Cuenca, 2018)”.

El concepto de lo virtual procede de ambas terminaciones etimológicas. *Virtus* se refiere a una potencia en acto, pero, por otro lado, *virtualis* hace énfasis a una potencia susceptible de actualizarse en algún momento determinado (Boulaghzalate, 2014. Citado en Cuenca 2018).

Lo virtual se define como “aquello que existe en potencia, pero no es un acto. Es un acto que tiende a actualizarse, aunque no se concretiza de modo efectivo o formal. El árbol está virtualmente en la semilla” (Levy, 1999). Por decir de otro modo, la noción de lo virtual se acerca a la posibilidad de que algo ocurra, pero cabe aclarar que hay una distinción de orden lógico entre lo posible y lo virtual.

Por un lado, “lo posible es algo que ya está constituido, pero se mantiene en el limbo. Es un real fantasmagórico, latente. Lo posible es idéntico a lo real; solo le falta la existencia” (Levy, 1999). La ejecución de un posible no es una creación en el sentido estricto, ya que el acto de crear implica la realización en el sentido innovador, generador, inventivo y actualizado, ya sea de una determinada idea o forma.

Lo virtual, por otro lado, no es solamente algo posible en el aspecto de que no es algo ya construido, algo concreto, como en el aspecto de lo posible. Tiene que ver más con ser un conjunto problemático. Lo virtual se refiere a un cúmulo de tendencias o de circunstancias que acompaña a una situación, un suceso, un objeto o cualquier entidad y que exige un proceso de resolución: la actualización (Lévy, 1999).

“La idea de lo posible figura un duplicado de lo real, mismo que se proyecta a través de un tiempo pasado y al que se le desagrega la dimensión de realidad. Lo virtual, por otro lado, es real, pero no es semejante, no es una repetición al resultado de su propia actualización. Lo virtual puede entenderse entonces más como la generación de una actualización creativa. Precisamente, esa actualización de lo virtual es creación, invención de una forma a partir de la configuración dinámica de fuerzas y finalidades” (Levy, 1999. Citado en Cuenca, 2018).

La idea de lo virtual no se contrapone a la idea de lo real, va más ligado con lo actual posible. Es decir, lo virtual no es lo que carece de realidad, se trata de una fuerza que actualiza la realidad, misma que tiene la capacidad para desarrollarse en cierto momento hasta alcanzar la propia existencia. Lo virtual no descarta a la realidad como tal, solamente elimina la dicotomía, la separación o el límite que hay entre lo virtual y lo real. Por tanto, la

virtualidad se basa en un aspecto de la realidad, si bien no se acerca a lo material, puede pensarse como real, ya que lo virtual tiene su propia realidad (Deleuze, 1999).

“Entonces, lo virtual no es ni una cuestión irreal ni se trata de algo ilusorio, precisamente porque se ubica en el orden de lo real, en tanto que puede asumirse como una presencia activa concebida con vista a un fin, a un propósito que ha de realizarse en algún momento. Lo virtual desde este punto de vista, dentro del plano de lo real, pero como potencialidad de lo real, se considera como un recurso inagotable que incluso puede ayudar a ampliar las capacidades de la realidad misma” (Baudrillard, 1994).

Lo virtual es un mecanismo que lleva a una transformación que favorece la creación, da la oportunidad de expandir los horizontes y ayuda a que los usuarios trabajen su imaginación y así puedan tener una experiencia única. Lo virtual tiene dos vertientes: uno en donde se puede utilizar como experimentación o también puede ser un recurso recreativo o de creación.

2.9 El paso de lo virtual a la virtualidad

Lo virtual y la virtualidad no son lo mismo. En lo virtual existe la idea de la virtualidad. Lo virtual es una potencia frágil que tiende a la actualización y la virtualidad es una potencia realizada (Boulaghzalate, 2014). “Es decir, lo virtual es la potencialidad, la posibilidad, para abrir un mundo cuya principal característica o finalidad es la virtualidad”(ibídem).

La virtualidad es entonces un proceso de cambio que presenta una concreción, un pasar de lo virtual a la virtualidad, hacer de esa capacidad creadora que es lo virtual un soporte o

instancia física, al interior de un aquí y ahora en particular, que presenta unas características y ocupa un espacio y tiempo de referencia” (Levi, 1999. Citado en Cuenca, 2018).

La brecha que existe de lo virtual hacia la virtualidad conlleva un cambio de ambientes, un desapego, implica el hecho de salir de un “ahí”, de un “ahora” y del “aquello”, de una fuerza que se encuentra en potencia, el paso de dicha fuerza como una potencia realizada (Levy, 1999). Dicho fenómeno de concreción de la mencionada fuerza creadora que representa lo virtual, refiriéndose al brinco de lo virtual a la virtualidad, otorga el entendimiento que lo virtual no es imaginario. Es visto como ese algo que produce efectos (Levy, 1999). El efecto que llega a producir lo virtual es exactamente la virtualidad.

Lo virtual representa la potencialidad, la fuerza generadora, la oportunidad de abrir un mundo en donde su principal peculiaridad, es en sí misma una forma de realidad (Boulaghzalate, 2014).

Por decir de otra manera, lo virtual es la fuerza, la potencia, la oportunidad de que algo suceda, la capacidad para concretar algo. La virtualidad sería el paso siguiente de dicha posibilidad para lograr la articulación, es decir, el momento en que cobra sentido y se lleva a cabo. En el momento en que lo virtual se logra virtualizar es cuando se logra la concreción. Así pues, lo virtual y la virtualidad existen en el mismo plano de realidad, pero a su vez, en momentos distintos (Cuenca, 2018).

Gracias a lo virtual y a la virtualidad, las personas han logrado crear muchos aportes a la humanidad. En otras palabras, estos dos conceptos se podrían concretar como el nacimiento de una idea, el proceso y el resultado final de todo aquello que surgió como un pensamiento. Enfocando de una mejor manera el párrafo anterior, lo virtual fue el momento

en que Mark Zuckerberg y sus amigos tuvieron la idea de crear una red social digital para que sus compañeros de clase se mantuvieran en contacto, después, al momento de comenzar a realizar la plataforma, se engancharon en el proceso, debido a que la circunstancia les exigió tiempo, conocimiento y paciencia, para que al final, el resultado fue la virtualidad, que se refiere a la culminación del proyecto, al momento en que *Facebook* terminó de ser creado.

Una vez que el usuario se encuentra enganchado en alguna plataforma social, entra en proceso lo virtual y la virtualidad. Estos tres trabajan de la mano para que exista la posibilidad de una mejor experiencia. Por ejemplo, una persona tuvo la idea de ir a tomar fotos de un bosque (lo virtual), emprendió su camino y ya en el lugar tomó todas las fotografías que quiso (virtualidad y enganchamiento); después decidió subirlas a *Facebook* (virtual), y una vez que ya subió todas las imágenes que quiso (virtualidad), de alguna manera estará pendiente de los *likes* que reciba su publicación, así como los comentarios que le puedan llegar a hacer (enganchamiento y social media).

Comúnmente se relacionan lo virtual, la virtualidad y el enganchamiento (o inmersión) con aspectos tecnológicos, pero estos se pueden hacer presentes en cualquier momento de la vida: al realizar una pintura, al escribir una novela, al cocinar, al jugar alguna actividad física o un videojuego, etcétera. Sucede con cualquier actividad a realizar, porque, como ya se mencionó anteriormente, es parte de un proceso mental.

El enganchamiento (o la inmersión) siempre será clave para que se logre concretar una idea, ya que, de nada sirve que surja un pensamiento si la persona no se comprometerá a culminarlo, el enganchamiento es pieza clave para que los usuarios (en este caso) disfruten del proceso y lo finalicen.

Conclusión. La inmersión, la virtualidad y lo virtual: un conjunto inseparable

Los lectores pueden confundirse con la diferencia entre la inmersión, lo virtual y la virtualidad, más si no logran asociarlo con alguna experiencia dentro de su vida cotidiana, se puede creer que esto solamente sucede con los aparatos tecnológicos, pero no es así, como ya se mencionó anteriormente, Ryan (2001) puso como ejemplo la lectura de un libro, pero todo esto puede ir más allá y se presenta en cualquier tipo de actividades en donde se realice un proceso para finalmente concretarlo.

Lo virtual es un canal, un puente, una actualización, un proceso o un medio que los usuarios utilizan para finalmente llegar a la virtualidad, lugar donde la imaginación y la creación son las mejores aliadas y llegan a ser concretadas. La inmersión está en el punto de la fascinación mental, en donde los usuarios se enganchan con el contenido o la actividad que estén haciendo y se adentran cada vez más.

Enfocando todas estas ideas en *Facebook*, dicha plataforma es una gran y exquisita generadora de contenido. Como ya se explicó anteriormente, *Facebook* se creó con el fin de que los usuarios mantuvieran contacto con sus amigos y familiares a pesar de la distancia. Con el paso del tiempo, la plataforma se fue adaptando a lo que los usuarios le demandaban: más entretenimiento, más herramientas, mayor facilidad de comunicación, entre otras cuestiones.

En este caso, lo virtual es el momento en que el usuario decide entrar a *Facebook* y busca el medio electrónico para acceder; una vez dentro, comienza a utilizar las herramientas de su preferencia, estas serán el camino que los llevará a la imaginación, donde ellos empiezan a crear mentalmente un estilo diferente de vida al que llevan y se dan

a la tarea de crear contenido (social media) como comentarios, fotos o videos que ayuden a completar la idealización que ellos tienen. Una vez que están dentro de todo este mundo creado por más usuarios, y por él o ella misma, es cuando la inmersión y la virtualidad se hacen presentes.

La inmersión consta de diversos procesos para llegar a un punto pleno. Esta puede surgir en cualquier momento siempre y cuando el usuario o espectador así lo deseen. No se trata solamente de buscar un entretenimiento, si no que previamente hubo un proceso mental que lo orilló a checar *Facebook* o cualquier otro tipo de plataforma social.

La realidad virtual no busca sustituir, es una extensión más la misma realidad, y cada quien tiene su propio universo dentro de la plataforma, encuentran el contenido ideal para ellos y progresivamente se convierte en parte de la vida del usuario. Lentamente, el usuario la integra a su vida hasta convertirse en una parte importante.

La virtualidad y el enganchamiento le van a generar al usuario la sensación de presencia y satisfacción. La oportunidad de que los usuarios abandonen completamente las plataformas sociales es casi nula, debido a que, como mencionó López Pellisa (2015), la sociedad ha crecido en un mundo lleno de imágenes, y esto es justamente lo que las plataformas sociales ofrecen, una realidad alterna con un excesivo contenido audiovisual de cualquier índole, ya sea de entretenimiento o informativo.

Sin embargo, llega un momento en que los usuarios olvidan que las plataformas sociales son un intermediario de la comunicación, y al momento de estar enganchados por un tiempo prolongado, pueden ser orillados a generar cierta adicción por este tipo de medios, ya que, como lo mencionó Martin Lindstrom (2011), los usuarios sienten por sus aparatos

tecnológicos la misma emoción y sensación que el amor, y debido a que es tan placentera y complicada de abandonar, recurren a *Facebook*, o cualquier otra plataforma social, una y otra vez.

Otro aspecto que *Facebook* ha favorecido es la comunicación digital, y por el cual es otro motivo de enganchamiento es que dentro de la misma plataforma se crean comunidades en donde las personas tienen la oportunidad de interactuar con una gran cantidad de usuarios. Muchos de ellos se encuentran cómodos con este tipo de interacción, pues no se les exige una respuesta inmediata como cuando se relacionan en persona físicamente.

El enganchamiento hacia las plataformas sociales no es un aspecto negativo, siempre y cuando se sepa usar de manera inteligente. Que sean vistas como un entretenimiento, o en su debido caso, como un recurso laboral, pero se debe estar consciente hasta dónde poner un límite, debido que existe contenido atractivo para cualquier tipo de usuario, estos pueden caer en una situación patológica.

Un punto interesante por retomar que mencionó Teresa López (2015) es la idea que citó de Burdea (1996) quien dijo que en la realidad virtual se integran tres elementos esenciales: inmersión, interacción e imaginación. Un ejemplo plasmado en *Facebook* es cuando el usuario *navega* por la plataforma social (*inmersión*), se encuentra con una foto de un viaje de alguno de sus “amigos”, de inmediato le da *like* e inclusive comenta la imagen (*interacción y social media*); por un momento, el usuario se visualiza en el mismo lugar, se imagina en ese sitio por un par de segundos (*imaginación y virtual*) y puede llegar a experimentar una sensación de placer.

Ninguna fase puede trabajar por separado, todas están dentro del mismo universo, y se hacen presentes al mismo tiempo.

En el siguiente capítulo se realizó un estudio cualitativo, el cual se llevó a cabo a 11 personas para conocer sus diferentes puntos de vista respecto a las plataformas sociales, principalmente *Facebook*. Se analizaron los puntos de vista de cada entrevistado para llegar a una conclusión sobre la manera en que cómo ellos experimentan de manera personal su enganchamiento en *Facebook*.

Capítulo 3

Análisis de las experiencias vividas en *Facebook* expresadas por parte de jóvenes usuarios

La realidad virtual fue interpretada de diferentes maneras por cada autor, sin embargo, todos concluyeron que es un proceso complejo, así como también es una experiencia propia, en donde cada quien atraviesa por situaciones diferentes y esto determina si el usuario continúa enganchado o no.

De igual manera se habló sobre la distinción entre lo virtual y la virtualidad, en donde, de manera resumida, se entiende que lo virtual es todo el proceso previo antes de concretar un hecho o una cosa, esto último es la virtualidad. Ambos términos pueden ser aplicados en aspectos fuera de lo tecnológico, pues como ya se dijo, no es exclusivo de este ámbito.

En este siguiente capítulo se realizó un análisis cualitativo que se aplicó a 11 jóvenes usuarios de *Facebook*, de clase media, con un rango de edad entre 17 a 27 años, con la finalidad de conocer cómo y cuáles son las diferentes perspectivas que ellos tienen sobre dicho tema.

El análisis se elaboró formando un grupo de discusión enfocado a un *open group*, el cual intenta comprender e interpretar ciertas cualidades de un fenómeno respecto de las percepciones propias de los sujetos que dan lugar, habitan o intervienen un fenómeno.

El estudio cualitativo parte de una premisa de que el hecho o el suceso no es lo que se dice que es o está ahí afuera (como es visto por la mayoría de la gente), sino que los sujetos, incluido el investigador, percibe como hecho. Dentro de los procesos cualitativos se

trabaja con las percepciones de los sujetos, a partir de las percepciones de otros, las cuales resultan ser totalmente subjetivas (Orozco y González, 2011).

En ese sentido, es importante indicar que “la investigación cualitativa es un proceso de indagación en la cual el investigador accede, a través de interpretaciones comprensivas y sucesivas, a las relaciones de significado que los sujetos atribuyen a un fenómeno dado; es la exploración de un objeto siempre construido, al cual el investigador va accediendo por medio de interpretaciones sucesivas. Es decir, no se conoce de una vez, sino que siempre se está conociendo (Orozco y González, 2011).

El investigador utiliza como apoyo una serie de instrumentos y técnicas adecuadas para llegar no solo a la interpretación, sino también busca la manera de involucrarse con el objeto de estudio. El involucramiento puede ser en mayor o menor medida, dependiendo de la metodología concreta que utilice, más no puede eludir un involucramiento con el objeto. El objetivo central es obtener una interpretación profunda e integral del objeto (Orozco y González, 2011).

Por otro lado, y una vez que se explicó lo que es un análisis cualitativo, el siguiente punto a tratar es el grupo de discusión, el cual consta de reunir cierto número de personas que tiene como finalidad generar un discurso, es un grupo que se articula, se organiza para hablar y se enfoca en ser especializado, cerrado como un texto para analizar.

El grupo de discusión se realizó únicamente a 11 personas porque “el número de actuantes es una característica espacial: es necesario que los actuantes puedan hablar unos

con otros, y, para ello, deben de estar ni muy próximos ni muy alejados, y ser ni pocos ni muchos.”¹³ Fue preferible que el grupo fuera reducido debido a que si el tamaño crece, el número de los canales comunicativos se expanden en proporción geométrica y el grupo podría fragmentarse.

Se tomó la decisión de realizar un grupo abierto (*open group*) porque, como su nombre lo dice, es un diseño abierto y hay integración por parte del investigador, interviene en el proceso de investigación como sujeto en proceso y los participantes tiene la oportunidad de expresar libremente sus opiniones y con base en lo que cada uno comente, el investigador tendrá la oportunidad de obtener la profundidad de análisis que desea.

Las preguntas que se realizaron fueron las siguientes:

1. ¿Recuerdas a qué edad creaste tu primera plataforma social? ¿Cuál fue y qué te llevó a hacerlo?
2. ¿Qué fue lo que más te atrapó en la plataforma social en ese entonces?
3. Acerca de Facebook ¿cuánto tiempo ocupas dicha plataforma al día?
4. ¿Qué es lo que más te gusta de Facebook? ¿Qué herramienta ocupas más?
5. ¿En algún momento te has sentido enganchado en Facebook?
6. ¿Ocupas Facebook por gusto o por necesidad?
7. ¿Alguna vez el contenido de Facebook te ha afectado? Fotos, comentarios, *likes*..
¿Qué haces para lidiar con ello?
8. ¿Cambiarías algo de Facebook?

13. Bion dice: “Solo si los individuos se acercan suficientemente unos a otros es posible dar una interpretación sin necesidad de gritar; de la misma manera es necesario que todos los miembros del grupo puedan comprobar elementos en los que se fundamentan las interpretaciones. Por estas razones el número y el grado de dispersión deben de ser limitados” (1974, página 136. Citado en Ibañez, 1979).

9. ¿Qué ha sido lo bueno y lo malo que te ha dejado Facebook?
10. ¿Qué sientes cuando te despegas de la plataforma después de estar horas enganchado?
11. ¿Te gustan los juegos que tiene Facebook? ¿Cuáles has jugado?
12. ¿Consideras que es posible sumergirse de forma mental con la plataforma, al punto de quedar fascinado?
13. ¿Has dejado de hacer alguna actividad por estar en Facebook?
14. ¿Has creado perfiles falsos para socializar o involucrarte con algún usuario?
15. ¿En algún momento has sido un stalker? ¿Cómo fue?
16. ¿Usas Facebook mientras trabajas o estudias, y por qué?
17. ¿Qué sientes cuando no puedes conectarte a Facebook por varios días?
18. ¿Consideras que Facebook puede ser más importante que otras actividades diarias?
19. ¿Cuánto tiempo pasas sin estar en las redes sociales?

3.1 Análisis de estudio cualitativo

Primera plataforma social

Una vez que los participantes han dado sus respectivas respuestas, se llega la conclusión de que, con base en sus contestaciones, todos abrieron su primera plataforma social entre los 9 y los 13 años, la razón principal por la cual se sintieron atraídos por crearla fue por moda, por curiosidad o por no quedar excluidos, debido a que sus amigos o familiares, para ese entonces, ya habían creado las suyas y les contaban cómo funcionaban, las herramientas que tenían y qué se podía lograr al usarlas (mayor comunicación).

Como bien se mencionó en el primer capítulo, el autor Cuenca Orozco (2018) comentó que las plataformas son un conjunto de estructuras sociales, en donde cada una de ellas tiene su propia comunidad. Cada participante tuvo sus motivos personales para crear su primer perfil, pero sin duda alguna, todos llegaron a ellas al ver que las personas de su círculo tenían cuenta y así se comunicaban con más gente.

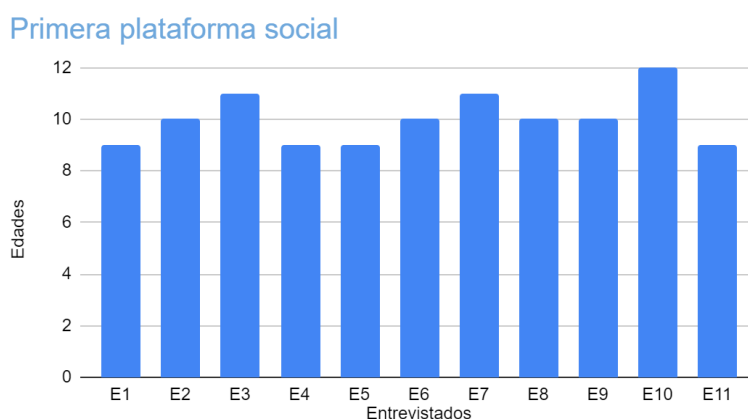


Figura 2

El enganche de las plataformas sociales

De las primeras plataformas que crearon fueron: Windows Live Messenger, Hi5 y Facebook. Lo que más les atrajo de las dos primeras es que podían personalizar sus perfiles (o la imagen de su página), en ella reflejaban todos sus gustos e intereses, así como lo que les desagradaba, además de que lo podían adaptar con los colores de su preferencia, así como el tipo de letra que a ellos les gustara; otro aspecto que les interesó fue la instantaneidad para comunicarse con otras personas y conocer a más usuarios, aparte de que era la novedad de aquellos tiempos.

En el momento en que ellos personalizaron sus perfiles, comenzaron a generar su propio contenido y a esto es la famosa *Social Media*, en donde los usuarios buscaron sentirse

identificados, crearon su propio mundo dentro de cada plataforma social. Otro hallazgo interesante fue que los mismos participantes dijeron sentirse atraídos por la fácil comunicación y por la rapidez que las plataformas sociales les dan para lograr contactar con personas de su pasado.

Otro aspecto que se comentó dentro del grupo de discusión fue que, en el momento en que crearon sus plataformas sociales, ellos se llegaron a sentir como personas más grandes porque podían hablar con sus amigos después de clases y se ponían de acuerdo para salir con ellos, además de poder estar al pendiente de la vida de los famosos a quienes admiraban en ese entonces.

Este tema también fue mencionado dentro del primer capítulo de este trabajo, los participantes buscaron continuar con antiguos vínculos e inclusive generaron nuevos al interactuar con personas desconocidas pero que con el pasar del tiempo se convirtieron en buenas amistades. Se puede pensar que es peligroso hablar por internet con gente desconocida, pero los participantes del *open group* comentaron que las personas con las que llegaron a hablar sin conocer, tenían alguna relación con alguien de su círculo de amistades o familiares.

En este sentido se generan las redes sociales *online*, en donde los usuarios se van relacionando de manera progresiva con más usuarios, sin necesidad de tener contacto físico. Intercambiaron mensajes, fotografías, memes, darle “me gusta” a las publicaciones de la otra persona, incluso intercambiaron números telefónicos para mensajearse por WhatsApp. Todo esto se vuelve parte de la *social media* y de la interacción para generar un vínculo.

Tiempo invertido en Facebook

A partir de la tercera pregunta, la entrevista se limitó solamente al aspecto de Facebook, esto para evitar que se guiaran por cualquier otra plataforma. Se les cuestionó sobre el tiempo que le dedican al día a Facebook y, generalmente, gastan de 2 a 4 horas, solamente un participante comentó estar alrededor de 10 horas en *Facebook* esto por lapsos de varios minutos, no en un tiempo continuo. Sin embargo, algunos participantes aceptaron que en ocasiones Facebook les consume mucho tiempo.

En este sentido, y de acuerdo a lo ya antes mencionado en el capítulo dos, se comprobó lo que Susana Jiménez y Farré Martí (2015) mencionaron al respecto, los usuarios estuvieron inmersos dentro del universo de Facebook debido a la sensación de presencia que esta plataforma genera, y no precisamente la presencia física, sino mental. Aunque los participantes dijeron que estaban por lapsos de minutos, en este tiempo ellos estuvieron inmersos debido a lo que encontraron en Facebook, y aunque hayan sido dos minutos, esos dos minutos se adentraron por completo al mundo de esta tecnología social, ya sea navegando por la plataforma o platicando con algún otro usuario.

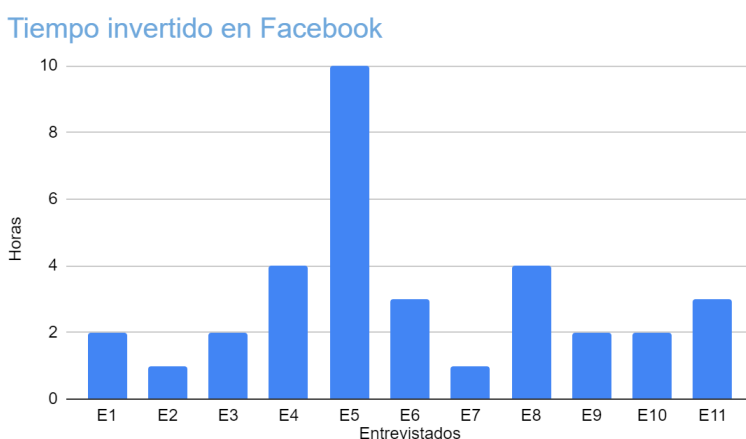


Figura 3

Contenido llamativo de Facebook

Otro aspecto por destacar es que mencionaron que lo que más les agrada de Facebook es su contenido de videos o memes de su respectivo agrado y ellos no son usuarios que suban o hagan contenido, solamente son espectadores de lo que sus contactos comparten, y también se dan a la tarea de buscar noticias para estar al día. De igual manera mencionaron que ocasionalmente utilizan la herramienta de mensajería llamada Messenger y la ocupan para hablar de forma inmediata con sus amistades.

Con todo lo anteriormente mencionado, es en esta pregunta que los usuarios comentaron cuál es el contenido que hace que ellos se enganchen. Dentro del capítulo dos se mencionaron los tres objetos que fabrica la tecnología virtual, que son el tecnológico y el óptico, sin embargo, con base en el estudio cualitativo, se pudo notar que el objeto académico también forma parte de esta triada.

Esto a raíz de que Facebook es una plataforma que se actualiza constantemente, cada vez que el usuario checa su cuenta le aparecen novedades, y una vez que ya ha navegado por alrededor de 10 minutos, tiene la opción de volver a actualizar su inicio o ir al perfil de alguno de sus amigos, mismo que, si esta persona comparte contenido, estará actualizado para cuando alguien más lo vea. Así es como se concluyó que Facebook cumple con los tres objetos fabricados por la tecnología virtual: tecnológico, óptico y académico.

De igual manera, se retomó la idea de López-Pellisa (2015) que la iconosfera no es solamente un entorno visual, sino también interactivo. La *social media* es este ambiente ya antes mencionado, es otro aspecto que mantiene la atención del usuario, no solo es un observador, sino también es partícipe de las dinámicas que sus contactos comparten.

Enganchamiento en Facebook

6 de los 11 participantes aceptaron estar enganchados en Facebook, esto debido al contenido que se les va presentando paulatinamente (videos y memes), y 3 de los 5 participantes restantes prefieren utilizar Instagram, plataforma en donde ellos se enganchan viendo videos y fotografías de otras cuentas de su interés, el resto de los participantes aceptan no estar enganchados porque prefieren realizar otras actividades, como leer, hacer ejercicio, ver alguna película, entre otras cosas.

Otro de los hallazgos interesantes encontrados fue que, una vez que los participantes dijeron que los videos, los memes y las fotografías eran su principal punto de enganche, se retoma la idea de la autora López-Pellisa (2015), la cual fue que la sociedad vive en una cosmogonía icónica, el ser humano vive rodeado de imágenes, ya sea fuera de su realidad virtual o dentro de ella.

Los usuarios captan la información con mayor rapidez y fácilmente a través de las imágenes, por medio de los diferentes elementos visuales que se presentan en Facebook, y, en el caso de que no lleguen a entender un meme, buscan el contexto de este, porque en varias ocasiones, los memes también son un reflejo de alguna situación social, o incluso, científica. Es por esta razón que los usuarios están en la búsqueda constante de elementos visuales, para su entretenimiento o para informarse.

¿Facebook es utilizado por gusto o por necesidad?

Por otro lado, 7 de los 11 participantes dijeron que ocupan Facebook por gusto, para estar enterados sobre lo que hacen sus contactos, de lo novedoso; las 4 personas restantes

comentaron que ocupan Facebook por ambas, por gusto y por necesidad. Comparten la misma idea de “gusto” de los otros participantes, y la ocupan por necesidad debido a que el lugar en donde trabajan se los demanda.

Otra idea de López-Pellisa (2015) que se tomó para la conclusión de esta pregunta fue que el usuario tiene conciencia de estar adentrándose a este mundo virtual y una vez dentro, permanecen sin percibir el tiempo transcurrido, se convierten en “prisioneros” de Facebook, por gusto y/o por necesidad (trabajo o académico). Se sumergen en el mundo del contenido digital, del contenido creado en Facebook.

Tal vez en otra época hubiera sido inimaginable trabajar a través de una plataforma social, se creía que Facebook solamente era un sitio de entretenimiento, pero actualmente es una herramienta bastante útil que es utilizada por negocios que saben que es una alternativa para llegar a sus consumidores.



Figura 4

Facebook afecta la salud emocional de sus usuarios

Asimismo, los participantes aceptan que existe contenido que les ha afectado emocionalmente, ya sean fotos o comentarios.

Ellos optan por no darle mucha importancia, ya que al final del día va a ser una situación muy difícil de confrontar, debido a la naturaleza de la comunicación: remota, cortante y muchas veces anónima.

Reconocen que las plataformas sociales se han vuelto un nido de burlas hacia terceras personas, en donde a la mayoría de los usuarios les resulta fácil atacar a personas que no conocen solo por buscar fama o hacer reír a otras personas, ignorando el daño que pueden causar.

De igual manera comentaron que cuando se trata de una situación más personal, les afecta dependiendo del estado de ánimo en el que se encuentren, así como también en ocasiones se sienten frustrados cuando se trata de un ámbito más público, esto debido a que reconocen que hay falta de empatía por parte de otros usuarios al hacer comentarios negativos y con falta de argumentos sobre una noticia trágica.

Martin Lindstrom (2011) comentó que los usuarios tienen por sus celulares un sentimiento parecido al amor, es por eso que los usuarios se sienten afectados por los comentarios de otras personas en Facebook, porque están altamente relacionados con sus teléfonos y con la plataforma.

A pesar de no conocer a las personas, sienten la agresión verbal como algo personal, la perciben como si alguien cercano se los hubiera dicho, que en ocasiones sí puede ser así, pero, al recordar la social media, los usuarios tienden a comentar publicaciones de modo

“público”, en donde se debate sobre algún acontecimiento y en ese momento entran en juego sus conocimientos, sus sentimientos, e inclusive, su autoestima.

Cambiar aspectos de Facebook

Los principales aspectos que los usuarios cambiarían de Facebook serían las políticas de privacidad, el control de edad para utilizar la plataforma y las reacciones en las fotos.

El primer punto es debido a que la información y las fotos que suben los usuarios en sus respectivos perfiles es fácil de manipular y descargar por otros usuarios sin problema alguno; en cuanto a la edad, ellos comentaron que no les parece pertinente que los niños menores de 12 años tengan redes sociales por el tipo de contenido, además de que es sencillo engañar a la plataforma (al algoritmo) en cuanto a la edad.

Por último, las reacciones en las fotografías, ya que los usuarios suelen entrar en un estado de ansiedad por saber cuántos likes obtienen y quiénes son los que reaccionan a ellas.

Esto genera una patología social que podrían desencadenar enfermedades mentales. Todos concordaron en que Facebook debe de ser un espacio más sano que ayude a mejorar la experiencia digital cuando se está enganchado en ella.

En el aspecto de las fotografías, y como bien dijo Yehya (2015); la manía, el entusiasmo o desagrado que causan los likes en las fotografías se ha convertido en una patología, un solo clic les afecta de diferentes maneras. La privacidad de los datos de los usuarios es un tema complicado de controlar debido a la masificación del Internet, además de la vasta

existencia de hackers y de las facilidades que hoy en día ofrece la tecnología para robar información personal.

Aspectos positivos y negativos de Facebook

Respecto a las ventajas y desventajas, los participantes comentaron que uno de los principales aspectos positivos es que Facebook logra contactarlos con amigos y/o familiares con quienes ya no habían tenido comunicación o que están lejos (en otro estado o en otro país) y, por otro lado, el acceso a la información, la posibilidad de consultar las noticias nacionales e internacionales, ya que antes los medios de comunicación tenían una comunicación horizontal con muy poca o nula retroalimentación (con excepción de los medios que publican las cartas de los lectores o los que han instaurado la figura de los defensores de las audiencias). Ahora, gracias a los medios digitales que tienen presencia en las redes sociales, los usuarios son más activos al momento de consumir la información periodística, son más críticos de las fuentes de información y del contenido.

En cuanto a los aspectos negativos, el primero por mencionar es la privacidad dentro de la plataforma, los usuarios no tienen la protección ni la seguridad de que sus datos (fotos, intereses, formación académica, etcétera) no sean utilizados por alguna otra persona o empresa con fines de lucro, ya sea al crear un perfil falso, para cometer algún delito u ofrecer a empresas datos que les sirvan para el mercadeo. Es un aspecto que realmente les preocupa a los usuarios, debido a que en cualquier momento pueden hacer mal uso de todo lo que ellos exponen.

Otro punto por mencionar es que el usuario puede quedarse demasiadas horas atento a su Facebook que no percibe el tiempo dedicado o “desperdiciado” hasta que se aparta o se desconecta.

El apego a Facebook

Los participantes también comentaron que al estar tan enganchados en Facebook los usuarios se olvidan totalmente de su entorno, lo ignoran de forma absoluta y este suceso lo han observado en espacios públicos como una plaza o un restaurante e igualmente en el transporte público. La falta de sensibilidad fue otra cuestión que resaltaron, ya que al estar saturados de tanta información y ver noticias crueles ya no reaccionan ante ellas y lentamente han ido normalizando la tragedia, la violencia y la desgracia ajena.

La comodidad y la imagen falsa que los usuarios dan a través de Facebook son de gran agrado y prefieren mantenerla todo el tiempo que puedan porque los hace sentirse a gusto consigo mismos, al contrario de la vida real en donde se sienten inseguros y tienen cierta presión por mostrarse como son en Facebook.

Así como Diodato (2011) también comentó, los usuarios buscan manipular la propia perspectiva, se apropian de los comentarios de sus contactos, esto provoca inestabilidad en ellos, además de ser dependientes de sus teléfonos celulares, se han vuelto adictos a las plataformas sociales. Tener la sensación de presencia es adictivo para sus usuarios.

Como mencionó Yehya (2015), se genera una sensación de confusión emocional y mental, los usuarios encuentran contenido que los hace cuestionarse, incomodarse,

replantearse aspectos de su vida personal, como lo pueden ser comentarios en fotos de ellos, videos, una publicación de alguno de sus contactos o leer alguna nota informativa.

De igual manera, López-Pellisa (2015) dijo que los usuarios desean vivir y convivir en el *carnespacio* y en el no-espacio, es aquí en donde se conjuga los comentarios de los participantes, siendo ellos, o gente que observan a su alrededor, los inmersos en las redes sociales, físicamente están presentes, pero mentalmente están adentrados en su propia realidad. El tiempo empleado en estas plataformas genera poca sensibilidad en los usuarios, debido a que están en constante bombardeo de contenido visual observada con mayor frecuencia.

Los juegos de Facebook

Respecto a los juegos de la plataforma, los participantes contestaron que no los han jugado, a excepción de Candy Crush y fue principalmente por presión social, pero realmente no toman en cuenta los juegos, no son una herramienta de entretenimiento para ellos.

La fascinación o el desencantamiento por Facebook

Por otro lado, 3 de los 11 participantes consideran que no es posible que algunos usuarios puedan estar totalmente inmersos en Facebook, ya que es más importante el entorno inmediato, la convivencia con otras personas y porque después de cierto tiempo los usuarios se podrían aburrir de ver el mismo contenido dentro de la plataforma, sin embargo, el resto de los participantes comentaron que sí es posible que haya una inmersión absoluta en Facebook debido a que están conscientes de que cada individuo tiene gustos propios y

así como ellos dijeron que personalmente no lo han experimentado, también existen personas en diferentes partes del mundo que su vida es Facebook junto con otras redes sociales.

Otro hallazgo interesante fue encontrar otra idea de Diodato, la cual fue que el cuerpo-ambiente virtual es un solo intermediario entre el mundo exterior y el mundo interior. Justo esta es la parte que hace que los usuarios estén inmersos por un tiempo prolongado.

En el momento en que ellos buscan lo que desean, o inclusive, generan su propio contenido, sus necesidades de reconocimiento, atención, satisfacción, entre otras, quedan saciadas (de momento), pero al notar que constantemente Facebook les puede afectar de manera positiva o negativa, ellos mismos generan sus propias necesidades para que el día de mañana sus contactos de Facebook vayan al rescate o los terminen tirando al vacío.

Hacer de lado las actividades cotidianas por pasar tiempo en Facebook

De igual modo, mencionaron que las nuevas generaciones son las más vulnerables a estar enganchadas en Facebook, ya que desde la infancia se les mostraron o descubrieron las redes sociales y crearon perfiles para los infantes, por la misma razón han ido creciendo con ellas y las hacen parte importante de su vida.

7 de los 11 integrantes dijeron que sí han dejado de hacer actividades por estar en Facebook, tales como dejar de prestar atención al momento de estar en clase, cuando llegan familiares lejanos a convivir con ellos o simplemente al momento de ir caminando en la calle, al grado de estar tan inmersos en Facebook que una participante confesó que estuvo a

punto de ser atropellada, el resto de los integrantes no se han sentido tan enganchados a la plataforma para posponer sus deberes, prefieren revisar Facebook cuando tengan tiempo libre checándola un par de minutos o simplemente navegan en ella a ratos sin necesidad de dedicarle tanto tiempo.

Dentro de esta pregunta se encontró lo que mencionó Cuenca sobre la definición de “inmersión” que consultó en la RAE. El claro ejemplo de una persona inmersa en el mundo virtual, fue la participante que dijo haber sido casi atropellada mientras veía su celular al mismo tiempo de caminar en la calle. Ella se introdujo plenamente de manera mental, y física también porque olvidó por completo el simple hecho de fijarse al cruzar la calle.

Así como también Gálvez & Tirado lo mencionaron, una parte importante es la navegación, dicha participante navegó durante ese tiempo en Facebook, se desplazó de un lugar a otro, vio fotos, revisó varios perfiles de sus contactos, checó comentarios, se encontró con memes, y con más contenido que Facebook ofrece al momento de navegar en él. La participante se introdujo de forma plena en la plataforma social.

Socializar desde perfiles falsos

El crear perfiles falsos no fue un tema difícil de preguntar a los participantes debido a que solamente 1 de ellos dijo haber creado una cuenta falsa hace seis años para investigar a una persona a la cual se sentía atraída físicamente, pero hoy en día ya no lo hace, ni ella ni ninguno de los demás, esto porque lo ven como una situación demasiado extrema, como una patología mental y bastante desgastante debido a que, en primer lugar, el hecho de pretender acosar a otra persona desde el anonimato, y en segundo, porque es un trabajo

constante el hecho de tener una cuenta alterna con una identidad falsa ya que debe de haber actualizaciones continuas para no ser descubiertos.

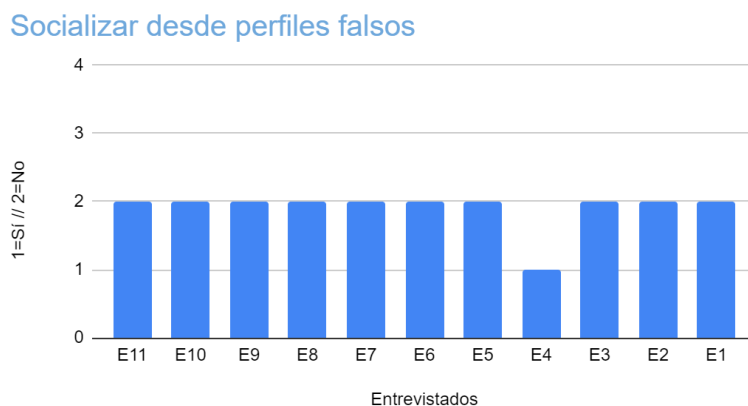


Figura 5

Stalkeadores

Se les preguntó si en alguna ocasión han sido stalkers y solamente una participante lo negó, los demás afirmaron hacerlo cuando sienten interés o atracción por otra persona, los motivos principales por los que hacen esto es para conocer su pasado, desde sus gustos e intereses, así como las actividades que solían hacer, con la finalidad de conocerla más a fondo. Sin embargo, comentaron que para ellos la palabra “stalkear” se refiere a un grado intenso de acoso hacia alguien más, en donde el sujeto llega al grado de saber los horarios y los lugares frecuentes de la otra persona. Concluyeron en que investigan sobre la vida de otra persona solamente por curiosidad pero no a profundidad.

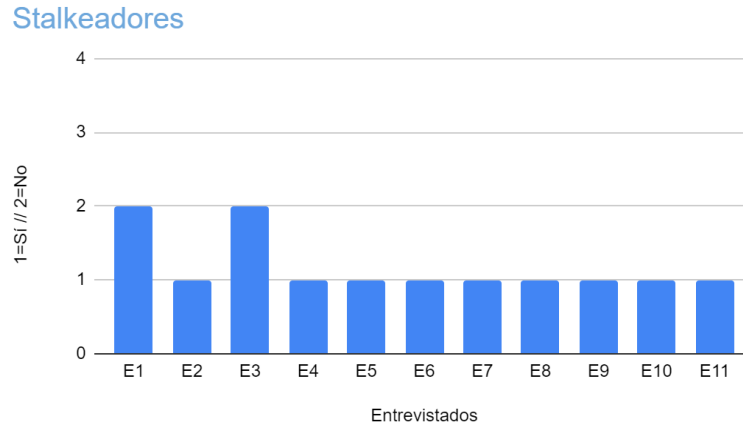


Figura 6

Facebook: herramienta de distracción

Todos los participantes utilizan Facebook al estar en la escuela o en el trabajo debido a que ven a la plataforma como una distracción para desestresarse o simplemente querer despejar sus mentes un par de minutos viendo videos o imágenes graciosas.

¿Dependencia a Facebook?

Al cuestionarles la manera en cómo se sienten después de abandonar Facebook por algunos días, solamente un participante comentó que él jamás ha estado tanto tiempo fuera de la plataforma porque es la más utiliza en su trabajo y su vida cotidiana, por lo cual jamás dejaría de usarla ya que es una herramienta de gran utilidad en su trabajo y porque lo mantiene en comunicación con sus contactos y a través de Facebook él puede ver lo que hacen sus amigos; los demás participantes comentaron que no es algo que realmente les afecte en sus vidas porque Facebook no es su plataforma principal, se enfocan más en WhatsApp, Instagram o Twitter.

Un participante mencionó que cuando navega en Facebook y la plataforma se cae o el servicio presenta fallas técnicas, de inmediato va a otras plataformas porque sabe que tiene esas otras opciones y no le preocupa que Facebook no sirva por un tiempo prolongado; otro participante dijo que YouTube es la única plataforma que le llega a provocar ansiedad si no navega en ella debido a que tiene la necesidad de consumir el contenido, así como también otra de las participantes confesó tener el mismo padecimiento si no entra cada cierto tiempo a WhatsApp.

A final del día, los participantes tienen una plataforma favorita a la cual acudir para su distracción, independientemente de cuál sea, ellos cumplen con la “teoría tradicional de la inmersión” que mencionó Cuenca (2018). 1) Al sentirse exhaustos mentalmente, les surge la idea de checar su principal plataforma social, 2) deciden tomar su celular, tableta o pc, 3) buscan contenido de su interés, 4) el usuario comienza a interactuar y 5) lentamente se adentra al mundo virtual que la plataforma les ofrece, 6) en el momento en que el usuario decide desapegarse de la plataforma en la que está, sus emociones son distintas, ya sean positivas o negativas.

Al mismo tiempo, también cumplen con los cuatro puntos del proceso de inmersión que mencionó Ryan (2001): 1) la concentración que los usuarios emplean al navegar en las plataformas sociales, 2) el usuario se engancha de manera emocional e imaginativa sin dejar a un lado su pensamiento crítico, que usan para un momento pertinente, ya sea en alguna publicación con la que esté de acuerdo o en desacuerdo, 3) el encantamiento, en donde el usuario es atrapado por la información encontrada y 4) la sujeción, el usuario seguirá recurriendo a las plataformas sociales porque en ellas encuentra placer y los lleva a un estado mental distinto al que están.

La importancia que se le da a Facebook en el día a día

Finalmente, se les cuestionó si Facebook puede ser más importante que las actividades diarias, argumento que todos negaron, ya que afirman que es más importante la vida que se tiene fuera de las plataformas sociales y no creen posible darle más prioridad a Facebook que su entorno, trabajo, vida, familia, amigos, etcétera.

Sin embargo, solamente un participante comentó que sí podría llegar a ser más importante debido a que la tecnología se va haciendo cada vez más inherente a la vida cotidiana y las plataformas sociales forman parte de ella, dejando afuera el romanticismo de que antes todo era igual, el participante recalcó que nada podrá ser como en el pasado debido a que la especie humana continúa en un constante avance y las plataformas sociales, lejos de ser vistas solamente para el ocio, son buenas fuentes de información, las cuales se les debería de dar más uso en ese aspecto y no únicamente para ver memes o videos.

Tiempo sin estar en las redes sociales

Por último, la pregunta final fue por cuánto tiempo han estado ausentes de las plataformas sociales, a lo cual, 9 de los 11 participantes comentaron estar entre 12 a 17 horas sin acceder a ninguna plataforma (incluyendo sus ocho horas de sueño) Por otro lado, uno de ellos, comentó estar solamente 9 horas fuera (ocho horas de sueño, solamente una hora ausente durante el día) , ya que constantemente es buscado por sus amistades y él trata de dar una respuesta inmediata, y finalmente, el último entrevistado comentó que él puede estar un día sin revisar sus plataformas digitales, ya que para él no son necesarias.

Tiempo sin usar redes sociales

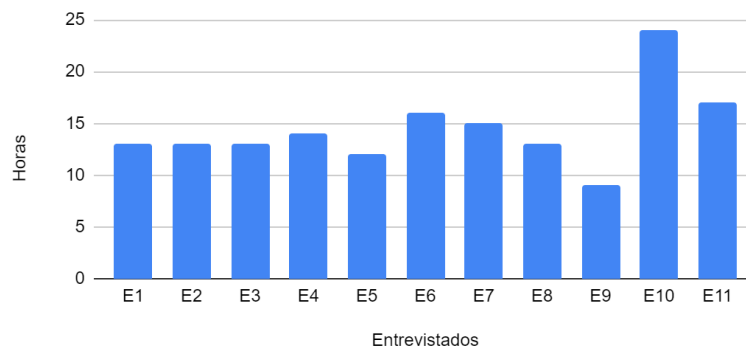


Figura 7

3.2 Cómo afecta la inmersión a los jóvenes usuarios de Facebook

La inmersión puede verse como un estado mental sencillo, pero realmente es complejo y se manifiesta en cualquier tipo de actividad que sea de interés para el usuario, participante o espectador, ya sea física o mental.

Primero, se debe de encontrar algún entretenimiento que llame la atención (o en ocasiones que deba de hacer por obligación), lo cual puede ser dibujar, cantar, leer, escribir, una obra de teatro, jugar futbol, ajedrez, golf, así como también estar un par de horas en Facebook, YouTube, Twitter, etcétera; o estar inmersos dentro de sus actividades laborales.

Una vez que han enfocado toda su atención dentro de este ejercicio y estado mental es difícil que “salgan” o “regresen” de inmediato debido a la fascinación que han encontrado y a la concentración que se requiere.

Siguiendo con la idea de inmersión en las plataformas sociales, Facebook como principal plataforma, tiene sus ventajas y desventajas. En primer lugar, y como ya se mencionó anteriormente, el lado positivo, la comunicación se ha facilitado, y por el lado negativo, los usuarios se adentran por horas dentro de la plataforma.

Dentro del estudio que se realizó a los 11 participantes, ellos aceptaron estar inmersos en algún momento en Facebook. El principal motivo es la distracción y el entretenimiento (en ocasiones por motivos laborales) que los ayuda a distraerse de alguna situación difícil, pero a su vez, llegan a tener cierto grado de ansiedad debido al contenido de *Facebook*, como son las fotos, los comentarios y los *likes*; sin embargo, se podría pensar que es una contradicción ¿cómo una persona se puede adentrar tanto en un sitio que le causa ansiedad?

Este tipo de reacción es una de las cuestiones que hace que el usuario se logre enganchar, la duda, la incertidumbre de qué va a pasar, de qué van a crear otros usuarios, entre otros.

Dentro del *open group*, los usuarios afirmaron haberse alejado por un momento de las plataformas sociales, el principal motivo fue la salud mental y física. Se percataron que le dedicaban más de dos horas a *Facebook*, o a cualquier otra plataforma social, y analizaron que ese tiempo lo pudieron haber dedicado a otro tipo de actividades, a la vez de sentirse mal, debido a que ignoraban a sus amigos o familiares presentes o porque pensaban que ese tiempo lo pudieron haber invertido en alguna actividad física.

La inmersión es una situación compleja de manejar y se puede llevar a cabo de manera consciente o inconsciente. La primera es cuando la persona busca alguna opción para entretener su mente con algo que sea de su agrado, y la segunda se basa principalmente cuando la persona encuentra algo que llame su atención y se enfoca totalmente en la actividad.

Por otro lado, se mencionó que la inmersión, lo virtual y la virtualidad se dan solamente con actividades físicas o mentales, pero también surgen con las emociones. Cuando una persona está triste, enojada, confundida; se enfrasca en vivirlo, se engancha y trata de encontrar una solución, pero en el caso de la alegría, no se busca alguna salida, solamente se prende vivir intensamente, o simplemente, se adentran demasiado en sus pensamientos, de una idea comienza a surgir otra y así sucesivamente hasta que la persona regrese de ese viaje de pensamientos, o como dijo el filósofo Pierce, de una semiosis infinita.

Dentro del estudio cualitativo, se demostró la manera en cómo los usuarios viven el proceso de la inmersión, lo virtual y la virtualidad al momento de estar en alguna

plataforma social, o incluso, al estar fuera de ellas, debido a que también tomaron la decisión de hacer una actividad diferente a estar en Facebook.

Constantemente el ser humano entra en un estado de enganchamiento, ya sea en una actividad física o mental, a todos les pasa en algún momento de su día. La mayoría no es capaz de reconocer cuando esto sucede, pues ocurre constantemente y repentinamente, y no es muy notorio, además de que, el término de “inmersión” no es frecuentemente utilizado dentro de la cotidianidad y por eso se desconoce este estado de la mente.

Los diferentes autores que previamente fueron citados en este trabajo concluyeron con una idea similar, y es que la inmersión en la realidad virtual puede ser una buena y grata experiencia, siempre y cuando se ocupen con responsabilidad, porque de ser lo contrario, se cae en la patología, en la obsesión por checar constantemente y por tiempo prolongado las plataformas sociales.

Finalmente, el *open group* tuvo su complejidad al momento de interpretar todas y cada una de las respuestas que dieron los entrevistados, debido a que dentro de la subjetividad se debió de encontrar una objetividad para así concretar una opinión final. Por otro lado, fue una buena oportunidad realizar este tipo de estudio, debido a que se conoció de una mejor manera cada experiencia de los usuarios y hubo hallazgos que previamente se habían planteado dentro de la teoría de la inmersión, lo virtual y la virtualidad. Uno de ellos fue el tiempo que estuvieron enganchados en Facebook sin que ellos se dieran cuenta, y se debió por el contenido que en ese momento fue mostrado hacia los usuarios.

Anexo

Open Group

Moderadora: Guadalupe Ramírez Jiménez

E1-17 años: Frida Tapia Mendoza

E2-18 años: Angélica González Hernández

E3-19 años: Irvin Tapia Mendoza

E4-20 años: Brenda Dorantes Govea

E5-21 años: Fernanda Flores Torres

E6-22 años: Jessica Hernández Crispín

E7-23 años: Valerie Lopez Sierra

E8-24 años: Carlos Dorantes Govea

E9-25 años: Ricardo Rodríguez Segura

E10-26 años: Diego Salazar Corona

E11-27 años: Juan Carlos Rosales Segura

Moderadora: Buenos días, asistentes, muchas gracias por haber venido. El motivo de la reunión es porque, como ya les había comentado anteriormente, debo de realizar un análisis para mi tesis, el cual consiste en elaborar un open group, el cual se basará en hacerles preguntas y ustedes deben de contestar de manera abierta, expresando lo que piensen respecto al tema, ¿alguna duda? (todos responden que no), comenzaré con las preguntas.

1. Moderadora: ¿Recuerdas a qué edad creaste tu primera plataforma social? ¿Cuál fue y qué te llevó a hacerlo?

E1: Sí, tenía nueve años y fue porque mis amigos empezaban igual a tener la suya y la curiosidad.

E2: Yo a los diez años porque mi hermano tenía una red social y me gustaba mucho y también aparte porque lo necesitaba para comunicarme con mis compañeros de la escuela.

E3: Yo a los once años y la hice para ponerme de acuerdo para salir con mis amigos y estar dentro del círculo.

E4: Yo como a los nueve, igual porque mis amigos hablaban de que Messenger y no sé qué, y todo eso, entonces estaba como en su apogeo en esa época, ¡ay, ya me siento muy vieja!, y pues sí, fue como por la escuela, y mi hermano también y así.

E5: Yo igual como a los nueve e igual fue porque ya todos tenían como Messenger y fue como de “mmm, yo también” y pues ya.

E6: Yo también fue como a los diez años y también fue Hi5 por curiosidad y por estar en onda.

E7: No recuerdo exactamente la edad, pero sí recuerdo que tenía entre 11 y 12 años.

E8: Yo aproximadamente a los diez años, recuerdo que fue Hi5, justo por los amigos, empiezas a ver que todos están y luego que la chica que te gusta tiene perfil, entonces empiezas a buscarla por ahí.

E9: Ok, yo irónicamente fue como a los diez años y fue por el hecho de que los compañeros de mi salón de clases tenían un horario para platicar y era precisamente en Messenger, entonces este, para no quedar excluido y para querer saber qué onda pues creé mi Messenger para comunicarnos entre nosotros.

E10: Pues yo no me acuerdo exactamente a qué edad pero debió de haber sido como a los 12 o 13 años en la secundaria, y pues igual era más que nada para estar en comunicación

con amigos y conocer chicas en la secundaria y todo eso, entonces pues yo creo que estimadamente a esa edad.

E11: Yo recuerdo que igual como entre los nueve o diez años, pero yo siento que era más por un tema de aceptación entre los amigos porque pues era como otra forma de comunicarse, y el hecho de estar subiendo fotos o algún contexto pues interesante entre los amigos como que te incluía en ese grupito, entonces por eso también se generó esto de la red social

Moderadora: Ok. Bueno, ¿cuáles fueron las primeras redes sociales que utilizaron? Algunos ya dijeron que fue Hi5, pero ¿las de los demás?

E1: Facebook

E2: Facebook

E3: Hi5

E4: Windows Live Messenger

E5: El mío también fue Messenger

E6: Hi5 y Messenger

E7: Hi5

E8: Messenger y Hi5

E9: Messenger, Hi5, Metroflog y creo que ya.

E10: De las redes sociales antiguas solamente tuve Messenger, nunca tuve Hi5 ni Metroflog ni nada.

E11: Yo tuve Metroflog, MySpace, Hi5, había una red social, no me juzguen pero se llamaba Sexy o no, y también tenía Twitter y Messenger.

2. Moderadora: Ok, ahora, ¿qué fue lo que más te atrapó en la plataforma social en ese entonces?

E1: Mmm, que varios famosos subían cosas que me interesaban.

E2: Que en cualquier momento podía comunicarme con mis amigos o estar hablando sobre cosas y estar actualizada sobre lo nuevo que había.

E3: Pues veía lo que escribían mis amigos y así como si fuera tipo Twitter, como sus estados y todo eso.

E4: Pues yo creo que era como el hecho de ir creciendo como de que ya podías hablar con tus amigos fuera de la escuela y como que implicaba ya como establecer relaciones fuera de la escuela en computadora era como ¡guau!

E5: Yo pues la comunicación con mis amigos y el hecho de conocer más personas.

E6: Pues igual me gustaba la idea de poder comunicarme con mis amigos en cualquier momento.

E7: Lo que más me atraía de esa plataforma era que podías poner música, compartir tus pensamientos, imágenes y era algo súper novedoso para la generación.

E8: Pues yo creo que sí está padre la parte de conocer gente que no conoces físicamente, o sea como poder platicar con gente nueva pero también el hecho de que sea como tu propio espacio porque, por ejemplo, me acuerdo perfecto que Hi5 era personalizable; podías hacer

tu tipo emoji y pues ponías tu foto, personalizabas el tapiz. Era como en donde podías expresar quien eras exactamente y que los demás lo supieran, entonces estaba padre.

E9: También considero que el hecho de que por ejemplo, en estas cuestiones de Hi5, pues era interesante cómo a partir de que tú personalizabas tu propia página, incluso personas que no conocías se empezaban a interesar en ti y viceversa, tú te empezabas a interesar en otras personas y empezabas a crear nuevo círculo de amigos que tú no conocías de manera personal. Y por ejemplo, en esta cuestión de Messenger, a mí lo que me atrapó fue la manera en la cual te comunicabas con las personas, porque no era simplemente comunicarte, empezaban estas cuestiones de mandar audios, que los emojis, que reemplazabas palabras por gifs y hacías más divertida la conversación.

E10: Pues yo como no tuve esas redes empecé con Messenger y realmente pues sí era como una herramienta como para comunicarte, y yo coincidí con Brenda, en el sentido de que sí estaba chido porque pues salías de la escuela y no tenías una comunicación tan fácil con tus allegados ni con tus amistades y con este tipo de herramientas justo lo que te permitían era poder comunicarte permanentemente, incluso en la madrugada y enviar zumbidos y todo eso, y era algo como muy novedoso y pues sí revolucionó la forma en la que nos relacionamos las personas.

E11: Yo considero también, ahorita haciendo remembranza en ese aspecto, que de alguna manera la forma de las redes sociales era una forma de poder conocer a amigos que no creaste en ese círculo, o sea, por decir, en la escuela tú no eras una persona aceptada ¿no? entonces tú buscabas esas redes sociales para buscar esas personas que pues como que tenían los mismos pensamientos o las mismas ideologías ¿no? entonces también considero que las redes sociales te hacían sentir “tú” y tenías esa aceptación por las demás personas

que también pensaban como tú, entonces yo creo que también ese era el objetivo de crear esas redes sociales.

3. Moderadora: Ok, bueno, acerca de Facebook ¿cuánto tiempo ocupas en dicha plataforma al día?

E1: Mmmm, yo creo que pasado de dos horas.

E2: Menos de dos horas.

E3: Como igual dos horas, más o menos.

E4: Yo creo que sí unas cuatro.

E5: No, yo sí más, casi todo el día estoy en Facebook.

E6: Yo aproximadamente tres.

E7: Yo calculo que estoy alrededor de una o dos horas por mucho, en general en todo el día porque con el trabajo y otras actividades pues no me da mucho tiempo de estar ahí viendo las publicaciones y demás, y bueno, ese es el reporte que da mi iPhone que estoy unas tres horas en el celular de las 24.

E8: Así como tiempo neto yo creo que sí como tres o cuatro horas.

E9: Yo como máximo dos.

E10: Pues yo igual, es que Facebook no es como la que más uso, entonces dos, a lo mucho.

E11: Es que es muy momentáneo. Bueno, yo que trabajo, o sea, al final tengo algún tiempo y lo reviso, pero eso es como de “¡ah, me llegó un notificación!”, lo checo y lo guardo, pero

pues yo creo que en horas neto como dicen, pues yo creo que sí como unas tres horas o cuatro.

Moderadora: (refiriéndose a E10) ¿Cuál es la plataforma que más ocupas tú?

E10: Instagram

4. Moderadora: Ok. Y bueno, en esto mismo de Facebook ¿qué es lo que más les gusta y qué herramienta ocupan más?

E1: Mmmm, ver lo que comparten mis amigos

E2: Ah, pues estar actualizada en lo nuevo y, la herramienta que utilizo más sería Messenger.

E3: Yo como los videos y como su tipo “Mercado Libre” que hicieron como nuevo para ver qué compro.

E4: Pues yo creo que sería ver memes, ja, y noticias en mi tiempo de ocio, podría decirse, y compartir nada más, realmente casi ya no lo uso.

E5: Sí, yo igual, y pues para platicar.

E6: Yo más que compartir, veo memes también, de hecho es la que menos uso, creo, y pues también pues las noticias, los perfiles de los periódicos y videos, pero muy poco.

E7: Lo que más me gusta de Facebook es que te permite interactuar con personas que están muy lejos y puedes compartir tus logros, ver los viajes de otras personas, a pesar de ser una plataforma que ha separado el vínculo amistoso o familiar siento que te une con otros espacios y que si los sabes aprovechar incluso puedes informarte y ocuparlo como un

medio de comunicación. Y pues realmente no utilizo mucho Facebook como para usar una herramienta en particular, utilizo más Instagram.

E8: De hecho yo lo uso mas como para “ver” que para “subir”, entonces yo veo que comparten mis amigos y en efecto se vuelve una plataforma del meme que ya se volvió como muy chistoso ¿no? porque te metes y ves cosas super graciosas, y, por ejemplo, también los videos es algo que consumo muchísimo, así es como se me va el tiempo cañón, veo un video de 5 minutos a otro de 10 y pues ya se me fue ahí todo el día. Entonces, videos y memes diría que son lo principal y pues también estar conectado con mis amigos, a ver qué hacen.

E9: Yo igual que ellos concuerdo en el hecho de que, pues me considero un consumidor de memes en la plataforma y pues en sí la herramienta que más utilizo es el buscador para literalmente encontrar páginas que me den más memes.

E10: Pues yo igual veo muchos memes y videos, pero también me gusta mucho utilizar la plataforma para ver páginas de noticias para estar informado y para estar comunicado, aunque la verdad no soy mucho de estar hablando por ahí pero de repente la utilizo para eso, pero sí para ver noticias y ver memes.

E11: Yo lo utilizo de igual manera para realizar ventas de algún artículo que tengo, también para ver memes, para ver videos, también agarro material de Facebook y lo publico en Instagram, o en mis estados de Whatsapp. Básicamente lo ocupo para eso.

5. ¿En algún momento te has sentido enganchado en Facebook?

E1: Sí, viendo videos.

E2: Rara vez, viendo videos, memes, todo eso.

E3: Pues como tal, pues como muy poco porque luego también estoy en Instagram porque ahí también hay videos.

E4: Yo luego sí y de hecho, debo de confesar que ya desactivé mi Facebook porque sentía que perdía mucho tiempo, luego me acordaba que tenía tarea y pues mejor le quise decir “bye” por un tiempo.

E5: Yo sí, cuando encuentras a alguien, con la persona que estás platicando un buen y no tienes como otra manera de comunicarte con esa persona, y pues sí, yo sí he perdido mucho tiempo ahí porque pues solamente estoy como al pendiente de ellos.

E6: Yo no me siento tan enganchada, a pesar de que sí veo muchos videos, siento que no gasto tanto tiempo el Facebook como en Instagram, ahí sí me la puedo pasar viendo el perfil completo y regresar y ver el mío y sí es demasiado tiempo, pero es más en otra plataforma que en Facebook.

E7: Enganchada como tal, no, incluso hace dos meses cerré mis cuentas porque fue como una prueba de mí porque platicando con mi papá me decía que hoy en día uno ya no puede vivir sin las redes sociales, entonces yo decidí intentarlo, la verdad pensé que no iba aguantar ni una semana pero lo ofrecí por dos meses y pues sí, sí lo logré, entonces pues aprendes muchas cosas, te empiezas a conectar más con las personas que tienes en tu entorno, estaba más centrada en el trabajo y en las actividades y pues sí está muy padre la verdad, y lo abrí hace poquito y por lo mismo ya no paso mucho tiempo en las redes sociales.

E8: Yo creo que no te sientes enganchado en el momento en que lo estás usando porque pues se te va el tiempo rapidísimo viendo lo que sea, entonces no es algo que estés

consiente en el momento, sino que ya después que terminas y cierras la aplicación ves que hora es dices “¡No invente, perdí aquí un ratote!” , entonces ahí es cuando te das cuenta de que estuviste metido mucho tiempo, pero no te das cuenta en el momento en que lo usas porque ya estás metido ahí, ¿y en qué? pues sí sería como tipo videos y pues memes.

E9: Pues yo en Facebook no considero que esté enganchado pero sí admito que anteriormente yo sí estaba muy enganchado en Facebook y era precisamente por esta cuestión de estar pendiente de los amigos y estar pendiente de las cosas que pasan. Entonces si bien se tornó como más divertida por esta cuestión de los memes, y pues sí recuerdo que anteriormente era para estar más ligada a las personas cercanas a ti, pero actualmente ya no.

E10: Pues yo más o menos lo mismo. Sí he tenido etapas en donde sí he pasado incluso el día entero ahí perdiendo mi tiempo y viendo cosas pero ahorita, incluso Instagram o cualquier red social no paso mucho tiempo, sí reviso algunas cosas por media hora o una hora a lo mucho, y lo dejo y pasa mucho tiempo para volver a checar cosas. Incluso luego estoy en YouTube viendo tonterías pero tampoco es tanto, la verdad no siento estar tan enganchado a las redes sociales hoy en día.

E11: Yo depende del contenido que se va dando diariamente, por decir, un concierto o alguna publicación que suben mis amigos pues si es de mi interés y después veo un video que se va ligando y es de interés pues lo sigo viendo. Todo es cuestión del contenido que se suba ese día o el momento libre que uno tiene, bueno, en lo personal, pues como yo trabajo realmente pues aunque el contenido sea algo bueno pues lo debo de cerrar si me llaman y pues me meto en mi trabajo y es una jornada laboral que me consume mucho tiempo y

también por el tema laboral yo ya no tengo mucho tiempo para ver ese contenido o para estar en redes sociales.

6. Moderadora: Ok, la siguiente pregunta es: ¿ocupas Facebook por gusto o por necesidad?

E1: Por necesidad de a veces saber qué hacen mis amigos o que me manden mensajes.

E2: Yo en el momento por gusto, por querer ver lo que está pasando, por lo nuevo, por los memes o por las desgracias que pasan algunas personas, entonces es pues lo gracioso de hoy en día pero pues solamente es por gusto.

E3: Yo igual siento que es como por gusto, para saber qué videos nuevos hay o a ver qué han subido.

E4: Yo igual por gusto aunque siento que Facebook y en general las redes sociales son ya una forma de comunicarte con el mundo exterior, entonces pues diría que es ambivalente en cierto aspecto.

E5: Yo por gusto pero siento que ya muchas personas la ocupan por necesidad por lo mismo de que ahí promueven lo que venden.

E6: Yo también la ocupo por los dos pero creo que es más por gusto, por el tema de la necesidad es porque debo de estar viendo las noticias y pues obviamente se tienen que estar actualizando y entonces tengo que estar ahí, si quiero ver memes es por gusto.

E7: Mmmm, como tal, Facebook es más como un medio de entretenimiento, pero pues también ofrece información, entonces por necesidad no porque podríamos vivir sin él como lo comenté anteriormente, pero también sirve como una herramienta que me ayuda a

informarme de los sucesos que pasan todos los días, de encontrar a personas que pensé que no volvería a ver, estar en contacto con familiares que viven en otros países.

E8: Yo lo ocupo por las dos maneras: por gusto para estar conectado con mis amigos viendo videos, etcétera y por el trabajo tengo que estar viendo qué publican las marcas que son competencia para la agencia para la que trabajo y pues entonces diría que un 60-40, 60 por gusto y 40 por trabajo

E9: Yo igual considero que es 100% por gusto porque sí ciertamente es como un medio de comunicación, como ya mencionaron, por la venta de artículos y todo este tipo de cuestiones pero al menos desde mi perspectiva es más por gusto, de querer estar ahí y no querer reemplazarla por otras plataformas, entonces sí, yo siento que es más por gusto.

E10: Pues yo igual por gusto, o sea es puro entretenimiento, realmente podría ocupar ese tiempo para hacer cualquier otra cosa y sin embargo lo ocupo ahí, entonces no es como un tiempo que necesariamente tenga que pasar ahí, entonces sí, igual 100% por gusto.

E11: Anteriormente, antes de entrar a trabajar pues era por gusto pero pues ya posterior pues el trabajo también me lo demanda y pues igual de acuerdo al trabajo que tú tienes pues debes de estar informado, como bien lo mencionó Charly, por decir, de la competencia o algún tema interesante que le pueda importar a la empresa que puedas aportar, entonces si es para venta de artículos o para informar a la marca de las competencias que hoy en día existen para el consumidor.

E8: Me gustaría complementar un poco el comentario. Creo que no es tanto como porcentaje, como dije, porque si me meto a ver cosas del trabajo me van a seguir saliendo

memes, entonces pues es inevitable reaccionar ya que estoy ahí, pero pues no lo limitaría como a porcentaje pero sí lo utilizo por las dos.

7. Ok, gracias. La siguiente pregunta ¿alguna vez el contenido de Facebook te ha afectado? Fotos, comentarios, likes, ¿qué haces para lidiar con ello?

E1: Mmmm, algunas veces, la verdad muy pocas, ya sea por comentarios o por likes.

Moderadora: ¿Y cómo le haces para lidiar con ellos?

E1: Pues ignorarlos solamente.

E2: Pues hoy en día no, en el pasado sí pero pues con el tiempo se te resbalan los comentarios, las publicaciones y entiendes que son comentarios de personas que no te conocen, que no saben de ti, entonces pues no.

E3: Pues más que nada es por lo que me digan mis amigos porque si es una indirecta depende de cómo la tome, si le doy importancia o no, porque si es de mis amigos pues yo sé que así me llevo con ellos y ya.

E4: Pues es que, en lo personal, me ha afectado y no me ha afectado a la vez porque es un comentario virtual pero yo siento que claramente hay diferencia entre el anonimato que se mantiene en Facebook y en la vida real, entonces yo siento que sí está complicado porque hay veces en las que los anonimatos sí te pueden herir en la vida real, y pues diría que es un 50-50.

E5: A mí sí, no tanto por lo que pase en Facebook pero sí por lo que veo. Creo que nos hemos vuelto personas que nos burlamos de tragedias haciendo memes y al final de cuentas pues sí hay como algo malo en esas cosas y nosotros como riéndonos y ya después igual te

integras a todos porque pues todos se burlan pero pues ya lo que haces es ignorar y no decir nada porque pues al final de cuentas de nada te va a servir pelear con una persona que detrás de otra pantalla.

E6: Yo creo que igual tiene que ver con la inmediatez de cuando vez algo, poniendo de ejemplo el video de My Little Pony, debo de confesar que a mí igual me dio risa y ya después lo volví a ver y pensé “creo que si le hubiera pasado a alguien muy cercano a mí yo también me hubiera enojado y no me hubiera burlado”, creo que ya después de que lo piensas y lo racionalizas dices “¡ah, no, sí está mal!” pero pues mientras no pase eso tú también te unes y te sigues burlando o si es de lado contrario pues lo tomas personal, y pues ¿cómo lidiar con eso? yo creo que ignorarlos porque no tenemos el derecho de juzgar a otra persona si no sabemos completamente nada de ella

E7: Nunca me he sentido afectada por Facebook, en algunas ocasiones sí sentía, bueno, hace mucho tiempo en una relación, sí sentía que pues las cosas serían mejor sin redes sociales porque se da mucho esto de encontrar mensajillos o cosas así que pues sí te afectan en cierta forma, pero así de plano me haya hecho daño, pues no.

E8: A mí sí un 100% por cosas que he visto que suben amigos o parejas, ex parejas, familiares, lo que sea, pues sí repercute en uno de cierta manera y también yo creo que es porque detrás de la pantalla pues se nos hace muy muy fácil, o sea, al convertirnos es una persona virtual que no nos pueden dañar físicamente al momento pues se nos hace muy fácil decir lo que sea y juzgar lo que queramos, entonces creo que últimamente he visto más ofensas, más comentarios directos y cosas así que pueden tener consecuencias graves y siento que nuestra generación está perdiendo la sensibilidad de lo que pueden causar las palabras, entonces completamente sí me ha pasado eso y, ¿cómo lidio con eso? pues

pensando que es una red social que va más allá de algo que puedes leer de cualquier persona que vive del otro lado del mundo de lo que piense de ti o te diga pues no te va a afectar en la vida real, no debería, aunque sí puede pero no debería.

E4: ¿Puedo tomar la palabra?

Moderadora: Adelante

E4: Pues ya pasó, justo hablando del video del niño de My Little Pony y que le están diciendo “¡ay, eso es para niñas!”, o sea, ese tipo de cosas y que hasta él dice “¡oye, esto es un insulto para mí!” y se volvió meme ¿no? pero a fin de cuentas yo siento que ya está como trascendiendo esta forma de hacer reír a las personas o por tener viralidad en redes sociales y siento que podemos llegar a extremos porque no hay límites, entonces yo siento que pues está muy fea la situación.

E3: Y bueno, a final de cuentas respecto al video que Brenda comenta, pues es una persona que tiene una enfermedad y pues uno se burla de esa persona pero no sabes cómo se sienta la persona y más porque tiene su discapacidad porque no sabemos si le afecte más o no le afecte tanto a su vida.

E9: Sí, al ver comentarios o ver fotografías si ha llegado a tener cierto efecto, cierta repercusión en mí, pero algo que también he notado es que influyen mucho nuestros estados de ánimo, por ejemplo, una persona puede publicar cualquier cosa y nosotros lo vamos a llevar y a interpretar a un contexto personal, entonces ¿cómo llego a lidiar con este tipo de cosas? Pues literalmente es desconectarse, entender que a final de cuentas las personas tienen la libertad de expresarse como quieran, y como lo han mencionado anteriormente, es triste que se esté distorsionando de esta manera, que caigan en estos

extremos donde literalmente ya nada es sagrado y puedes meterte con cualquier cosa, pero sí literalmente para sobrellevarlo al menos yo lo que hago es desconectarme de este tipo de cosas, racionalizar qué es lo que yo estoy haciendo y pues finalmente separar las cosas, lo que es en las redes sociales y lo que aplica en mí.

E10: Primero que nada yo considero que hay dos tipos de contenido que pueden afectar como se plantea la pregunta. El primero sería como de orden público o político o general, y el otro sería algo como más personal o privado o íntimo. O sea, lo primero pues es de hecho muy triste porque tú ves noticias muy serias de diferentes acontecimientos en diferentes partes del mundo y te metes a la caja de comentarios y encuentras cada estupidez que te saca de onda porque ni siquiera es el hecho de que tengas una postura tal o cual ¿no? sino que simplemente hay una ausencia de argumentación en todo lo que ves ahí y es puro balbuceo y pura estupidez y eso sí afecta, a mí personalmente me entristece un poco y desearía que no fuera así, que hubiera más capacidad crítica para confrontar cosas que son importantes, y en el otro ámbito, que es el personal, pues ya sea el comentario de algún familiar, de una amistad de una ex pareja, etcétera, pues sí me he visto en la situación en la que veo un comentario, una foto o lo que sea que a mí me afecta por una u otra razón y pues lidiar con eso consiste en tratar de tranquilizarte, varía mucho dependiendo de la situación que se trate pero pues creo que solo sería no darle tanta importancia a una relación que no es frontal, algo que está ahí como una indirecta y no tienes que darle tanto peso quizás.

E11: Claro que sí me ha afectado, más por el tema de tomarse las cosas personales o el estado de ánimo de cada persona. Yo considero que las redes sociales son un arma de doble filo, la apertura en la comunicación virtual es de doble filo, porque si bien en esto se

presenta contenido tal vez no apto para las nuevas generaciones, porque siento que las nuevas generaciones tienden a ser muy sensibles en este aspecto por lo mismo de estas aperturas que se da en las comunicaciones y también se ve muy contaminada, porque si antes lo veíamos con las noticias, o sea, tú lo ves en la tele pero se puede manipular muy fácilmente, entonces pues todo este contenido que se ha generado desde la apertura de redes sociales hasta ahorita pues es muy contaminada, o sea, tú solo sabes lo que ves en la pantalla pero tú no ves el contexto desde afuera, entonces es muy complicado, pero también las redes sociales te ayudan a muchísimas cosas, por decir en el tema de informar los acontecimientos históricos que antes no podías saber que son de otros países y esto está muy padre pero ahorita están manipulando todo para estupideces, o sea, qué importancia le puedes dar al video de un gato bailando ¿cómo puede tener más vistas un gato bailando que tal vez una noticia importante de alguna cura de alguna enfermedad o de algún acontecimiento históricos o científico?

8. Ok, ahora, ¿cambiarías algo de Facebook?

E1: Mmmm, pues que restrinjan un poco más los comentarios.

E2: A mí me gustaría que fuera más como YouTube, que tuviera más censura porque puede afectar a las generaciones que vienen debido a que pueden normalizar las tragedias.

E3: Pues yo igual limitaría más los comentarios. De hecho hubo un tiempo en donde Facebook restringía los comentarios, porque cuando tú ponías una grosería de inmediato se bloqueaba pero ya después con el tiempo eso dejó de pasar y como que ya te las dejaban poner.

E4: Pues yo no lo sé, yo diría que sí pero la verdad no sabría qué específicamente.

E5: Yo creo que sí, igual que restringieran ese tipo de cosas pero creo que sería muy difícil.

E6: A mí no me gusta que los niños estén tan adentro de este mundo porque son muy pequeños y es muy fácil acceder a este tipo de plataformas y eso es una de entre muchas cosas que yo cambiaría.

E7: Lo que cambiaría de Facebook tal vez sería que la gente tuviera un límite para estar en la plataforma, así como poner que estuvieran máximo dos horas al día por persona y ya después no poder hablar la plataforma, siento que estaría súper padre porque siento que no estaríamos tan enganchados a este tipo de medios.

E8: Pues yo lo que cambiaría, o más bien, afinaría sería la política de privacidad de las fotografías porque puedes meterte a un perfil y descargar la foto sin problemas, entonces eso es como información más delicada porque si la subes pues pertenece a la página pero que no sea tan fácil para los usuarios externos manipular esas fotografías.

E9: Yo de hecho concuerdo con los dos comentarios anteriores. Sí me parece muy importante que ciertamente haya un rango de edad para el acceso a estas redes sociales porque si bien hemos tocado temáticas tipo “¿cómo te afectó ver cierta imagen o cierto comentario?” pues transportarlo a menores de edad o en este caso niños incluso, pues obviamente estamos hablando de un tema muy delicado y respecto a la seguridad también porque pues he sabido de muchos casos que han llegado incluso al robo de identidad, personas que se hacen pasar por otras y las meten en problemas, y es algo en verdad muy fuerte y es muy triste que no se tomen las medidas necesarias para evitar este tipo de cosas.

E10: No sé si se enteraron que hubo una noticia que decía que Facebook iba a quitar la visibilidad de las reacciones lo cual me parece que está muy bien porque justo esa vanidad

extrema y esa obsesión que desarrollan las personas por querer estar viendo quién le dio like, cuántos tienen y que las demás personas noten todo eso como que sí puede producir mucha ansiedad, como una patología social que puede desencadenar muchos tipos de enfermedades mentales, entonces creo que ese tipo de iniciativas que traten de inhibir esta cuestión que tiene Facebook y las redes sociales en general de producir este tipo de formas de ser en las personas pues me parece bastante adecuado, como tratar de buscar un espacio de interacción más sano me parece un camino bastante adecuado. Entonces yo diría que es justo quitar esa visibilidad.

E11: No he pensado detenidamente en esa pregunta pero al final podría ser con el control de los videos que sean más sensibles ante los usuarios de menor edad, porque recuerdo claramente una anécdota que por decir, de algunas páginas que dicen “si eres menor de 18 años dale que NO y si eres mayor de edad dale que SI” y te dejan entrar, o sea, cualquier niño que tenga 5 años y si le da que sí va a entrar, un control de esa magnitud no creo que sea posible pero es sumamente complicado actualmente, entonces sí sería más como restringir el tema del contenido sensible.

9. Moderadora: La siguiente pregunta es ¿qué ha sido lo bueno y lo malo que te ha dejado Facebook?

E1: Mmmm, lo bueno pues que puedo estar más en contacto con mis amigos y lo malo pues que puedes contactar con personas que no conoces y de alguna manera eso te puede hacer daño.

E2: Lo bueno es que pues sí estás más en contacto con tus amigos, con tus conocidos o familiares y hasta de otros países que también son familiares, y lo malo pues, más bien no

sería malo pero pues es que te aburres de lo mismo y quitas la aplicación pero regresas a lo mismo porque quieres actualizarte.

E3: Lo bueno es que es una comunicación más fácil porque solamente buscas a la persona con la que quieres hablar y ya te aparece y ya le mandas mensaje y ya, y lo malo es que pueden tratar de extorsionar porque luego mandan links raros y si lo abres pues te pueden hackear, a mí me pasó una vez de que me mandaron un link y dije “¿qué onda con esto?” y ya entré y ya de repente todo mi Facebook apareció con imágenes de niños desnudos y me saqué de onda y luego luego eliminé mi Facebook porque sí me saqué de onda.

E4: Yo creo que lo bueno sería que tiene la accesibilidad de toda la información de prácticamente todo el mundo y lo malo, lo detecté desde mi adolescencia, que normalmente surge una crisis de identidad que no sabes quién eres y yo siento que justo de tantos matices y tanto que hay luego te confundes y te preguntas “¿para dónde voy? No sé, no sé”, eso y la privacidad y la seguridad porque crean perfiles falsos y ya me ha pasado dos veces que tengo cuentas falsas y yo así de “¡no inventes! ¿en qué momento pasó?” y crea cierta ansiedad y miedo.

E5: A mí lo bueno, pues yo creo que la información y pues el hecho de que te puedes comunicar con personas que a lo mejor no tienes cerca o a lo mejor tiene mucho que no los ves, y lo malo pues, aparte de todo lo que dijeron, creo que el tiempo que me quita, que no me doy cuenta de todo el tiempo que estoy ahí.

E6: Yo coincido con los comentarios de todos hasta ahorita. Lo malo pues es la cuestión del tiempo porque en verdad quita mucho tiempo, la ventaja es que puedes encontrar fácilmente a personas que aunque estén lejos de ti o que perdiste contacto, una vez encontré

a un tío que tenía muchos años sin ver de Cancún, y lo bueno es el acceso a la información está chido pero la cuestión de seguridad, la verdad no.

E7: Lo bueno que me ha dejado Facebook, pues es que siento estoy repitiendo mis respuestas pero, lo bueno, o lo mejor, pues es que lo he utilizado como medio cultural, a mí me gusta mucho viajar, entonces ahí suelo ver como publicaciones, imágenes, muchos blogs de visitas, de viajes guiados que me han servido para cuando he emprendido un viaje pues ya sé recomendaciones entre otras cosas. Lo malo que me ha dejado pues yo creo que en algún momento la necesidad de querer más likes o comentarios de las personas que yo creo que en algún momento todos lo hemos sentido, creo que inconsciente o consciente, todas las personas pues tenemos las redes sociales para eso para sentir esa parte de la aceptación social y pues no es tan bueno eso.

E8: Pues como punto bueno pues el acceso a la información, que podemos saber cosas de todo el mundo porque a fin de cuentas es un medio de comunicación que podemos usar tanto bien como para mal. Si retomamos la información que tenemos ahí puede ser muy productivo para nosotros, en cuanto a noticias o las tendencias, puedes estar cerca de tus amigos, ver qué hacen, etcétera, pero como punto malo pues igual esa información puede ser utilizada para fines que tú ni siquiera sabes, a mí ya me clonaron mi perfil, se roban mis fotos y pues no sé cuál sea el propósito de esas personas pero pues a fin de cuentas te está involucrando a ti y te puede meter en problemas legales. Eso y que pues también te envuelves, te vas perdiendo ahí por mucho tiempo y pues eso no es tan bueno.

E3: Es que como tal eso de clonar perfiles, es como lo decías tú (E8) al momento de subir una foto pues ya es parte de la página, pero es igual es lo que comentaban de la privacidad de que otros usuarios no puedan robar tu foto porque en el celular toman *screenshot*

(captura de pantalla) y la foto la tienes ya tú y he sabido de personas que tienen como tipo envidia o que te quieran hacer a ti un mal, porque a final de cuentas pues hay gente mala y pues no sabes en qué momento te puede pasar algo, y pues a cualquiera.

E9: Yo creo que la ventaja, y ya la acaban de mencionar muchas veces, es esta parte de la comunicación, pero también lo que acaban de mencionar que literalmente te puedes encontrar a cualquier persona, ya sea un amigo, algún profesor o equis cuestión, entonces sí es una manera muy eficaz de acercarte a las personas, obviamente la desventaja, y algo que me parece que hemos estado hablando desde un ratito, es esta cuestión de la privacidad, es el hecho de que nosotros, y es interesante porque incluso Facebook lo dice, tú al aceptar los términos y condiciones de la página tú ya eres un ser público y pues así como tú te vas a sentir en la libertad de subir tus cosas, habrán personas que están en libertad de hacer este tipo de cosas, obviamente, pues suena feo pero literalmente es un deslinde que ellos hacen, y pues nada más como anécdota, hay un fotógrafo muy famoso que de hecho es famoso por fotos que él se roba de Instagram, él se mete a Instagram, saca fotos padrísimas y las registra con derecho de autor y ¡pum! las plasma, entonces muchas personas están en contra de él pero en entrevistas recientes él ha dicho “las personas tienen que entender que cuando tú aceptas estar en redes sociales literalmente es como si te vendieras. Entonces si no tienes cuidado con lo que subes, cualquier persona va a poder hacer lo que yo hago con tus cosas”.

E8: Aquí un punto adicional es que incluso Facebook lucra con la información de todos, o sea, a nosotros como agencia (Ogilvy) nos vende información de qué tipo de target es el que te funciona para que tus anuncios le aparezcan a esa persona y la agencia paga y ahí es

donde Facebook saca el dinero, de la información de todos y a final de cuentas pues nosotros no recibimos nada más que pues el servicio de la plataforma.

E10: Bueno, yo pienso que una de las cosas que hay que valorar mucho de espacios y de plataformas como Facebook es justo una plataforma potencialmente democrática, en el sentido del flujo de la información, porque justo antes de estos medios, digamos, los espacios noticiosos eran jerárquicos, o sea, era un lector pasivo que nada más recibía cierta información a través de su acceso a noticias televisivas, periódicos, etcétera y lo que posibilita Facebook es el que puedan fluir noticias que antes podían ser escondidas por ciertas instancias y entonces eso hace que los ciudadanos estén más enterados de cosas que justo antes se mantenían en la sombra, eso está súper chido y creo que es algo que hay que mantener y justo esa cuestión del manejo de datos con fines comerciales es esa otra contratendencia que tiene Facebook a privatizar esos espacios, o sea, piénsese por ejemplo, la “criptomoneda” que quiere hacer Facebook libre, pues es un arma súper peligrosa porque tienen acceso a un montón de información de los usuarios y si metes una moneda estás logrando un ambiente comercial súper oligárquico y monopolístico, entonces creo que lo importante es luchar contra esas tendencias, por ejemplo, que ha habido en Europa por querer privatizar el internet, en general, porque pues internet surge como un espacio de libertad, de libre uso, libre acceso, etcétera, entonces yo creo que lo bueno es éstas posibilidades que abre y lo malo es que también se puede utilizar como una contratendencia para pues manipular, hacer como que los consumidores se vuelvan más controlados por ciertos ámbitos, y pues yo veo esas dos cosas.

E11: No quiero ser repetitivo en todos los puntos que ya mencionaron, estoy de acuerdo, pero me gustaría hacer énfasis en algo malo, el factor salud actualmente por las redes

sociales también es un tema muy complicado porque el tener esa tendencia de estar únicamente en el celular y ni siquiera moverse o estar nada más sentado o acostado pues eso ha obligado a que el índice de personas con obesidad en México aumente aún sabiendo que estamos en el top y eso también a mí me entristece de alguna manera de que las personas nos hemos vuelto muy pasivas en ese aspecto, ya no tenemos ganas de hacer ejercicio, preferimos estar con un celular, ni siquiera podemos tener una conversación entre nosotros, yo veo que las personas, las nuevas generaciones es así de que están en el celular y teniendo a una persona a lado o estás en un café y en un grupito todos están con su celular y pues se supone que se reúnen para hablar entre todos y ¿por qué están en el celular? O tomándole foto a su comida y publicándola que, aclaro, también yo lo he hecho y pues no es como que generalice, aquí el tema es que ya estamos tan metidos en las redes sociales que nos olvidamos del mundo que está allá afuera, el convivir, el reírse con las demás personas, el conocer a las demás personas de frente, y pues antes de que el celular estuviera tan marcado en nuestras vidas, el día a día era más chido.

E4: También siento que influye, por ejemplo, como ésta nueva forma de comunicación que ya se está normalizando que todos estén en el celular y que todo sea digital, también siento que uno al ver como tantas noticias crueles como que uno hasta pierde la sensibilidad y por ejemplo, nosotros lo vemos porque nos tocó esto de salir a jugar y no había tanta tecnología en nuestra infancia, pero vemos cómo ha ido evolucionando todo esto y siento que las nuevas generaciones ya están desde chiquitos con el Xbox y todas esas consolas, y también veo generaciones como ya mayores que, por ejemplo, pasa en el transporte público que dos señoras se ponen a platicar y terminan trapeándose entre ellas y yo me pregunto ¿por qué yo no lo hago con alguna persona de mi edad que vaya a mi lado? Porque siento que ya

estamos muy ensimismados en nuestra persona virtual y ya la real hasta nos causa un poco de ruido, como que nos causa mucha presión.

E3: A mí, por ejemplo, me ha tocado gente que va en el transporte público y todos van en el celular y no saben ni lo que pasa alrededor, no saben nada. O igual me ha tocado ver que las personas van caminando y de repente suena su celular y lo sacan y ahí es cuando se los roban o también me ha tocado ver gente que saca su teléfono y pasan personas en moto y se los arrebatan.

10. Moderadora: ¿Qué sientes cuando te despegas de la plataforma después de estar horas enganchado?

E1: Me siento extraña de que ya no veo tantas cosas y veo la vida real y es diferente.

E2: Pues al principio rara pero también aparte te sientes bien porque te das cuenta de cosas que no veías o no admiras porque yo sí estuve un tiempo sin conectarme a una red social y me hizo bien porque me conecté más con personas que tenía cerca, conocí más cosas que no tenía idea, puse más atención en cosas chiquititas. Entonces, pues mal al principio pero bien porque te das cuenta que no siempre es internet y que puedes enterarte por otros medios.

E3: Pues como que de alguna aplicación o plataforma pasas a otra y ya después buscas algo más como tú mismo, como un juego o algo así, ya después como que tú mismo ya dejas el teléfono y a mí como que se me cansa la vista, como que te quedas con los ojos llorosos.

E4: Después de pasar tantas horas en redes sociales digo “ya” y las dejo y la verdad me siento aliviada porque pues tengo una vida real y empieza esto de que estamos acostados y

digo “ya, o sea, no me he movido en tanto tiempo que estuve aquí” entonces es como que debo de activar mi cerebro y mi organismo y entonces sí me siento aliviada.

E5: Yo bien porque pues regularmente ya cuando lo dejo es como “pues ya vi todo, ya me aburrí” y pues ya es como el empezar a platicar con mis papás y convivir con los demás y no estar ahí y pues me siento bien.

E6: Me desconecto para conectarse al entorno. Yo sí me he dado cuenta de que me fatigo o me estreso de ver tanto y digo “¡ay, no! ya fue muchísimo” o enterarme de cosas feas, más que nada noticias en cuestión de seguridad y es cuando digo “ya fue mucho” e incluso me cansa mucho la vista o estar en cierto posición se me cansa el cuello o ya me empieza a doler la cabeza y ahí es cuando digo “ya fue muchísimo” o cuando ya me regañaron mis papás porque me piden atención y me cae el veinte y noto que fue mucho tiempo desperdiciado.

E7: Pues nunca he estado horas pegada a Facebook porque tampoco soy adicta a la plataforma pero es padre porque, como te comentaba, lo dejé por dos meses y la verdad es que pues es una vida completamente diferente, o sea no tener redes sociales es encontrar como más cosas de ti que no conocías, poderte realizar un poco más, el hecho de estar en la comida y poder estar platicando y cosas así que pues ahorita se han hecho muy malos hábitos desde que existen las redes sociales porque las personas ya están más pegadas al celular que a las pláticas.

E8: Pues se siente bien porque como que te conectas otra vez a la vida, o sea, te desconectas de la plataforma y te conectas a la vida real. Lo ideal es que estés en las dos, o sea, que no te tienes que desconectar de la realidad para que estés en Facebook porque a fin

de cuentas es una herramienta que te ayuda a complementar la vida que ya tienes, no centrarte a que tu vida sea ahí, o sea que tu vida no sea en la plataforma, entonces pues en sí no me he puesto a pensar en eso y no creo que sea algo que me perjudique, la veo más como un complemento.

E9: Igual yo destaco dos puntos que son el sentir físico y el sentir emocional. En cuanto al sentir físico pues sí, claro que es una fatiga, tan solo la luz de la pantalla es desgastante y pues si hablamos de interacciones prolongadas, pues sí, como mencionan, estas jaquecas, entumecimiento del cuerpo y cuando me desconecto pues siento esta necesidad de activarse corporalmente, de salir a caminar, casi casi un “respira un rato”, y pues a nivel emocional ésta cuestión de que ya te cansaste de estar viendo, de estar escuchando, de estar leyendo, es ésta necesidad de querer volver a interactuar en lo que haces normalmente.

E10: Yo más bien diría que en realidad no se siente absolutamente nada y esto es por la sencilla razón de que pues esas interacciones con el celular y meternos en nuestras redes, ver el inicio, ver memes, ver todo lo que sale ahí, pues yo creo que ya es algo muy normal en nuestra vida, ya lo tenemos demasiado interiorizado y yo digo que es como normal porque piensen en cuando van a ver una película que los conmueve mucho y salen del cine y el mundo cambia, es muy diferente y tú cuando interactúas con Facebook no te sucede eso, pienso yo, porque más bien siento que es algo normal, entonces pasar tres horas ahí y de repente dejarlo para bañarme, para comer o para hacer cualquier otra cosa pues es absolutamente indiferente y esto es un síntoma, desde mi punto de vista, de que ya forma parte ordinaria de nuestras vidas, ya es algo común, ya es tan normal como ir a la escuela o platicar con los papás o comer, etcétera, entonces yo diría que nada, que es normal.

E11: Yo digo que tiene de los dos, al menos de cuando te despegas de estar tanto tiempo en el celular dices “¡vaya, cuánto tiempo perdí” y te acuerdas que tenías que hacer tarea o hacer algo del trabajo y pues en ese aspecto pues sí es algo que está mal, pero al final también es bueno porque te desconectas de eso y empiezas a ver tu entorno, lo que realmente importa, a tu familia, o luego te das cuenta de que fallecen personas cercanas a ti y te preguntas ¿por qué no hablé tanto con ella? Y pues era porque estabas en el celular y piensas en que no valoraste esos momentos por haber estado en el celular, entonces digo, es un tema muy complicado esto de las redes sociales.

E4: A mí me gustaría rescatar un punto que ya mencionaron. Hace rato comentamos si las plataformas sociales eran una necesidad o un gusto, y ahorita que estoy escuchando a todos yo diría que no es una necesidad pero sí se está volviendo prioridad, porque cuando te despiertas ves el celular y el primer contacto que tienes no es con tu vida real sino es con tu vida virtual, entonces yo siento que de pasar a ocio ya se está pasando como una prioridad que incluso hasta trasciende porque es como “primero chateo y ya después hablo con mis papás que están a lado mío” y yo siento que se está distorsionando mucho esto de “un día ordinario” como decían hace rato.

E8: Yo ahorita me puse a pensar en la pregunta que hiciste y debemos de entender las razones por las que te sales, o ya te aburraste, o te llamaron la atención o hay algo externo que te hace ver hacia afuera; entonces si ya te aburraste lo primero que vas a sentir en cuanto cierras la plataforma es como “pues ya quiero hacer otra cosa porque ya me aburrí de Facebook ¿ahora qué hago?”, la segunda es porque de plano te llamaron la atención y ya lo debes de dejar y la tercera de que pasó algo afuera que te hizo voltear y depende de qué

haya sido y la reacción va a depender del motivo que te haga salir y yo creo que también iría más o menos por ahí.

11. ¿Te gustan los juegos que tiene Facebook? ¿Cuáles has jugado?

E1: Mmmm, el primer juego que usé fue Dragon City y fue el único que me ha gustado, los demás ya no.

E2: No, no he utilizado ninguno. O sea, sí me han invitado a lo de Candy Crush y todo eso me aturde y no quisiera como que darles la respuesta de “ok” y ser de las personas que mandan la invitación porque si a mí me molesta menos quisiera molestar a las demás personas, entonces a mí no me gustan los juegos.

E3: De hecho yo cuando empecé mi Facebook fue por un juego que estaba de unos cochecitos, que armabas tu coche y fue cuando yo hice mi Facebook y ya después tenía que mandar solicitud para piezas y dije “¿pues para qué voy a molestar a más gente?” y pues creé otro Facebook para enviarme las cosas. O sea, para no molestar a alguien hice otro y me enviaba de uno a otro, y creo que ese fue el último juego que me ha interesado que lo utilicé.

E4: Pues yo la verdad no he jugado en Facebook, nada más veo que Candy Crush pero pues no. O se me ocurre tal vez como estos test de “descubre qué tipo de pozole serías” y pues solamente eso.

E5: No, yo no, nunca he jugado ni sabía que existían.

E6: No sé si cuenta como juego porque la verdad no me acuerdo bien, pero creo que era “preguntados” o algo así e igual las preguntas de los test y pues fue lo único.

E7: Nunca me he metido a jugar juegos de Facebook.

E8: No, yo tampoco nunca me he metido a ningún juego de Facebook.

E9: Yo sí, cuando empezó el boom de *Angry Birds*, Facebook sacó su versión pero era una versión competitiva, te ponían el tablero de “ah, tus amigos están jugando este juego” y pues ya te metías, en primera por el afán de tirarle el score a tu amigo y ponerte ante él y pues era chistoso porque extrañamente yo así hice muchos amigos en esta competencia de *Angry Birds*, de quién hacía más puntajes y de hecho tengo una anécdota chistosa, cada viernes me acuerdo que yo llegaba de la escuela y era así como “a ver si no han tirado mi score” y sí, ya me lo habían tirado y era como “no ma, tengo que volver” y ¡pum! otra vez, entonces era una cuestión competitiva muy divertida y pues básicamente fue eso.

E10: No pues yo igual nada más “preguntados” y hasta ahí.

E11: Candy Crush y por presión social porque era “¡ay, tienes que jugar porque me tienes que mandar vidas!”

E8: Ahorita Jess me recordó algo importante de “Confeti”, o sea sí lo llegué a jugar un par de veces pero tengo amigos de verdad que están obsesionados, paraban el trabajo para entrar a Confeti, incluso directores y todos eran de “a ver, espérense, ya va Confeti” y era de ¡wow!

E10: ¿Es para ganar dinero?

E8: Sí, pero el hecho es que es el primer juego en streaming que da dinero conforme vas contestando, entonces la neta es un juego muy bien pensado que está muy chido porque ahí si ganas algo real, no ganas monedas para comprarte una armadura de pato o algo así, sino ganas dinero real, ganas dólares, entonces está bueno.

E3: Pero ahí estaba chistoso porque decían “de cien mil pesos es el premio” y veías a todas las personas que estaban y eran quince millones de personas y ya lo dividían y salía una cantidad como de cero sesenta y tres centavos.

E8: Sí, exacto, pero a fin de cuentas por responder diez preguntas pues está bien. Entonces ese juego está cañón, yo creo que fue como pionero.

E3: Sí, porque aparte sí le ayudó mucho a Facebook a subir, sí lo pensó muy bien.

12. ¿Consideras que es posible sumergirse de forma mental con la plataforma, al punto de quedar fascinado?

E1: Mmmm, no, porque de igual manera pues no es tan bueno que entres de lleno a una aplicación que en cierto punto no es tan real.

E2: Yo digo que no porque en sí estaría desconectada de las demás personas y de todo lo que está a tu alrededor, entonces no está tan padre la aplicación para llenarte por completo, o sea no están tan chida para estar al cien porque hay más cosas que están mejores, también aparte estaría mal por salud mental y físicamente y neuronalmente.

E3: Yo siento que depende de la persona porque hay personas que en verdad no hacen nada. Yo a veces me pongo a pensar como en las personas que tienen su página de memes, o sea imagínate a esas personas que tienen una página de memes, buscan qué es lo más nuevo, buscan en las noticias y hacen un meme y ese tipo de personas realmente sí están muy entradas, y hay personas que la verdad no.

E4: Pues de que es posible, sí, porque justo hay como ciertos sitios que ya son muy demandantes y hay gente que sí está propensa a caer en este tipo de estrategias que justo

Facebook crea, y no solo Facebook, hablando de todas las redes sociales, pero pues sí es posible.

E5: Yo digo que no porque pues ya hasta cierto punto te aburres, o sea no creo que neta pueda haber alguien que pase todo el tiempo en Facebook.

E6: Yo estoy muy lejos de llegar a ese punto, pero también creo que hay personas que nada más su mundo es Facebook o cualquier red social.

E7: Sí, yo creo que debe de haber personas que se fascinan tanto con la red que a lo mejor hasta se vuelve necesaria. Yo platicando con amigos o compañeros, cuando les comentaba que había cerrado mis redes por un tiempo todos se quedaban impresionados y me decían como “ay, yo no podría vivir así” o “¿cómo le haces?” o “¿por qué haces eso?” o cosas así que pues sí me sorprendieron porque al final yo también pensaba que yo no podría vivir sin redes sociales y fue una meta para mí el demostrarme que pues si había nacido sin red social pues también podía vivir sin ellas.

E8: En mi persona, no, y sería muy difícil que yo haga eso, incluso mis conocidos más cercanos, no, pero sé que seguro sí hay gente en el mundo, en alguna parte que incluso ya está, porque por ahí escuché “tratamientos de rehabilitación de redes sociales” porque hay personas que se la viven ahí y su vida está ahí, entonces estoy seguro que sí, por ahí ha de haber algunos.

E9: Aquí lo importante que mencionas es esta palabra, la “fascinación”, entonces como tal sí creo, como acaban de mencionar anteriormente, hay personas que pues literalmente se sumergen en estas cuestiones y ya se tocó el tema de que incluso hay rehabilitaciones para este tipo de personas y pues es por algo y pues a nivel personal yo creo que hemos

expresado hasta el momento que es muy difícil, pero pues que algo sea muy difícil no creo que personas no tengan esa clase de apego a las redes sociales, entonces yo creo que sí.

E10: Yo diría que sí pero con matices, en el sentido de que las funciones que tienen esas redes sociales es como que están orientadas a interacciones fugaces, puedes pasar un rato y después dejarlo, y estas así como yendo, viniendo, yendo, viniendo, y justo lo digo porque esa absorción se da en plataformas como tipo de realidad virtual, tipo videojuegos, o second life o cosas que te posibiliten justo una interacción permanente y ahí es donde está la posibilidad de una absorción total, de que la gente se olvide completamente de su vida y que se dedique únicamente a estar jugando el videojuego que más le gusta o estar en su perfil o avatar de realidad virtual, etcétera, y con las nuevas tecnologías justo esto se va potenciando y se va haciendo cada vez más agudo, pero en Facebook se puede decir que sí pero con ese matiz de que Facebook te permite por sus mismas funciones no estar ahí permanentemente, o sea aunque tú pases muchas horas al día ahí puedes estar intercalando con cualquier otra cosa en realidad, entonces creo que el fenómeno de la absorción así como en toda su potencia está en otro lado, no en las redes sociales.

E11: En lo personal yo no, sin embargo, y voy a ser muy repetitivo, el tema de las nuevas generaciones que crecen con eso, sí, ¿por qué? porque eso es su vida, al final yo creo que los que crecimos con otro tipo de ambientes es lógico que pues no buscamos eso, porque somos muy retros y como que el estar conviviendo con amigos sin necesidad de un celular o sin necesidad de estar mucho en el celular porque tenemos ese sentimentalismo hacia lo retro, hacia lo que podíamos hacer antes de Facebook y las nuevas generaciones, me ha tocado con sobrinos o niños en las calles, que ya les crean sus cuentas de Facebook y están en el celular nada más jugando Candy Crush, Dragon City o lo que sea, y yo creo que lo

van a hacer porque toda su vida han estado cerca de las redes sociales, entonces, yo en lo personal, no, pero considero, desde mi punto de vista que sí las hay y van más encaminadas hacia las nuevas generaciones.

13. ¿Has dejado de hacer alguna actividad por estar en Facebook?

E1: Sí, incluso en la escuela dejó de hacer algunas cosas que son importantes por estar viendo Facebook.

E2: En el pasado sí, pero Facebook en sí no porque no me llama tanto la atención, pero hoy en día no, en el pasado sí dejaba de hacer tareas o proyectos o poner atención en la escuela o pasar tiempo con mi familia por estar viendo lo que publicaban o lo nuevo, entonces pues hoy en día, no, pero en el pasado sí.

E3: Pues como tal dejar de hacer algo muy importante por estar en Facebook, como que no porque no le daba mucha importancia, como que me esperaba un rato y hasta que no estuviera haciendo absolutamente nada sí entraba y comentaba y pues todo hasta ese momento.

E4: A mí me pasa en la vida cotidiana y de hecho antes más, hace como unos ocho años o nueve, pues yo estaba en la secundaria, entonces yo me metía a Facebook por la computadora de escritorio, entonces me acuerdo que era como 31 de diciembre y mi tía fue a darnos el abrazo y yo ahí como en Facebook “¡ay, sí, ya me desearon un feliz año, ya le cierro! Ahora sí ¿qué pasó tía?” entonces yo siento que desde ahí empezó como esta parte que mencionaba antes de que ya se está volviendo prioridad en vez de mi vida real.

E5: Yo sí porque llega el punto en donde no nos damos cuenta ni siquiera ya cuanto tiempo llevamos perdido ahí cuando bien pudimos haber hecho pendientes que teníamos que hacer.

E6: Pues dejar de poner atención, resumido en esas palabras. Una vez iba caminando y estaba en el celular y estuvieron a nada de atropellarme por estar en el celular y específicamente en Facebook y no poner atención y obviamente no tenía que hacer eso y pues me pudieron haber pasado muchas cosas, no solo que me atropellaran, sino que me lo quitaran o caerme, qué sé yo.

E7: Sí, muchas veces, yo creo que igual a muchas personas nos ha pasado que antes iba en el transporte leyendo un buen libro y ahora pues ya dejaba de leer mis libros por estar metida ahí en Facebook viendo publicaciones, comentarios u otras cosas o incluso hasta la limpieza porque a veces tienes que recoger el cuarto o a lo mejor hacer un trabajo importante y pues llegas a la casa, te acuestas poquito y te metes un poquito a Facebook pero pues ya te quedas ahí clavado en los chismes o en las publicaciones.

E8: Pues así como un plan o una actividad programada que tuviera importante, no, pero ya después de usarlo obviamente pude haber ocupado el tiempo que estuve ahí en hacer algo mucho más productivo o avanzar con tarea, quizá, o bueno el punto de la escuela puede que sí dejas de poner atención pero así actividad programada como que tenía que recoger a mi hermana y ya no fui por estar en Facebook pues no tan grave.

E9: Yo definitivamente no, como había mencionado Diego anteriormente, una característica que tiene Facebook es que te permite simplemente desconectarte y si tú recuerdas la página en donde viste el meme o el carnal que la subió pues lo ves después, pero así como tal, no, sin embargo sí he procrastinado muchas cosas por otras cuestiones, Diego mencionaba

estos videojuegos que literalmente te atrapan, te encierran, te exigen en ese tipo de cuestiones sí he perdido mucho tiempo, sí he dejado de hacer cosas y sí me he distanciado de las personas por estar en este tipo de juegos, pero así específicamente Facebook, no.

E10: Pues justo el problema es la procrastinación, sabes que tienes que hacer tarea o tienes que hacer cosas en la casa o cualquier cosa pero algo menor, no es como dice Charly, no dejé ahí tirada a mi hermana por estar viendo memes, pero esas cosas como pequeñas y la desidia de hacer esto y no lo hago por estar ahí muy a gusto viendo memes, pues supongo que nos llega a pasar a todos.

E11: Yo digo que le das prioridad a las cosas y este Diego mencionó en la pregunta pasada algo muy importante que es que Facebook es de esas entradas fugaces que puedes ver algo rápido pero te acuerdas que debes de hacer algo y lo dejas pero en eso te llega una notificación y lo vuelves a ver y vuelves a recordar que debes de hacer algo. Por decir, cosas importantes pues cada quien pero no se te va a olvidar algo importante por estar viendo Facebook porque actualmente hay otras formas que sí te roban toda la atención como los videojuegos y eso en mi punto de vista ya cada quien lo podría resumir con otro tipo de situaciones.

14. Moderadora: Ok, la siguiente es ¿has creado perfiles falsos para socializar o involucrarte con algún usuario?

E1: No, nunca

E2: No, no estaría tan enferma como para crear un perfil falso. Sí me han tocado personas que los bloquean y hacen otro perfil porque quieren saber lo que pasó con esa persona, porque se enojaron o lo último que pusieron, pero yo no.

E3: Yo como tal sí tengo mi otro perfil pero no es como para que haga eso, lo único que hago es ocuparlo para subir cosas, ocupo ese Facebook para eso, para que no me llegue todo a uno, pero en sí hacer eso, no.

E4: Yo sí lo llegué a hacer pero pues sí era así con amigas de que me gustaba equis chavo y la verdad ahorita lo veo y digo “¿qué onda conmigo?” pero ahorita veo la dimensión que tuvo y ahorita a los 21 años sí fue como de “sí me la volé” pero en ese entonces sí me emocionaba con mis amigas por eso.

E2: O también hay personas que por celos lo hacen.

E5: Yo no pero pues sí conozco a muchas personas que lo hacen.

E6: Yo tampoco pero sí conozco a muchas personas, los stalkeo en Instagram y luego luego identifico cuando es falso y se hacen pasar por otras personas.

E7: No, jamás he creado un perfil falso, eso se me hace algo muy enfermo de las personas que ya tienen un nivel psicológico grave.

E8: Yo definitivamente no.

E9: Yo tampoco, definitivamente no, pero por ejemplo pasaba algo muy interesante y era con otra red social que se llamaba Ask, entonces pasaba que tú te protegías a través del anonimato y ¡pum! le empezabas a vaciar de todo a las personas, hacías preguntas como “¿quién te gusta?” entonces como han comentado anteriormente, conozco a personas y ciertamente llegué a pensar en algún momento pero pues fue así como de “pues mejor no” en parte por flojera y en parte por esta cuestión de “no inventes ¿qué estaré haciendo?” entonces no, a final de cuentas no.

E8: Sí, porque hacer un perfil falso también requiere pues de su chamba porque tienes que subir fotos para que no se vea que es falso, actualizar constantemente la información y todo eso.

E10: Pues no, yo tampoco, nunca, ni siquiera lo he pensado, la verdad.

E11: No, yo tampoco he hecho eso, he creado otra cuenta pero pues ya es por situaciones sentimentales pero no.

15. Moderadora: ¿en algún momento has sido un stalker? ¿Cómo fue?

E1: Mmmm, no.

E2: Sí lo he sido porque si a mí una persona me llama la atención me interesa ver su pasado, lo que publicaba antes o cómo era antes o como que tal persona le publicó y es como de “¿será su pareja?” e investigas más y más, pero pues es ocasionalmente y no es con todos.

E3: No, pues como tal es esa curiosidad de saber qué le pasó o qué hizo en el pasado y cómo era.

E4: Sí, pues yo igual concuerdo con ellos que es como conocer un poco más de la personas en la que estás interesada en ese momento, por ejemplo, conozco a una amiga que una vez vino su artista favorito a México y subió una historia, o sea mi amiga llegó al grado de saber en qué hotel estaba hospedado por ver las sábanas que estaban en la historia.

E5: Yo sí pero no al grado tan enfermo que estés ahí buscando hasta encontrar, sí para chismorrear un poco pero no tan enfermo.

E6: Sí, y pensé que estaba en otro nivel pero no comparado como lo dijo Brenda de su amiga, entonces no, eso ya es más avanzado, pero sí, más que nada cuando te gusta alguien y quieres saber un poco más de esa persona, yo creo que eso es algo que a todos nos ha pasado y todo el mundo hemos hecho ¿no? pero nada más.

E7: Sí, alguna vez sí me metí a cuentas de amigas o de primas para ver el perfil de alguien más que quería saber y pues ya lo había bloqueado o ya me había bloqueado o algo así y pues sí, en algún momento lo hice y pues no me fue muy bien porque bien dice la frase “el que busca encuentra”, o sea al final pues buscas y buscas tanto algo que ya cuando terminas por encontrarlo pues te lastimas y no tiene caso pero pues es algo que nos encanta hacer.

E8: Pues depende también qué entendemos por stalker porque según yo ese es ya un nivel obsesivo de estar siguiendo gente para ver qué hace y todo pero a nivel ya mal, pero como dicen, por curiosidad y todo pues sí, yo creo que hay diferentes tipos también, como por chingar a tu amigo por su foto de bebé que subió hace como cinco años o por ejemplo, por seguir a una ex pareja y saber qué ha sido de él/ella, entonces en ese caso pues sí por curiosidad, pero a nivel obsesivo de tipo “quiero saber en dónde estás para ir ahorita y caerle de sorpresa”, pues no.

E9: Definitivamente sí, igual se ha hablado de esta cuestión de niveles, yo siento que va un poquito más allá, han hablado acerca de intereses, regularmente pues cuando tenemos interés en una persona pues queremos saber bien qué onda, pero ¿qué pasa? Pasa algo muy curioso y por este tipo de cuestiones las personas se terminan enterando de cosas que no querían saber, o mejor dicho, cosas que no necesitaban saber, entonces aquí es donde se empieza a distorsionar todo este tipo de cuestiones, principalmente, pues por ejemplo, supongo que todos hemos tenido una experiencia similar, que cuando terminamos con una

persona y ¡pum! queremos seguir sabiendo de su vida, o viceversa, que quieren saber de nosotros y es cuando empezamos con perfil privado y “a esta información no puedes acceder a ella” y empiezan a generar estos trastornos, o sea como tal, sí lo he hecho obviamente por interés como por celos o por curiosidad y yo creo que más importante que eso es ver todo el trasfondo, las consecuencias de ello.

E10: Pues la neta también lo he hecho, no puedo negarlo. Yo creo que lo usual, o sea meterte a ver las fotos y quizá hasta la información, pero justo eso, tampoco se trata de llegar a un nivel así como dice Charly de que sigues a la persona y estás afuera de su casa con flores, y lo peor es cuando se te escapa una reacción, ahí sí está feo.

E11: Sí, sí lo he hecho, no al grado enfermo como lo mencionan pero Ricardo menciona algo importante al respecto, el tema de estar stalkeando a una persona, llámese un amigo, una pareja, te hace darte cuenta de la realidad de las cosas. Tengo una experiencia de una relación pasada que bien mencionas y es “el que busca encuentra”, entonces si tú vas a buscar vas a encontrar cosas que te va a herir, que te van a lastimar porque estuviste metiéndote donde nadie te estaba llamando, al final el stalkear yo lo considero bueno y malo a la vez porque tal vez podría ayudar en algunas cosas como investigaciones para buscar algún acosador o algún tema así, pero en lo personal pues stalkear a una persona basada en una relación personal con alguna otra persona pues actualmente es algo malo, entonces pues sí lo he hecho.

16. Moderadora: Ok, la siguiente pregunta ¿usas Facebook mientras trabajas o estudias?

E1: Sí, mientras estoy en la escuela.

E2: Sí, a veces lo utilizo para ver el chisme y ya.

E3: Pues sí, cuando no hay nada en la escuela o cuando de hecho hay pues sí como que te metes a perder el tiempo.

E4: Sí, digo últimamente no pero sí lo he hecho.

E5: Sí, yo también, en el trabajo, cuando ya estás estresado un poco pues dices “ya, voy a relajarme un poco”

E6: Yo incluso no cierro sesión y ya cuando me aburro me meto, echo una revisadita a ver qué hay de nuevo y ya me vuelvo a salir y hago mis cosas.

E7: Ahorita ya no, cuando estudiaba sí porque si me aburría una clase me metía a Facebook para ver lo último que habían publicado pero ahorita que trabajo ya no porque tengo el tiempo muy reducido y pues ahorita he tratado de enfocarme más en mis metas y pues en hacer otras cosas y prácticamente Facebook nada más lo veo cuando llego a mi casa o cuando tengo tiempo muerto, a lo mejor en la hora de la comida o en otras ocasiones.

E8: Sí, yo sí también, todo el tiempo, pero este tipo de uso es diferente a cuando voy en el metro a estoy en mi casa, en el trabajo es mucho más rápido porque como dicen es como la distracción o tus cinco minutos de “a ver, me voy a despejar, voy a liberar la mente un ratito” y entonces lo ocupas rápido, ves un par de cosas y entonces ya regresas

E9: Pues básicamente también, como mi break.

E10: Pues sí, como todos.

E11: Sí, laboralmente hablando pues sí es una distracción aparte así se me va más rápido el tiempo en el día estando en el trabajo.

17: Ok, ¿qué sientes cuando no puedes conectarte a Facebook por varios días?

E1: Me siento alejada de todo lo que veía.

E2: Nada, no me afecta porque no me enfoco tanto en Facebook, me enfoco más en mi Instagram o en Whatsapp, pero si no estoy en Facebook no, porque hasta me han regañado porque no vi una publicación en la que me etiquetaron o cosas así y de hecho yo no tengo la aplicación de Facebook porque me es muy equis y no me afecta.

E3: En sí no es mi plataforma favorita para entrar porque paso más tiempo en Instagram o en Twitter.

E4: No me pasa con Facebook porque ya lo desactivé, pero me pasa con Whatsapp porque ahí son más mensajes instantáneos como tipo “antes de que llegues cómprame algo”, entonces pues cuando no tengo internet en la calle luego sí me pasa de que me saca de onda porque es como de “¿qué me quieren decir?” y sí me causa un poco de conflicto el no estar en comunicación con mis contactos básicamente

E5: Yo no, yo siento que hasta cierto punto pues está padre desaparecerte un rato y no estar siempre ahí.

E6: Yo tiene poquito que lo hice, según yo me sentía aliviada pero me volví a meter y me enteré de que José José se murió y entonces regresé porque me desconecté tantito, yo creo que fueron como tres días y pasaron muchísimas cosas y también me dijeron “si hubieras estado hubieras sabido de equis tema” y pues sí me saqué de onda.

E7: Pues no siento nada, bueno, ahorita ya no, antes a lo mejor sí me preocuparía pero ahorita ya no me importa, o sea, no me importaría dejar Facebook otro mes.

E8: Yo en realidad no sé porque no lo he hecho, todo el tiempo reviso Facebook, unas tres o cuatro veces al día, entonces no sé cómo me siento respecto a eso, pero suponiendo pues sí estaría raro, estaría como fuera de la conversación, digo, si es Facebook en específico pues puedo buscar en otro tipo de plataformas, pero en Facebook en sí no me gustaría porque es de las que más uso y pues veo qué es lo que publican mis amigos y pues sí estaría raro como que me sentiría un poco alejado de ellos.

E9: Igual comparto con ustedes el hecho de que si yo en este momento me quedara sin Facebook no pasaría absolutamente nada, pero creo que aquí el punto realmente interesante es con las cosas que sí uso porque hasta cierto punto Facebook ya es más como de memes o comunicarme u otros aspectos, pero por ejemplo, YouTube o videojuegos cuando ya llevo un lapso de tiempo en que no estoy ahí sí llego incluso hasta sentir ansiedad por esta cuestión de que necesito ver algo o hacer algo y sí genera cierta ansiedad hasta cierto punto pero obviamente son cuestiones de perspectiva.

E10: De hecho yo he estado sin celular como dos meses y es porque yo quiero, la neta me siento muy cómodo así y pues eso implica que si llegas a estar fuera mucho tiempo te mantienes desconectado un muy largo rato, entonces pues yo me siento muy bien, la cosa es nada más cuando regresas y ves memes nuevos y me pregunto “¿por qué no entiendo nada de esto?” pero en general estando sin Facebook todo ese tiempo pues es algo tranquilo.

E11: Actualmente yo no me siento mal porque ya hay otras alternativas porque si ves que se cayó Facebook pues te vas a Instagram o ves Whats o Twitter, pero actualmente no.

18. Moderadora: Ok, y ¿consideras que Facebook puede ser más importante que otras actividades diarias?

E1: No, porque hay cosas más importantes que puedes ver y no con el simple hecho de estar en Facebook.

E2: No, hasta a mí me provoca coraje ver que, por ejemplo en mi familia, hay personas que sacan videos y se lo enseñan a todo el mundo y yo solo pienso “hey, estamos aquí” y yo bajo sin celular ni nada porque es para convivir y no para enseñar videos o para enseñar memes y si a mí me los enseñan hago cara de enojo porque saben que no está chido y también es por respeto a mi abuelita que está ahí y es para estar con ella y convivir con ella y convivir con todos y saber qué pasa entre nosotros, no es necesario ver Facebook para saber eso porque si estamos ahí es para convivir, entonces, pues no.

E3: Es que en cierta parte te hace daño perder tanto el tiempo en Facebook porque lo puedes invertir haciendo ejercicio o salir a caminar un rato con tus papás o vivir tu tiempo en otras cosas que no sea el teléfono y en Facebook.

E4: Pues diría que no pero pasa, la verdad es que, vuelvo a la prioridad, como que si es de “bueno, puedo ir a caminar, pero ¡ay, no, qué hueva!”, o sea, pasa que inconscientemente sí le damos una jerarquía que primero es Facebook y luego ya las actividades cotidianas, incluso Facebook ya es una actividad cotidiana.

E5: Yo creo que no porque sí todos tienen una prioridad más que es como tu trabajo que es algo como con lo que te solventas y obvio nunca podría estar antes Facebook que eso, entonces yo digo que no.

E6: No, para mí tampoco, solo es cuestión de ocio y para entretenerse y distraerse pero no es más importante que otras actividades.

E7: No, yo no considero que Facebook pueda ser más importante que otras actividades porque al final del día las actividades que tenemos planeadas para cada día son con algún objetivo, entonces, pues se tienen que hacer de manera organizada, no puedes dejar de hacer unas cosas solamente por estar metido en Facebook.

E8: Para mí no, la verdad no, porque como decía hace ratito, es como una herramienta que complementa una vida que tienes, es una herramienta, es una extensión que no tiene que apropiarse en sí de lo que es tu vida, entonces pues no hay que darle poder.

E9: Yo también considero que no, pero pasa un fenómeno muy interesante y yo creo que todos lo hemos visto, incluso todos lo hemos hecho, que cuando nos pasan cosas interesantes o hacemos cosas interesantes, no solamente nos importa que nos pase, también nos importa que las personas sepan que nos están pasando estas cosas, entonces ahí es donde entra lo interesante, como tal no es como que sea más importante que nuestras actividades, pero ahí desechamos todas nuestras actividades importantes y vuelvo a mencionarlo, no nos basta con que nos pasen cosas geniales, tenemos que hacer que las personas sepan que nos pasan cosas geniales.

E10: Pues yo diría que sí, obviamente con muchas reservas, lo digo en el sentido de que el mundo no es el mismo que era hace 20 años y esos espacios se han vuelto una parte bastante ordinaria en nuestras vidas y eso cuestione muchísimos motivos y el permanentemente poder estar conectado con otras personas y con otras informaciones pues sí le da un giro a la forma en la que somos y la forma en la que nos relacionamos en general

con todas las personas, entonces tampoco creo como en estas posiciones románticas que extrañar lo que alguna vez fue, la manera en la que fuimos y la manera en la que nos relacionamos con otras personas en otro momento porque justo el mundo va para allá y creo que hay que aceptar eso y esto se va a agudizar más y va a haber cada vez más herramientas, más medios, más tecnología que acelere este tipo de movimientos, entonces yo creo que sí pero no caer en el puro ocio, no nada más valernos de esto para estar viendo memes y perdiendo el tiempo todo el día, sino que también deberíamos darle un giro productivo a este tipo de herramientas pues en aras de construir formas de relación social más sanas, más adecuadas y más justas también, políticamente hablando, entonces, sí en ese sentido.

E11: Yo digo que depende en que lo utilices, por decir, hay personas que lo utilizan en su vida laboral que sea una actividad prioritaria que lo utilice para ver estadísticas o algún comportamiento de algún consumidor, pero para momentos de ocio la verdad es que no, o sea, por temas laborales y porque te lo exige la actividad que tú realizas está bien, pero no, como ocio, no, la verdad no considero que sea una actividad prioritaria.

Moderadora: Listo, esas fueron todas las preguntas. Muchas gracias a todos los participantes por tomarse el tiempo para formar parte de este open group.

19. Y por último ¿cuánto tiempo pasas sin estar en las redes sociales?

E1: Ya con mis horas de sueño, como unas 13

E2: Yo como unas 13 horas también

E3: Sí, yo igual

E4: ¡Qué preguntota! Pues yo creo que 14, contando las 8 que duermo.

E5: Yo como 12, igual contando mis horas de dormir

E6: Como unas 16 horas

E7: Según mi teléfono, como 15 horas

E8: Pues yo, contando mis horas de sueño, como unas 13 horas

E9: Pues contando mis horas de sueño, yo creo que solamente 9 horas, porque luego los amigos me buscan o mandan mensajes y pues debo de estar constantemente en las redes sociales.

E10: yo puedo pasar 24 horas sin checar mis redes sociales, sin problemas.

E11: Mmmmm, pues igual, ya contando mis horas de sueño, unas 17 horas

Fuentes consultadas

1. Ryan, Marie-Laure. (2001). *La narración como realidad virtual. La inmersión y la interactividad en la literatura y en los medios electrónicos*. España. Paidós.
2. Gil Juárez, Adriana., Guarné., López., Rodríguez., Vitores. (2005) *Tecnologías sociales de la comunicación*. Editorial UOC.
3. Lopez Garcia, G. (2005). *Modelos de comunicación en internet*. Valencia. Tirant Lo Blanc.
4. Constante, Alberto (2013) *Las redes sociales. Una manera de pensar el mundo*. México. Ediciones Sin Nombre.
5. Guadalupe López y Clara Ciuffoli. (2010). *Facebook es el mensaje. Oralidad, escritura y después*. Argentina: La Crujía Ediciones.
6. Susana Jiménez-Murcia y J.M. Farré Martí. (2015). *Adicción a las nuevas tecnologías*. España: Editorial Siglantana.
7. Xavier Carbonell Sánchez. (2014). *Adicciones tecnológicas; Qué son y cómo tratarlas*. España: Editorial Síntesis.
8. Covi Druetta, Delia. (2018). *Prácticas comunicativas en entornos digitales*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
9. García Estévez, Noelia. (2012). *Redes Sociales en Internet. Implicaciones y consecuencias de las plataformas 2.0 en la sociedad*. España: Editorial Universitas.
10. Alberto Constante y Ramón Chaverry. (2017). *Redes sociales, virtualidad y subjetividades*. México: UNAM.
11. Covi Druetta, Delia María. López Cruz, María de los Ángeles, López González, Rocío. (2009). *Redes sociales: análisis y aplicaciones*. México. Universidad Nacional Autónoma de México.
12. Ibáñez, Jesús. (1979) *Más allá de la sociología (El grupo de discusión)*. España. Siglo Veintiuno.

13. Teresa López-Pellisa. (2015). *Patologías de la realidad virtual*. Fondo de Cultura Económica.
14. Diodato, Roberto. (Junio, 2011). *Estética de lo virtual*. Universidad Iberoamericana.
15. Amanda Adame (2019). *Redes sociales más usadas en el mundo hispano: tips para crecer tu presencia y alcance social*. Abril, 2021 , de Hootsuite Sitio web: <https://blog.hootsuite.com/es/redes-sociales-mas-usadas/#global>
16. Cuenca Orozco, David. (Agosto, 2018). *Análisis del proceso inmersivo en los entornos virtuales interactivos del videojuego de realidad aumentada*. Ciudad Universitaria, Ciudad de México: UNAM.
17. S/A. (S/F). ¿Cuál es el significado de "Me gusta" en Facebook? Agosto, 2019, de Facebook Sitio web: <https://www.facebook.com/help/110920455663362>
18. Pérez Salazar, Gabriel; Aguilar Edwards, Andrea; Guillermo Archilla María Ernestina. (Agosto, 2014). *El meme en internet. Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake*. Ciudad de México: Argumentos.
19. Lévy, Pierre. (1995). *¿Qué es lo virtual?* París, Francia. Éditions de la Découverte.
20. María José Recoder. (s/a). Virtualidad versus presencialidad: ¿qué nos depara el siglo XXI para las ciencias de la documentación?. Abril, 2021, de Universitat Autònoma de Barcelona Sitio web: <https://core.ac.uk/download/pdf/78524096.pdf>
21. *Facebook*. www.facebook.com. Agosto, 2019.
22. *WhatsApp*. <https://web.whatsapp.com/>. Agosto, 2019.
23. *YouTube*. www.youtube.com. Agosto, 2019.
24. *Twitter*. www.twitter.com. Agosto, 2019.
25. *Instagram*. www.instagram. Agosto, 2019.
26. *Classmates*. www.classmates.com Agosto, 2019.
27. *Cyworld*. www.cyworld.com Agosto, 2019.

28. *SixDegrees.* www.sixdegrees.com Agosto, 2019.
29. *Asian Avenue.* www.asianave.com/ Agosto, 2019.
30. *Black Planet.* www.blackplanet.com Agosto, 2019.
31. *MiGente* www.migente.com Agosto, 2019.
32. *LiveJournal* www.livejournal.com Agosto, 2019.
33. *Ryze* www.ryze.com Agosto, 2019.
34. *Tribe* www.tribe.net Agosto, 2019.
35. *Friendster* www.friendster.com Agosto, 2019.
36. *MySpace* www.myspace.com Agosto, 2019.
37. *Tuenti* www.tuenti.com Agosto, 2019.