

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

Tesis previa a la obtención del título de: LICENCIADO EN COMUNICACIÓN
SOCIAL

TEMA:
ESTUDIO EXPLORATORIO DE LOS USOS Y GRATIFICACIONES DE
JÓVENES, MUJERES Y HOMBRES, MEDIADOS POR LA RED SOCIAL
FACEBOOK EN EL MARCO DE LOS PROCESOS COMUNICATIVOS
VIRTUALES CONTEMPORÁNEOS. ESTUDIO DE CASO DE 2 JÓVENES CON
PERFILES PERSONALES EN FACEBOOK.

AUTOR:
FRANCISCO JAVIER ORTIZ SÁNCHEZ

DIRECTOR:
MAURO RUIZ

Quito, octubre del 2013

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO DEL
TRABAJO DE GRADO**

Yo, Francisco Javier Ortiz Sánchez autorizo a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de grado y su reproducción sin fines de lucro.

A demás declaro que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad del autor.

Quito, octubre del 2013.

Francisco Javier Ortiz Sánchez

C.I 1718725052

DEDICATORIA

A Ekaterina, mi compañera, por las bullentes discusiones de fondo; a Leo, Jessy y Felipe, por dejarme entrar en su espacio donde todo dio forma.

Al CINAJ, en especial a Rene, por el mundo compartido y los excesos intelectuales con moraleja.

A las calles, el campo, la selva, la playa, los rostros, la esquiva vida, por dejarme levantarles la falda.

A mis hermanos; a mis dos taitas y mis dos mamás Marcela, Marina, Genaro y Luis.

INDICE

INTRODUCCIÓN:	1
CAPÍTULO PRIMERO: COMUNICACIÓN Y NUEVOS ESCENARIOS.....	5
1.1 Comunicación nuevas máscaras mismos rostros.....	5
1.2 Insumos teóricos e/y (mal) intenciones académicas.....	9
1.2.1 Teoría de los usos y gratificaciones	9
1.2.2 Los estudios culturales o paradigma interpretativo cultural	10
1.2.3 Teoría Habitus y Campos - Pierre Bourdieu	11
1.2.4 Tiempos líquidos - Zygmunt Bauman	12
1.2.5 Paradigma de la complejidad	12
1.3 Un efímero vuelo Epistemológico: El tratado de paz y la esquizofrenia epistémica.....	13
1.3.1 De la epistemología a la militancia	14
1.4 Mediaciones: De la escala de grises a la visión a colores	17
1.4.1 Como llevar las mediaciones a los nuevos escenarios: Estudio de caso Facebook.....	18
1.5 De las mediaciones a las Hipermediaciones.....	23
1.5.1 Novedades del nuevo ecosistema.....	24
1.6 Elementos para aclarar la borrosidad de un objeto de estudio	25
1.6.1 Breve historia internet	25
1.6.2 ¿Por qué Facebook?	26
CAPÍTULO SEGUNDO: SUJETO Y CONTEXTO - EL MALESTAR DE LA CIBER CULTURA.....	29
2.1 Los estados en Facebook: Digo lo que pienso ¿pienso lo que digo?	34
2.1.1 La especulación del yo: Como me veo/como quiero que me vean/como veo que me ven.	35
2.1.2 El yo una construcción colectiva: Solos pero conectados.....	36
2.1.3 Nano identidades y Redes sociales: Entre el silencio y el aislamiento	38
2.2 Narcisismo y Adaptación: La Fantasía del yo	40
CAPÍTULO TERCERO: ESTUDIO DE CASO	45
3.1 Preparando el escenario.....	45
3.2 Matriz de seguimiento	48

CONCLUSIONES	55
LISTA DE REFERENCIAS	58
ANEXOS	61

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Transcripción entrevista - Estudio de Caso1	61
Anexo 2 Transcripción entrevista - Estudio de Caso 2	69
Anexo 3 Carta de consentimiento - Estudio de Caso 1	75
Anexo 4 Carta de consentimiento – Estudio de Caso 2	76

RESUMEN

Los nuevos procesos comunicativos, la tecnología, los cambios, los nuevos entornos, los nuevos enunciadores, vistos desde la lupa social, y sobre todo, desde la cultura, son sin duda, el insumo esencial de este estudio. Se parte del seguimiento virtual de dos perfiles de la red social Facebook, dos estudios de caso que con la guía de la investigación cualitativa y la reflexión deductiva, nos permitió acercarnos, paulatinamente, a los núcleos de sentido y los mundos de vida, de los usuarios virtuo - reales, que más allá de estar mediados por una red social, están mediados por una o más tecnologías. Desenmarañando al ecosistema hipermediático, un sinnúmero de debates salen a flote, algunos rancios y manoseados, otros novedosos y necesarios, temas como la crisis de la ciencia positivista, la razón epistémica de la comunicación, la interdisciplinariedad, la tecnología como un concepto colectivo, el yo tecnológico como una construcción social, comunicación como industria cultural, los usos y las gratificaciones mediáticas, las nuevas resistencias, las nuevas militancias, la comunicación como proceso de dominación, la dominación como proceso de comunicación, la fantasía del yo, el arquetipo narcisista, los apocalípticos y los integrados, entre otros, terminan siendo el barro dialógico que forman la presente vasija reflexiva hecha del análisis de los nuevos debates de la comunicación (sujetos y tecnologías), y en sí, de los nuevos debates advertidos en las Ciencias humanas.

ABSTRACT

Seen from a social perspective and especially from the cultural aspect, the new communicative processes, the technology, the changes, the new environments and the new communicators, are undoubtedly the essential input of this study. It began with the virtual follow-up of two Facebook profiles, two studies of case that with the guide of qualitative investigation and deductive reflection approached us gradually to the cores of sense and the worlds of life of the virtual – real users, which beyond being connected by a social network, are connected by one or more technologies.

Unraveling the hypermedia ecosystem an endless number of debates go out afloat, some of them mellow and handled, others new and necessary; topics as the crisis of the positivist science, the epistemic reason of communication, interdisciplinarity, the technology as a collective concept, the “technological me” as a social construction, communication as a cultural industry, uses and gratifications of the media, the new resistances, the new militancies, communication as a process of domination, domination as a process of communication, the fantasy of me, the narcissist archetype, “apocalípticos” and “integrados” ideas, between others; end up by being the dialog mud that forms this reflexive jar, made of the analysis of new communication debates (subjects and technologies) as well as Social Sciences.

INTRODUCCIÓN

En qué punto nuestros sentidos se dislocaron, prescindieron de nuestro insignificante cuerpo y se dedicaron a volar. En el proceso de fuga violaron a la física, tiempo y espacio dejaron de ser el límite corporal. En qué momento nos descuidamos y el mono cognitivo, en complicidad con su cerebro, se extendió a sí mismo a través de sus sentidos para saciar el ego omnipresente de estar aquí y allá.

En qué momento me perdí, o tal vez simplemente nos vimos todos en el mismo lugar, comenzamos a contar nuestro día, mostrar una foto, dedicar una canción, decir lo que sentimos, dar una opinión, convocar a la conciencia ajena, y quien sabe, correr a palos a cualquier gobierno que quisiera retar nuestro valor.

La dialéctica histórica transita y a la vez se construye en las manos del ser humano, los conceptos, las necesidades, los deseos, los malestares son una construcción social. Se crean artefactos con la misma intensidad añeja de protección y desapego del indeseable mundo natural, los artefactos se etiquetan como tecnología, una cuchara pudo haber sido tecnología en determinado momento, lo trascendente es el valor social que se le otorga.

La tecnología como creación humana, es más que una inocente colección de aparatos que prometen bondadosamente facilitar nuestra vida, cada producto tecnológico, en sí mismo, lleva grandes cargas de significado social, brújulas para un estilo de vida, hábitos y prácticas sociales de consumo, un discurso hegemónico, un discurso subalterno, un proceso de interacción comunicativa, la acentuación de centros, el alejamiento de periferias, nuevas sensibilidades y hasta nuevas resistencias (por mencionar algunas cosas).

Las construcciones sociales traen consensos y pugnas. Detrás de estas luchas antagónicas hay un motor, siempre presente, que permite dinamizar la realidad, ese algo que impulsa el engranaje de este motor hecho de aleatoriedad y caos son los cambios, entender los cambios quizás sea la pista para entender la complejidad de los procesos; no se puede

estar seguro de nada pero de lo único que se puede estar seguro es que todo cambia. En este sentido, cada palabra de esta letanía se encaminara a la reflexión exploratoria de los cambios de carácter social (en todo el sentido de la palabra) asumidos por el sujeto en su cotidiana interacción con sus aparatos, sus tecnologías, sus pares, y sus redes sociales (disociales).

La gente se pasa la vida imitando de alguna forma lo que se hizo o se buscó hacer en la era anterior, no es algo novedoso, sino solo basta adscribirnos a lo que en algún momento dijo Aníbal Quijano “estados modernos, sociedades coloniales”; más prospectivo aún fue McLuhan, quien en la Aldea Global, aludiendo a nuestra inevitable dependencia al tiempo pasado, con lujo de detalles argumentó de manera satírica como el hombre del renacimiento vivía en la Edad Media, el sujeto del siglo XIX vivió en el renacimiento y por augurio se intuye que en nuestro contexto corremos el mismo desenlace. Necesitamos del pasado para que los cambios inesperados del presente no sean tan bruscos, leemos el presente en rigurosidad a lo transitado en el pasado.

Poseemos un espejo retrovisor que nos permite ver todo (aparentemente), aquí se refleja el presente con disfraz de pasado. Sin embargo, lo que sucede en la actualidad es que los cambios evidenciados son tan vertiginosos que el espejo retrovisor no puede funcionar a velocidades supersónicas (Mc.Luhan, 1990).

Las teorías quedan en deuda con la realidad. El positivismo se chorrea en el tiempo como los “relojes blandos” sacados de un cuadro de Dalí. Las lecturas académicas cada vez con más recelo desenredan el complejo mundo social. El ser humano en sí mismo se vuelve una contradicción, el sin sentido, ocasionalmente, es una verdad. Teorías vanguardistas como la física cuántica no logran explicarnos las cosas, sino más bien, nos explican que hay cosas que no tienen explicación (aleatoriedad y caos).

Vivimos en un ecosistema social marcado por la incertidumbre, la desprotección, el micro relato y el terror (Bauman, Tiempos Líquidos, 2007; Beck, 2006). En medio de todo esto la tecnología ha logrado al puro estilo mcluhaniano ser una extensión bastante

útil de nuestros sentidos, permitiendo conectarnos entre pares, en un mundo virtuo-real. Innegablemente todo eso va trastocando de a poco la subjetividad del hombre y la mujer, especie que no nunca acaba de adaptarse ni mutar.

La presente investigación parte de la teoría de usos y gratificaciones, tomando en cuenta la perspectiva teórica de Jay Blumler, Elihu Katz, y el posterior aporte de Mc Quail. Estos autores consideran que es imperativo priorizar el conocimiento sobre lo que hacen las personas con los medios, más allá de lo que los medios hagan sobre las personas, tomando en cuenta a las audiencias como protagonistas de sus elecciones. De igual manera, se considera que el estudio de usos y gratificaciones representa un primer aporte en la discusión de temas relacionados con las hipermediaciones y nuevas sensibilidades. En el contexto nacional poca es la experiencia en este tipo de investigaciones, entonces, se busca que esta teoría contribuya a la construcción de un primer momento de exploración para el despegue de vuelos teóricos futuros en este campo.

La fuerza teórica del texto se basa en el interés cuestionador, problematizando la trama impredecible de lo social, dudando de naturalizaciones encriptadas en supuestos científico-académicos, sin rendir pleitesías a demandas objetivas radicales, sacudiéndose de grilletes teóricos innecesarios.

Frente a esto, este trabajo busca la reflexión de algunos puntos, que deliberadamente han sido entendidos como importantes para la comprensión de los cambios que ha experimentado el sujeto en su relación con el nuevo (o no tan nuevo) ambiente tecnológico. Nos concentraremos específicamente en la mundialmente conocida red social Facebook.

Los elementos propuestos presentan también posibles puntos que deben tomarse en cuenta para una agenda de debate, académico o público, respecto a temas relacionados con el sujeto y la tecnología. Y si fuera necesario, el presente estudio puede servir de insumo para la creación de posibles políticas públicas que fortalezcan el compromiso

político de equidad en medio de una sociedad catalogada como “de la Información”(Castells, 2002).

En la última etapa del trabajo, sobre la base de nuestra experiencia investigativa, se propondrá una matriz de seguimiento, asentada en componentes cualitativos y cuantitativos, que pretende ser una herramienta útil para estudios sociales que necesiten seguimientos de caso virtuo-reales de perfiles y usuarios en Facebook.

Finalmente, se propone conversar a la luz de los hechos, relajando tensiones, improvisando un sincero coloquio conmigo mismo, el lector, mis dudas y malestares. Despertando acuerdos y desacuerdos pero sobre todo discusión.

CAPÍTULO PRIMERO COMUNICACIÓN Y NUEVOS ESCENARIOS

1.1 Comunicación nuevas máscaras mismos rostros

“En el futuro, todo el mundo será famoso durante quince minutos. Todo el mundo debería tener derecho a quince minutos de gloria” (Andy Warhol).

La mediatización de la sociedad ha traído una nueva variable de incidencia al sujeto, misma que pelea los primeros lugares en imponer su impronta en la construcción de identidad de la gran mayoría de hombres y mujeres del siglo XXI. Varios autores defienden la teoría de un sujeto encrucijado por la experiencia mediática, hombres y mujeres, niñas y niños se forman con lo que ven (y no ven) sienten (y no sienten) en los medios. La experiencia mediática presenta la figura de escultor de identidades, nos forma y nos hace lo que somos (o por lo menos influye enormemente sobre nuestra identidad individual y colectiva), McLuhan respecto a esto escribió acertadamente: *“Primero modelamos nuestros instrumentos, después ellos nos modelan a nosotros”*.

La mediatización y tecnologización es un fenómeno complejo de dimensiones históricas comparable a la revolución industrial o a la invención de la imprenta (Scolari, 2008). Es innegable que desde la llegada de la web 1.0 hasta su actual 3.0 el *homo videns* ha venido experimentando cambios sustanciales en su comunicación, su percepción del otro y su percepción del mundo. Respecto a esto Castells afirma:

[...] en el último cuarto de siglo XX, una revolución tecnológica, centrada en torno a la transformación, transformo nuestro modo de pensar, de producir, de consumir, de comerciar, de gestionar, de comunicar, de vivir, de morir, de hacer la guerra y de hacer el amor [...]

Pero que está pasando realmente con la comunicación, con el sujeto comunicativo, cabe preguntarse si el apareamiento de una tecnología comunicativa o tecnologías

comunicativas pueden cambiar verdaderamente nuestra manera de relacionarnos, comunicarnos entre pares e incluso con uno mismo.

Empezaremos diciendo que, sin perder de vista la especificidad de cada sociedad, los procesos que hoy nos afectan no son exclusivos de un ambiente geográfico o una sola realidad social, sino que pertenecen a una dimensión global, a un contexto que oscila entre lo global - globalizante¹.

Debería resultar escandaloso afirmar que la subjetividad pasea incólume frente a los nuevos procesos mediáticos. Los cambios son ruidosos, pululan en la cotidianidad, no necesitan ser expuestos ante la linterna académica para ser visibles, es por eso que entendemos a estos cambios como cuestiones axiomáticas.

Por lo pronto haremos un gran paréntesis, no ahondaremos demasiado sobre el sujeto, habrá un capítulo más adelante que se encargará de transitar por este continente, sin embargo, creo oportuno, aunque parezca redundante, aceptar la idea obsesiva de los cambios (insumo principal de este trabajo).

Al retroceder hacia el eslabón que antecede a la comprensión del sujeto (claro que esto es subjetivo) nos encontramos cara a cara con la teoría. Antes que todo es necesario preguntarnos sobre la salud teórica de la comunicación, cuestionando el dualismo inútil y renegando el simplismo causal (cura - enfermedad) que con frecuencia asechan al ejercicio de análisis y hasta la militancia social.

Durante varias décadas las teorías de la comunicación se volcaron a la consigna de encontrar (finalmente) un objeto de estudio y un modelo que represente con fidelidad el proceso comunicativo. Basándonos en el construccionismo social o el historicismo

¹ Al decir un contexto global – globalizante afirmo que las nuevas tecnologías en sí mismas llevan un propósito cultural, y evidentemente un discurso, entiendo desde el punto de vista semiótico. Al hablar de global nos referimos a la apropiación de sentimientos cosmopolitas, trotamundos, reticulares y universalistas que el sujeto experimenta en su consumo tecnológico - mediático. Y al decir globalizante lo relacionamos con esa capacidad silenciosa que tiene la tecnología para envolvernos, enamorarnos, y facilitar la naturalización ciertas construcciones sociales.

sabemos que esta fue una empresa infructuosa. Las teorías contestaron un momento pero difícilmente una realidad.

No por una coincidencia teorías como de *la aguja hipodérmica*, supuesto lineal y causal que explica la manipulación de masas, toma fuerza en un contexto de crisis bélica, donde los medios, sobre todo escritos, jugaron un papel importante en la aparición e instalación del nacionalismo. El comportamiento social se explicó, temporalmente, desde la causalidad acción - reacción.

De igual forma los *estudios culturales*, que priorizaron a la persona, sus diferencias individuales y su contexto de recepción, entran en la pasarela académica en tiempos de pos guerra, fundándose oficialmente en 1964, época en la cual el micro relato condensaba las subjetividades, el universalismo pasó de moda y los grandes relatos se fermentaban en sus propias promesas. Por ello fue necesario estudiar al sujeto en su propio contexto.

Todas las pretensiones teóricas dan cuenta de una rica y compleja articulación de construcciones sociales. La teoría como el conocimiento es una construcción del sujeto, es intencional, cubre una necesidad y está marcada por determinados intereses, el conocimiento objetivo no existe.

Por lo general, y casi siempre las teorías tienen un contexto, una verdad y una vigencia (Kuhn, 2007). Cualquier lectura social que se haga de ahora en adelante debe tener en cuenta sus limitaciones más que sus pretensiones.

Es curioso ver como la comunicación ha sido vista como: canal, instrumento, flecha, proyectil, conflicto, contrato, orquesta, espiral, red. La comunicación muta con los cambios irradiados en la interacción entorno – sujeto. La comunicación tiene su esencia como también sus máscaras.

Todas las formas de asimilar a la comunicación y a las ciencias humanas en general están teniendo problemas para entender el complejo mundo social. El actual paradigma positivista ha hipotecado varias de sus teorías, las teorías quedan en deuda con la realidad. En medio de todo, la tecnología aparece, irrumpiendo y naturalizando su presencia en la cotidianidad de los individuos.

Las ciencias sociales comienzan a rastrear este tema, empiezan estudiando a la televisión y su influencia social, llegando a este punto, donde la comunicación digital va híper estimulando a más de una sensibilidad.

Para el abordaje de estos temas las investigaciones han tenido en cuenta algunas teorías. La tendencia actual es la interdisciplinariedad. Los presupuestos académicos que se proponen a continuación no solo forman parte de la comunicación, sino también de la sociología, la psicología social, y otras disciplinas, es importante promover el diálogo entre ramas sociales y sus teorías, aquello nos permitirá transitar por un saludable entendimiento y reflexión de los hechos sociales, en este caso nos referiremos a la comunicación digital.

Las tres primeras teorías (usos y gratificaciones, estudios culturales, habitus y campos) nos permiten aproximarnos a las prácticas comunicativas y nuevas sensibilidades. Las dos últimas corrientes (tiempos líquidos y paradigma de la complejidad) nos facilita el entendimiento del contexto social actual y el ambiente psico-social inmerso en los nuevos procesos mediáticos.

1.2 Insumos teóricos e/y (mal) intenciones académicas

1.2.1 Teoría de los usos y gratificaciones

Para aproximarnos al complejo entorno de las redes sociales se ha tomado en cuenta el enfoque teórico de los usos y gratificaciones. Esta teoría nos permite entender el origen básico del problema, es decir, las necesidades y gratificaciones elementales que él y los sujetos experimentan al usar redes sociales.

El enfoque de usos y gratificaciones parte de la creencia de que la audiencia tiene un conjunto de necesidades que busca satisfacer con los medios de comunicación. Según John Fiske esta es:

“una teoría desarrollada para explicar la comunicación masiva, aunque encaja muy bien con las teorías de la comunicación cara a cara que postula el uso de las relaciones sociales, para satisfacer necesidades y tendencias personales.” (Fiske, 1984).

Además, este enfoque aporta una perspectiva más amplia para la exploración de la conducta individual frente a los medios, al unirla a una búsqueda continua de las formas en que los seres humanos crean y gratifican sus necesidades. Algunas necesidades pueden o no estar relacionadas con los medios.

Toma como eje la actitud de las audiencias frente a los mensajes de los medios. Las audiencias no son un recipiente vacío a la espera de ser llenado o transformado, no es posible hablar de efectos uniformes ya que las audiencias no son pasivas ni homogéneas, utilizan los medios que más les conviene, interesa y sobre todo gratifica. Con ello, transporta la pregunta ¿Qué hacen los medios sobre el sujeto? a ¿Qué hace el sujeto con los medios?

De esta manera, se ha consensuado gratificaciones generales que las personas extraen de los medios, y en el mundo de las *hipermediaciones* están constantemente presentes, estas son: Información, relaciones personales, diversión y vigilancia del entorno.

La mayoría de estudios contemporáneos basados en la perspectiva de usos y gratificaciones fundamenta sus reflexiones en cinco premisas importantes:

- La conducta mediática está relacionada con la selección y uso de los medios y se encuentra gobernada por metas, motivos e intenciones.
- Se plantea que el comportamiento mediático es funcional.
- Las personas toman la iniciativa de seleccionar y utilizar los medios de comunicación porque en ellos se busca satisfacer una serie de necesidades de carácter psico-social, como son la integración social, la evasión, la comprensión y explicación de los hechos, entre otros.
- En su relación con los medios, la gente actúa de forma relativamente activa.
- Un elenco de factores sociales y psicológicos guían, filtran o median la conducta mediática.

1.2.2 Los estudios culturales o paradigma interpretativo cultural

La corriente de los estudios culturales es interdisciplinar y sitúa el consumo cultural de las audiencias en sus contextos sociales de recepción. Posibilita el análisis respecto a la relación de los jóvenes con los medios en función de los contextos de recepción, tanto personales como sociales.

El análisis del consumo cultural de los jóvenes, nos permite acercarnos al eje esencial en la formación y construcción de su identidad individual y colectiva, siempre en relación a su contexto personal, familiar y social.

Desde el punto de vista de la comunicación, esta corriente nos permite superar, por un lado, la perspectiva mecanicista de la teoría de los efectos, y por otro la dimensión individualista de los usos y gratificaciones, para caer en el análisis de las prácticas mediáticas en sus contextos personales y sociales de recepción (Morduchowicz , 2008).

El paradigma interpretativo cultural entiende que la comunicación de masas es una construcción social. El método que dirige este tipo de estudios es el método cualitativo.

1.2.3 Teoría Habitus y Campos - Pierre Bourdieu

Esta teoría es un aporte del *constructivismo estructuralista* sociológico, importante para entender las prácticas y comportamientos sociales.

Las prácticas sociales, son entendidas como la interacción constante entre “habitus” y “campos” (Prácticas = habitus + campos).

Concretamente, “habitus” puede entenderse como “*un sistema de disposiciones adquiridas, permanentes y transferibles, que generan y clasifican acciones, percepciones, sentimientos y pensamientos en los sujetos y grupos sociales, generalmente escapando a la conciencia y a la voluntad*” (Tellez , 2002). Constituye una interiorización de la exterioridad.

La categorización “Campos” representa los espacios sociales dinámicos y estructurados conformados por puestos jerarquizados y reglas de juego propias, donde los sujetos se relacionan de manera permanente y dinámica. Así se puede hablar de un campo religioso, político, artístico, virtual, entre otros.

El campo funciona a partir de parejas de oposiciones, sistemas de antagónicos. Usualmente se compara al campo como un “juego social” particular, con sus intereses, objetivos, reglas y normas (Tellez , 2002).

El concepto de “campos” es necesariamente complementario al de “habitus”, ya que toda disposición en un campo particular, se conquista gracias a disposiciones específicas (habitus).

1.2.4 Tiempos líquidos - Zygmunt Bauman

Caracterización sociológica contemporánea de la modernidad acuñada por Zygmunt Bauman, da cuenta del tránsito de una modernidad “sólida”, estable, repetitiva, a una “líquida”, flexible y voluble. Emerge la “incertidumbre” como referencia para la acción humana debida a causas como la separación del poder y la política, debilitamiento de los sistemas de seguridad que protegían al individuo, renuncia del pensamiento y planificación a largo plazo. Vivimos en un entorno marcado por la incertidumbre, la desprotección, el micro relato y el terror. Esta caracterización nos permite entender el contexto social por donde los sujetos se desenvuelven y transitan (Bauman, Tiempos Líquidos, 2007).

1.2.5 Paradigma de la complejidad

Paradigma emergente que nace a partir de la crisis de la ciencia occidental positivista. Cuestiona la rudeza epistemológica, el mecanicismo, la causalidad estéril, el reduccionismo, la simplificación empirista y la lógica formal aristotélica. Su razón de ser es la interdisciplinariedad, es decir, funciona desde el ejercicio convergente de varias ramas científicas. Busca el entendimiento de la totalidad dentro de los sistemas de interacción natural y social.

Caos, aleatoriedad, dialogismo o dialéctica, autopoyesis, multicausalidad y borrosidad son categorías importantes que toma en cuenta la complejidad. La realidad es entendida como un sistema reticular interconectado multi - causal, caracterizado por fenómenos dialógicos y dialécticos que manifiestan una construcción caótica y ordenada que nosotros asimilamos como lo real.

1.3 Un efímero vuelo Epistemológico: El tratado de paz y la esquizofrenia epistémica

La arrogancia académica convirtió a la comunicación en una secesión de malos entendidos, cada una de las escuelas teóricas creó e incorporó su propio objeto de estudio, su método, y su metáfora para entender el proceso comunicativo. Es por esta razón, (la falta de acuerdos) que las teorías contemporáneas quedan en deuda con la realidad.

Los paradigmas no logran entender en su complejidad los nuevos escenarios y procesos comunicativos. Bueno, en realidad esto ocurre en todo sector académico por donde está atravesada la famosa *crisis de la ciencia*.

La comunicación, fruto de este desacuerdo, es vista desde fuera como un terreno sin metodologías claras ni procesos exigentes de promoción científica, un campo frágil, improvisado y poco científico² (Scolari, 2008).

“La conformación de un territorio discursivo común es lo que permite que un campo del conocimiento gane autonomía” (Scolari, 2008), sobre la base de este discurso se construye su posición frente a la realidad y esto permite marcar la diferencia entre campos científicos. Es por eso que la creación de nuevos lenguajes tiene mucho que ver en la evolución del conocimiento científico.

La comunicación, en su estado embrionario, tomó prestado e incluso recicló conceptos de la sociología, la antropología, la psicología social, la informática y otros campos científicos. Al parecer este préstamo fragilizó la condición científica de la comunicación.

² En este momento aparece como imprescindible la pregunta recurrente en todo curso de epistemología ¿Qué es ciencia y que no es?

En los nuevos territorios epistemológicos, lecturas críticas del neocolonialismo, nos ayudan a comprender que actualmente no se está hablando de ciencia sino de saberes, y como la ciencia en definitiva, es una construcción histórico social.

A diferencia de otros terrenos científicos, la comunicación nunca pasó por un momento de unificación, ya que se presentó como un conjunto de sub disciplinas o áreas más o menos periféricas de otras disciplinas. El potencial del campo comunicativo podría estar, en esto mismo, en las nuevas voces que se juntan a la conversación inter disciplinaria.

El problema de la epistemología es la visión homogeneizante de los modelos. Los modelos teóricos son representaciones hipotéticas que pueden ser confirmadas, confutadas o falsificadas (Feyerabend, 1975). Es necesario entender que cada modelo ilumina una parte del proceso de comunicación, nunca el todo. Frente a esto la finalidad de la comunicación debe ser el ejercicio centrífugo.

A menudo se nos explica que la comunicación, es un objeto con múltiples dimensiones que debe ser analizado desde diferentes puntos de vista. Pero en realidad ¿qué objeto de estudio no es inter disciplinario? Si estudiamos el matrimonio, este se manifiesta en diferentes perspectivas. Antropológica (como un rito), económica (como un contrato económico), sociológica (como una institución social), semiótica (como un discurso de unión).

De esta manera, es más legible la crisis epistémica de la comunicación. Primero se entiende que este campo no nace de un movimiento centrípeto que encierra o integra diferentes saberes, sino que emerge de un movimiento centrífugo que tiende a expandirse y abrir nuevas conversaciones. Quizás en este estado de confusión es donde radica la verdadera riqueza de la comunicación (Scolari, 2008).

1.3.1 De la epistemología a la militancia

La masificación del acceso a formas de comunicación mediadas por computadora es un hecho innegable y cotidiano, las redes sociales - virtuales son el pan de cada día. Esto ha favorecido la exposición de micro relatos y nuevos sentidos sociales. Sin darnos cuenta y de manera desapercibida se ha estado tejiendo un nuevo ecosistema social, con nuevas reglas, naturalizaciones, construcciones sociales y sentidos.

En medio de esta ola hiper estimulativa estamos nosotros, produciendo y reproduciendo constantemente el sentido de nuestros actos y nuestra existencia.

Envueltos en la explosión micro discursiva de voces, la enseñanza que nos ofrece el siglo XXI es la necesidad de acuerdos para construir entornos de bienestar; sin negar con esto la dialéctica propia de la vida.

La comunicación debe asumir un nuevo reto, aprovechar la explosión de sentidos, voces y saberes y convertirse en un espacio dialógico, que represente el *tratado de paz*, no solo desde la acción académica sino también desde acción social.

La comunicación pasa a ser ese necesario espacio de diálogo, en un mundo donde decir lo que se quiera, y ser escuchado por el que quiera marca lo cotidiano. Las redes sociales refuerzan esta efervescencia de pequeños discursos. La comunicación debe aprovechar este espacio coyuntural para crear ambientes de debate nunca antes vistos. Dejar de lado la novelaría mediática que toda tecnología trae. Evadir el juego alienante del poder hegemónico que en contubernio con los medios nos hacen olvidar del sentido colaborativo y humano de la comunicación.

Procesos de esta envergadura, permiten desestabilizar principios estructurantes del discurso hegemónico, fundar discursos diversos, tolerantes, divergentes, comunitarios.

Por otro lado, los acuerdos no solo son escasos en la comunicación, sino también son carentes en las ciencias sociales y discretamente olvidados entre las ciencias y saberes en general.

La hiper especialización comienza a manifestar sus primeros síntomas, la falta de dialogo epistémico, y claramente, en lo cotidiano, la falta de diálogo social. Esto ha permitido construir una torre de babel donde cada uno defiende su individualidad y su conveniencia. Un ambiente de desentendimiento general, donde los cambios en beneficio de todos son cada vez más duros. Más adelante ubicaremos con más detalle el

contexto social imperante, lo cual nos llevará a entender mejor ciertos comportamientos sociales en los nuevos procesos comunicativos.

Resumiendo, es pertinente, debido a la coyuntura (la explosión de los nuevos medios y nuevas voces), ver a la comunicación como el campo idóneo donde convergen los saberes y sus voceros (más allá si son científicos o no) capaz de resolver a partir del diálogo nudos críticos de la realidad, revalorar nuestros comportamientos sociales e individuales, cambiar ciertas prácticas nocivas, llevarnos a un cambio social radical. Para esto no será redundante aclarar que en todo momento el ser humano debe entenderse desde su condición psico, bio social (psicológico, biológico y social).

1.4 Mediaciones: De la escala de grises a la visión a colores

Hace poco más de 20 años Jesús Martín Barbero publicó “de los medios a las mediaciones”, puso en aprietos al pensamiento hegemónico, y al mismo tiempo destripaba categóricamente las verdaderas intenciones de la comunicación, la cultura y el poder.

Los estudios culturales saltan al escenario social y la palabra “mediaciones” hace su gran aparición. Pasamos del rancio estudio de los medios al estudio de la cultura que producía y reproducía el sujeto al consumir dichos medios.

De manera didáctica y comprimida el mismo Barbero nos explica que al hablar de mediaciones se refiere “a las densas pero secretas conexiones de los procesos de la comunicación con las dinámicas culturales y con los movimientos sociales” (Barbero J. M., 2008)

La evidencia cualitativa que transpiran las mediaciones nos permite entender el trasfondo comunicativo. Se sabe, bajo consenso absoluto, que la comunicación comprende cuatro elementos: el emisor, el mensaje, el canal o medio y el receptor. Pero que ocurre con el contexto, donde queda esa biosfera cultural que encapsula al sujeto al momento de recibir el mensaje, como esta nueva variable resignifica la recepción, el procesamiento, el condicionamiento y la respuesta del sujeto frente al mensaje y frente a su medio³.

³ Al hablar de *el mensaje* se hace con recelo, difícilmente vamos por vida repartiendo turnos a cada mensaje para recibirlos uno por uno, la realidad nos muestra que vivimos en medio de un tiroteo mediático. La complejidad de *la sociedad de la información* nos preparó para dejar la recepción de mensajes sueltos, y la hiper estimulación mediática nos envolvió en la recepción de sofisticados cocteles informativos, grandes grupos de mensajes que se presentan en nuestra comunicación cotidiana y que constantemente direccionan y re direccionan, espacios, expectativas, acciones y fundamentos culturales.

Es por eso que el recurso teórico de las mediaciones es un aporte de gran valor para quienes quieran entender el verdadero entramado comunicativo que involucran las prácticas sociales.

Radiografiar los mecanismos de interpretación que los públicos ponen en evidencia al consumir medios, hace de la comunicación parte fundamental del estudio de la cultura, y comprender a la cultura nos lleva inevitablemente al entendimiento de los contextos sistémicos que envuelven a las relaciones sociales.

Esto nos plantea lo que algunos autores llamaron *la vuelta al sujeto*. Entonces es importante (y llamamos a la vinculación con este modo de ver no solo los medios sino la vida) los mecanismos culturales de interpretación y vinculación con los entornos, ya sean estos reales o virtuales. Los mecanismos de interpretación de ninguna manera toman forma de senderos causales basados en la acción reacción sino se asemejan más a laberintos reticulares y rizomáticos (Deleuze & Guattari, 1980) basados en acciones reacciones, pragmáticos en algunos casos, impredecibles en otros. Y al parecer, toda esta amalgama comunicativa está siempre presente en nuestra relación cotidiana con los medios y en general con el entorno.

Es necesario invertir el sentido de la idea que preconizaba la visión crítica de la comunicación como proceso de dominación, proponiendo el estudio de la dominación como proceso de comunicación (Barbero J. M., 2008).

Comprender la comunicación, implica meter en la investigación, y hasta en la militancia, no solo las tretas del dominador sino también todo aquello que en el dominado trabaja a favor del dominador.

1.4.1 Como llevar las mediaciones a los nuevos escenarios: Estudio de caso Facebook

“al utilizar el tetrade, podemos recapitular observando como la nueva forma o tecnología del artefacto penetra en la cultura huésped, como un nuevo clisé, desplaza en el proceso al viejo clisé u homeostasis hacia la tienda cultural...”

(Mc.Luhan, La Aldea Global, 1990)

El conocimiento, en sí mismo, está preñado de una intencionalidad, no hay porque renegar este agregado, aunque el positivismo a veces lo vuelva un huésped fastidioso.

A partir del último párrafo del anterior tema el lector empezará a intuir a donde se quiere llegar con tanta letanía. Por fines didácticos este acápite se lo planteará en dos momentos:

- Primero las redes sociales y en concreto la red social Facebook no son soportes que inmaculadamente se construyen solos, más allá del software⁴ que fabrique un programador, hay un componente elemental que legitima la existencia, el uso y la apropiación colectiva de dicha tecnología. Es la sociedad, el usuario o el público, el que realmente da valor a dicha tecnología.

Sobre el Facebook (y esta metáfora puede ser aplicable para cualquier tecnología) hay una carga de significado social evidente, este elemento funciona como linterna para llegar a las mediaciones comunicativas implícitas en los procesos comunicativos mediados por redes sociales, sin reparos se afirma que el Facebook es una construcción social, y representa el reflejo y termómetro de nuestra sociedad contemporánea. Una tecnología, comprime en sí misma, sentidos de vida, consumos culturales, valoraciones culturales, sensibilidades, temporalidades, intencionalidades, en fin, que piensa una sociedad, todo esto enmarcado en un contexto (temporalidad y espacialidad) determinado.

⁴ Al decir software nos referimos al término genérico que se aplica a los componentes no físicos de un sistema informático, como por ejemplo: los programas, sistemas operativos, etc., que permiten a este ejecutar sus tareas.

Por eso la importancia del estudio de la cultura, los contextos y los macro y micro sistemas para aproximarnos al entendimiento acerca de que hay más allá de los procesos comunicativos en la red social Facebook.

La exploración de las mediaciones es una contra propuesta de los modelos científicos occidentales de comunicación que al igual que el modelo de Shanon-Weaver son lineales, secuenciales y lógicos.

En este punto es necesaria una importante aclaración. Si bien es cierto este trabajo toma como primer elemento de lectura de la teoría de los usos y gratificaciones, sin embargo esta teoría no representa la totalidad del trabajo, en realidad constituye un primer momento de exploración y rastreo.

Reconocemos que esta teoría nos permite rastrear el terreno y ver una parte de los procesos comunicativos, la puerta de entrada (aunque puede haber varias); de ahí la propuesta del estudio cultural de las mediaciones como el compañero temporal de los usos y gratificaciones en esta travesía a través del continente desconocido, que por el momento lo llamaremos nuevos medios y nuestra interacción con ellos.

- Segundo, se mencionó anteriormente, que para entender a la comunicación digital es necesario meter en la investigación no solo las tretas del dominador sino también todo aquello que en el dominado trabaja a favor del dominador, desarrollo un par de ideas relacionadas con la interacción de poderes implícita en los procesos comunicacionales.

A los *mass new media* no hay que alejarlos de su contexto de *imperio mediático, de tiranía comunicativa y panóptico* (Ramonet, 2000) (Foucault, 1975). Sobre este escenario la alienación encarna el fantasma del ruido que empobrece la comunicación, y los nuevos dispositivos de vigilancia toman la figura de red social virtual.

Desde una *micro física del poder* la comunicación es un ejercicio marcado por el desequilibrio, y los medios son la sucursal más importante de ese monstruo llamado industria cultural, en este sentido, la vigencia de un espacio virtual (Facebook) y su apropiación social, se debe a que este espacio simpatiza con el estatus quo, y es eficiente para las demandas de una industria cultural que mantiene en pie un sistema o macro estructura. Entonces un producto tecnológico, que a la vez es un producto social, es atractivo (más allá de las actualizaciones que se le hagan) porque produce y reproduce ciertos criterios sociales y núcleos de sentido funcionales al sistema y lógica sistémica imperante⁵ que a su vez son naturalizaciones culturales de los sujetos.

Por todo esto no es novedoso ver que los medios de comunicación, aún, sigan manteniendo su estatus de *aparato ideológico* del estado y del mercado⁶.

Con el mismo temor que me atormenta Ignacio Ramonet escribe:

“El temor principal hoy es que, con internet, las tres funciones principales de este nuevo medio se convierten en: vigilar anunciar y vender. Vigilar porque cada intervención sobre la red deja un rastro...el internauta dibuja el mismo su autorretrato en términos de centros de interés (culturales, ideológicos, lúdicos, consumistas)...Anunciar porque la economía de internet es esencialmente de naturaleza publicitaria...Vender, porque éste será a partir de ahora el objetivo principal del media”.

El mismo autor termina diciendo:

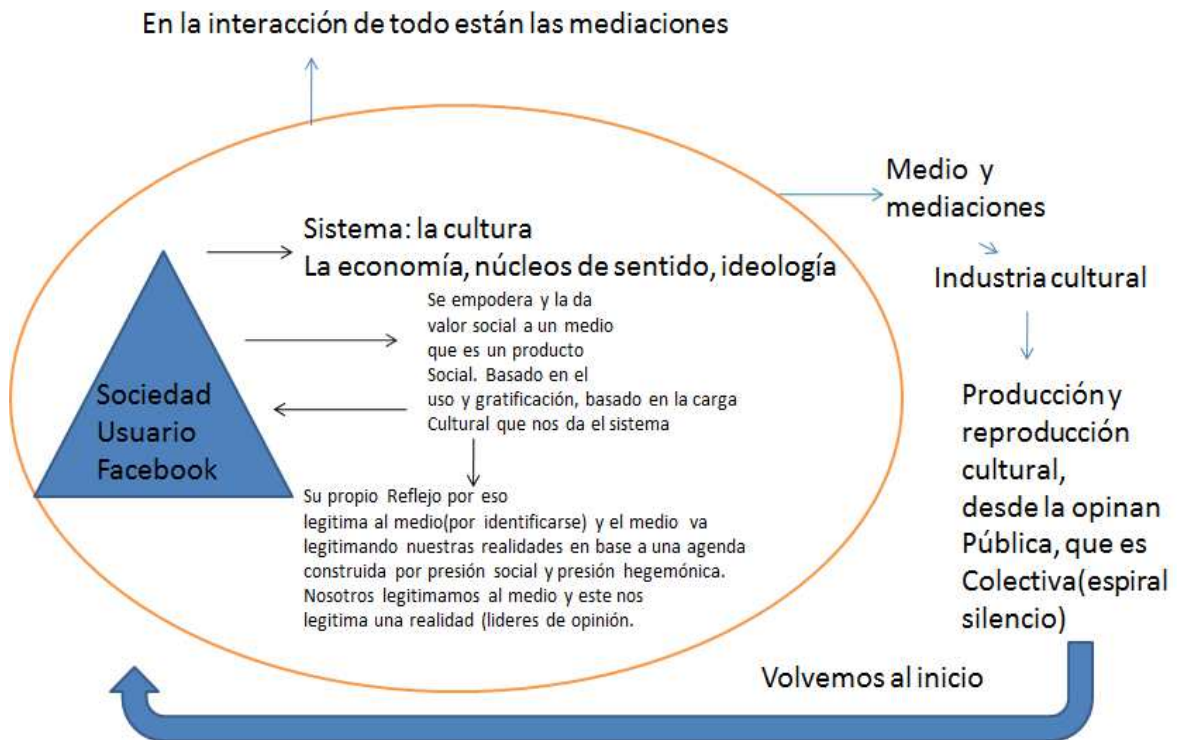
⁵ Para la comprensión más profunda de este tema, el segundo capítulo refuerza y nos ayuda a entender con más detalle estas afirmaciones.

⁶ Al hablar del mercado se plante solo lo siguiente: Como Facebook que benevolentemente ha derribado muros y fronteras receptivas y expresivas, ha mejorado nuestro quehacer comunicativo, entra a la bolsa de valores en el año 2012.

En el 2007 dos grandes empresas, Google y Microsoft, disputaron por la compra de una fracción mínima de su capital. Finalmente Windows venció la pugna, tras desembolsar más de doscientos millones de dólares, aludiendo que el creciente número de usuarios representaba un atractivo potencial publicitario.

“Antes los media vendían información (o distracción) a los ciudadanos, ahora a través de internet, venden consumidores a los anunciantes”

Esquema 1



Elaborado por: Francisco Ortiz

1.5 De las mediaciones a las Hipermediaciones

“Si en las mediaciones se pierde la fascinación por el objeto (los medios) para recuperar el proceso, ahora debemos perder la fascinación por los nuevos medios para recuperar las hipermediaciones” (Scolari, 2008)

Ahora bien, dado que no nos interesa tanto estudiar los medios digitales sino las nuevas mediaciones, saltamos deliberadamente, *del objeto de estudio al proceso*, con ello nos referimos a los *procesos hipermediáticos*.

Al hablar de hipermediación no nos referimos tanto a un producto, un medio o un soporte físico, sino a “procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí” (Scolari, 2008).

Si exhumamos la ascendencia etimológica del prefijo *hiper*, vemos que deriva de palabras griegas que denotan más allá, sobre o encima de. Pero al parecer, en su formación moderna expresa una cantidad o grado superior al normal. Entonces, cuando hablamos de hipermediaciones no se hace referencia simplemente a mayor cantidad de medios y sujetos sino a la trama de reenvíos, hibridaciones y contaminaciones inmersas en los procesos interactivos con las tecnologías digitales. En sí, volvemos a hurgar dentro de la trama reticular de los procesos, esas nuevas configuraciones, esas dinámicas cognitivas y culturales que van más allá de la mediática tradicional.

Si las mediaciones de Barbero nos hablaban de los medios masivos y de sus contaminaciones con las culturas populares, las hipermediaciones “construyen su mirada científica a partir de los nuevos espacios participativos de comunicación y su irrupción en lo masivo... se interesa más por estudiar las hibridaciones de lenguajes y convergencia de medios que concentrarse en un medio en particular” (Scolari, 2008).

Así nos damos cuenta que *mediaciones*, de ninguna manera, son la antítesis de las *hipermediaciones*, por el contrario, existen más continuidades que rupturas en el camino que va de las mediaciones a las hipermediaciones. Los hipermedios en ningún momento hacen tabula rasa con su pasado inmediato (los medios masivos) sino que emergen de ese ecosistema transformándolo en el proceso.

1.5.1 Novedades del nuevo ecosistema⁷

Dentro de las redes sociales, Facebook en este caso, hay cinco elementos fundamentales que nos permiten rastrear de manera casi axiomática, los movedizos “usos y gratificaciones” que el usuario manifiesta en su interacción con el otro virtual, su ecosistema y su simulación consigo mismo. Estos cinco elementos, a la par, dibujan la silueta de lo hipermediático, acentuando los cambios fundamentales que se han dado dentro de la funcionalidad comunicativa contemporánea.

A.- Aparece el proceso de transformación tecnológica conocida como *digitalización*.

B.- El paso de la configuración uno a muchos a la configuración muchos a muchos conocida como *reticularidad*.

C.- La presencia de estructuras textuales no secuenciales conocida como *hipertextualidad*.

D.- La convergencia de medios y lenguajes conocida como *multimedialidad*.

E.- La participación activa de los usuarios conocida como *interactividad*.

⁷ Al hacer referencia a la palabra ecosistema nos adscribimos a la metáfora (comunicación como ecosistema) de Carlos Scolari expuesta en su texto *Hipermediaciones*. A la comunicación se la entiende “como un conjunto de intercambios, hibridaciones y mediaciones, dentro de un entorno, donde confluyen tecnologías, discursos y culturas.”

1.6 Elementos para aclarar la borrosidad de un objeto de estudio

1.6.1 Breve historia internet

Se considera que la revolución tecnológica ha estado mediada por la aparición de los ordenadores y la web. Dicha circunstancia se remonta a la aparición del internet en los años 60 durante la guerra fría, cuando los estadounidenses crean una red de uso militar que les permite acceder a información desde cualquier punto del país, a esta red nodriza se la conoció como ARPANET y apareció en 1969.

Con el tiempo ARPANET continuo creciendo y abriéndose al mundo, especialmente al académico, separándose poco a poco de las funciones militares para las que se creó. Posteriormente NSF (National Science Fundatión), crea su propia red con motivaciones científicas, aportando con nuevas aplicaciones y desarrollos, más tarde a esta red se la conocería como NSFNET, formando el embrión de lo que posteriormente sería INTERNET.

Para el año 1985 ya es una tecnología establecida y funcional, aunque conocida por unos pocos, nace a partir de este surgimiento la idea de ciberespacio. A la par de estos desarrollos se manifiestan los primeros estudios ciberculturales. Dichas indagaciones se orientan a la producción de artículos periodísticos de carácter descriptivo, elaborados con la asesoría de ingenieros y expertos, visionando a dicha herramienta como una metáfora de la nueva frontera civilizatoria.

Web 1.0

Posteriormente para los años 90 aparece la denominada web 1.0, en ella el usuario desempeñaba un papel pasivo (Muñoz , 2010), una red que permite únicamente la lectura, el principal criterio en esta etapa consistió en el almacenamiento de información de manera centralizada. En este contexto, surge el segundo estadio de los estudios ciberculturales. Con la participación académica de las ciencias sociales, se explora a las

comunidades virtuales y las identidades on line, ya para esta época la red comienza a ser un espacio de empoderamiento, construcción, creatividad y comunidad en línea, se populariza el uso de computadores personales.

Web 2.0

En el 2004 surge la web 2.0 como un conjunto de principios y prácticas interrelacionando varios sitios. La web es vista como plataforma, no como sitio, la primera plantea un principio sobre el cual un programa puede ejecutarse, por ejemplo, el popular Google es una plataforma sobre la cual pueden ejecutarse diversas aplicaciones, un buscador, una dirección email, google maps, entre otros. Se aprovecha la inteligencia colectiva.

Cabe recalcar que en la versión 2.0 el usuario controla sus propios datos. Al ser una extensión que nos permite leer y escribir, el usuario juega un papel activo. Aquí es cuando nacen los blogs como nuevo paradigma (Muñoz G. , 2010).

Los desarrollos de la web 2.0 coinciden con los estudios críticos ciberculturales que van desde finales de los 90 hasta el momento actual, exponiendo la idea de interacciones, simulación, discursos y brecha digital.

Web 3.0

Esta expresión aparece en el año 2006. Es utilizada esencialmente para describir la evolución del uso y la interacción de las personas en internet, amplía y extiende los logros presentes en la web 2.0. Permite que la gente además de leer y escribir pueda realizar asociaciones con algún sentido entre contenidos de los sitios web.

1.6.2 ¿Por qué Facebook?

Si bien es cierto, el contenido de este trabajo habla en plural al referirse a las tecnologías mediáticas y las redes sociales, sin embargo, para el desarrollo de las presentes reflexiones se tomó como eje referencial la red social Facebook.

Para llegar a esta elección fue necesaria la pregunta ¿Qué red social ha tenido mayor trascendencia y popularidad en la última década? Definitivamente Facebook ha demostrado su popularidad, auge y alta aceptación en los círculos sociales sobre todo juveniles. Los siguientes datos argumentan el impacto y dilución de Facebook en el diario vivir de las relaciones sociales:

- La consultora de marketing Icrossing, publicó recientemente la cifra que muestra a Facebook, para este 2012, con mil millones de usuarios (Consultora Icrossing, 2012).
- Según sondeo de Synovate (Microsoft) realizado en 26 países del mundo y publicado en diario El tiempo con el nombre de “Adultos jóvenes revelados” en julio del 2009:

“los nativos digitales (jóvenes de edades entre 18 y 24 años) no conciben su vida sin acceso a la red... Las redes sociales y el chat son sus principales medios de comunicación para sus relaciones reales: dos terceras partes tienen perfil en una red social y 76 por ciento usa a diario un sistema de mensajería instantánea”.

(Compañía de Investigación de Mercado Synovate, 2012)

- De acuerdo a la encuesta de The Competitive Intelligence Unit (CIU), en México 90% de usuarios de internet menores de 30 años utiliza Facebook, Twitter, HI5 o Myspace (El Informador, 2012).
- De acuerdo a las estadísticas presentadas por SocialBakers y algunos indicadores publicados en diarios online encontramos que en Ecuador el alcance de Facebook

llega a los cuatro millones de usuarios, donde el 80% de usuarios tiene entre 13 a 34 años (SocialBakers, 2011) (Diario el Comercio, 2012) (Ecuador inmediato, 2012).

- En ocho años Facebook ha enlazado mil millones de usuarios, número alto si se toma en cuenta que el cristianismo según el Vaticano se acerca a los dos mil millones de fieles en dos mil años.

Los datos presentados pretenden evidenciar que Facebook es la red social más atractiva entre los usuarios de internet, pero aún más evidente es la apropiación e interés mayoritario de los jóvenes a favor de la red social Facebook, por esta razón Facebook es tomado en cuenta para nuestra investigación.

CAPÍTULO SEGUNDO

SUJETO Y CONTEXTO - EL MALESTAR DE LA CIBER CULTURA

“El hombre cool no es ni el decadente pesimista de Nietzsche ni el trabajador oprimido de Marx, se parece más al tele espectador probando por curiosidad uno tras otro los programas de la noche, al consumidor llenado su carrito” (Lipovetsky, 2000)

Para las ciencias humanas las redes sociales han sido un campo de estudio de última data. Las entradas a este tema son varias, eso sin contar las ventanas por donde se han infiltrado nuevas y novedosas lecturas. Una de las entradas más evidentes se refiere al problema del vínculo social. Para su entendimiento es necesario tener en cuenta que, tras el vínculo social, siempre se halla dispuesta una sombra, la asociatividad.

Históricamente se ha experimentado a la asociatividad a través del vínculo cara a cara, casi siempre nos hemos vinculado desde la referencia corpórea. Con el tiempo, y de a poco, las redes sociales, cobijadas en el internet, han ido tejiendo y naturalizando nuevas formas y espacios de encuentro.

Abrazando a todas estas nuevas formas asociativas ubicamos un cambiante pero legible bagaje cultural, los sectores del mundo adulto ven en él un ambiente incomprensible, casi ilógico, pero en cambio, para la esfera infanto juvenil (los nativos digitales⁸), estos nuevos escenarios son el baluarte de su identidad, su razón de ser.

Para entender toda esta naturalización inherente en las nuevas tecnologías es necesario olfatear algunos procesos antaños, dinámicas de orden estructural que moldearon lo que ahora es nuestra actual sociedad.

⁸ Conocidos también como homo sapiens digital, son aquellas personas que experimentaron todo el proceso de cambios tecnológicos vertiginosos, naciendo entre la televisión y el internet.

De entrada resulta necesario ubicarnos en el contexto del último cuarto del siglo XX y la primera década del siglo XXI, cuando fuertes mutaciones económicas y sociales inciden para modificar la situación de los distintos actores sociales.

Haciendo hincapié en las dinámicas juveniles, la juventud, lógicamente, no resulta ajena a la influencia de tales cambios. Traeremos a colación algunos que se considera significativos.

A.- El discurso emergente de mercado con sus exigencias de productividad, competitividad y consumo, hegemoniza la escena, con ello se produce el desplazamiento de la sociedad del trabajo y la producción a la sociedad del consumo (generadora de desocupación)⁹. Las identidades que antes se adscribían al mundo del trabajo entran en crisis, paralelamente se infiltran nuevos argumentos identitarios, desplegados ahora en el espacio de consumo (Muñoz G. , 2011).

Esta situación instrumentaliza la vida, la envuelve de una carga pragmática definida por valores como la utilidad y la practicidad de los bienes y servicios, ya sean materiales o simbólicos. El éxito pasa a ser el corolario del *Paradigma eficientista* y el valor dominante por el cual se miden las cosas, en fin, las características propias del mercado se extienden a las dimensiones de la vida donde habían estado ausentes.

B.- Los medios de comunicación se convierten en una de las más importantes agencias de socialización humana. A partir de ello se puede afirmar que nos conocemos y conocemos el mundo a través del consumo televisivo.

En este marco adquiere especial relevancia los medios audio visuales asociados con la publicidad y el estímulo al consumo. Niños y jóvenes dedican enorme cantidad de tiempo a la televisión, y ahora también el ordenador, y el carácter doméstico de esta actividad ha traído cambios significativos.

⁹ Este elemento es de importancia colosal para entender el consumo y empoderamiento masivo del sujeto contemporáneo sobre las redes sociales.

En este sentido, la adquisición de una condición juvenil ya no dependerá exclusiva o predominantemente de su circulación por la preparación escolar, sino también por la captación y consumo de la publicidad (bienes y servicios) que propongan las múltiples pantallas junto con los espacios reales. Concretamente, los medios de comunicación directa o indirectamente se corporizan como eficientes industrias culturales, provocando con ello una cultura-mundo.

“Internet y las hipermediaciones han contribuido significativamente a contornear una realidad, una comunidad transnacional de consumidores jóvenes que comparten universos simbólicos de los que forman parte y en los que se socializan.” (Muñoz G. , 2011).

Entonces, existe un sentimiento creciente, donde nuestra experiencia de “ser sujetos”, y por ende el concepto mismo de “sujeto”, está atravesado por cambios significativos manifestados en la orientación de las sociedades contemporáneas hacia el consumo, la influencia de la cultura mediática y la tecnología, tres elementos importantes que moldean culturalmente al sujeto contemporáneo.

C.- La tecnología, cada vez, juega un papel más importante. Tenemos la suerte de contemplar a la primera generación de jóvenes video formados.

La cotidianización de las pantallas va más allá de la intromisión de un mero objeto tecnológico. La computadora se ha convertido en un electrodoméstico más, el internet, es ahora, un servicio cotidiano.

Respecto a los usos de internet (y extrapolándolo a las redes sociales en general, sobre todo Facebook), un rasgo atractivo para los adolescentes es que la red no está controlada por los adultos, “el espacio cibernético es la nueva frontera que representa a la libertad que imaginan, los jóvenes, en su cultura de la nocturnidad” (Muñoz G. , 2011). En la noche el mundo adulto temporalmente desaparece y deja el espacio para los jóvenes, y algo semejante es lo que perciben los jóvenes cuando recorren la red. Siendo lo más

atractivo el desplazamiento de un medio pasivo, que era TV, a un medio interactivo que es el internet.

Las redes sociales tienen una composición multicultural, lo cual facilita el propósito reproductor de una cultura-mundo, conformando la identidad colectiva e individual de los sujetos, mostrándoles la puerta de entrada a visualizar otras posibilidades de ser, construyendo un amorfo e impredecible *narcisismo social*.

Sin desviarnos demasiado, en el plano educativo, la transición de la cultura de la *asociatividad presencial-corpórea* a la cultura de la *simulación* atraviesa de polo a polo los escenarios escolares, donde los alumnos, aburridos y poco impresionables, miden la realidad a través del zapping y el clic. Emergen las dificultades de los docentes para retener la atención de los alumnos, que parecen desmotivados y antipáticos frente a las modalidades arcaicas de enseñanza.

En este marco, claramente se ve que “las instituciones escolares, afincadas en la cultura del libro, del texto y la palabra escrita, tienen dificultades en la medida en que los jóvenes están inmersos en la cultura de la velocidad, de la fragmentación y la imagen” (Muñoz G. , 2011).

D.- El fenómeno de la desinstitucionalización (de la política, el estado, la familia), ha fragilizado el vínculo social. El estado ha menguado, y casi desaparecido, las garantías de seguridad, protección, certidumbre, y bienestar (Bauman, Tiempos Líquidos, 2007).

Por ello, cada vez queda más problematizada la cuestión del ¿qué nos une? Lo que produce este fenómeno es la aparición de sujetos cada vez más individualizados, es por eso, que este proceso ha fragmentado progresivamente la sociedad; el imperativo social es el “sálvese quien pueda”, que gira en torno a sujetos narcisos funcionales (Lipovetsky, 2000), que necesitan constantemente especular de sí mismo para actualizarse y reordenarse en tiempos de modas efímeras.

Es así como la desinstitucionalización forma un nuevo tipo de individualización, donde el individuo es liberado a su suerte, o a su incertidumbre.

Sobre este discurso apocalíptico, emerge una propuesta desde el banquillo de los integrados. Las redes sociales asoman como ese compañero fiel en épocas de individualización e incertidumbre, o esta aparición mesiánica de las redes, de una u otra manera, refuerzan ese sesgo subjetivo narcisista propio de nuestra época.

Por estos vericuetos, podría decirse que el debate “apocalípticos e integrados” explorado desde los 80’s gracias a Humberto Eco se actualiza. Salta la duda en este punto, ¿la comunicación ha mejorado? O ¿la conectividad se ha perfeccionado? (Unda, Estudio exploratorio de los usos y gratificaciones de jóvenes mediados por la red social Facebook, 2013).

E.- Una de las secuelas colaterales de la desinstitucionalización, quizás la más notoria, es la borrosidad que comprende el umbral de lo público y lo privado.

En palabras de Paula Sibilía:

“El yo-personaje que chatea sin descanso en Internet es una subjetividad que desea ser amada, que busca desesperadamente la aprobación ajena, y para lograrlo intenta tejer contactos y relaciones íntimas con los demás, que deben hacerse visibles. La línea divisoria entre el yo privado y el yo público es cada día menos evidente... Todos los atajos para llegar al hall de la fama y la felicidad espectacular son válidos; lo que importa es ser alguien”

2.1 Los estados en Facebook: Digo lo que pienso ¿pienso lo que digo?

Para iniciar este tema, que a la par inaugura la etapa reflexiva relacionada con el sujeto y el contexto sistémico, se empezará explicando (o tratando de explicar) que es “un estado” o “el estado” dentro del ambiente Facebook.

Un estado en Facebook se puede describir como una herramienta o aplicación representada en un cuadro de edición personal y publicación (pública), que puede contener elementos textuales, gráficos, visuales, audiovisuales, musicales, sonoros, simbólicos (en sí multimediales) y está ubicado en la página de inicio o muro personal de cualquier perfil. Las publicaciones casi siempre son de carácter actualizante, continuo e hiper vinculativo. La publicación se puede actualizar en el momento que se desee.

El cuadro de publicación siempre presenta la pregunta ¿que estas pensando?, y el contenido que se exponga manifiesta una amplia gama de emociones, pensamientos, ideas, gustos, deseos, actividades, estados de ánimo, ideologías (en realidad todo lo que se quiera).

Por último, dependiendo del contrato de privacidad, la información puede ser vista por: la comunidad de usuarios, un grupo de personas (amigos o no), o una sola persona.

Al hablar con usuarios de Facebook, todos concuerdan en que, este pequeño detalle llamado “el estado”, fue la novedad que ancló y atrajo a la mayoría de cibernautas, una herramienta que había estado ausente en otras redes sociales. Entonces, al parecer, Facebook fue pionera en abrir un espacio de expresión para una sociedad deseosa de expresarse.

En relación a esto, “el estado del Facebook”, resume en sí mismo, la utilidad social del medio. Conjuga todo ese encuentro nebuloso de universos de sentido, encarna un

termómetro social, útil en cualquier contexto académico. Es por eso que este elemento, simboliza el barro que forma la vasija reflexiva modeladora del texto.

2.1.1 La especulación del yo: Como me veo/como quiero que me vean/como veo que me ven.

“...era chistoso, porque me di cuenta de que si mi relación no estaba publicada en Facebook, no existía en la vida real, entonces ya pues toco publicar, y todos nos felicitaron, ya cacharon que estábamos juntos...”

P.G, estudio de caso 1, entrevista realizada el 12 de agosto del 2013.

Cada vez con menos recelo afirmamos, que la existencia y visibilización de algo o alguien se mide con el canon de la conexión y la desconexión. La representación de la realidad que se tiene, existe en nuestra cabeza, ya que estamos en permanente conexión con pantallas que legitiman la existencia de dicha realidad.

En las narrativas publicadas en Facebook (y en casi todas las redes sociales), entre líneas se observa una marcada fijación presente en varias facetas, diversas caras de un mismo rostro. Por ejemplo, me refiero a esa silenciosa necesidad de legitimar mi existencia, buscar la trascendencia de mi individualidad, fabricar la marca de mi propio yo, recrear esa alivante *fantasía del yo*.

En la red cada uno va publicando versiones *actualizantes* de su realidad psicológica y social (como me veo y como veo el entorno). Por su parte, los usuarios” likean”, postean, son indiferentes, se oponen, corroboran, comentan, es decir, en sí, componen narrativas colectivas respecto a las realidades sociales, por una parte, e identitarias/psicológicas de los individuos, por otra. Los usuarios se influyen unos con otros para formar una idea de su realidad y una idea de su identidad (como veo que ven el entorno y como veo que me ven).

En el proceso, vamos legitimando la existencia de algo o alguien, personas o hechos que queremos sean visibles o invisibles, lo que queremos ver y lo que negamos verlo.

2.1.2 El yo una construcción colectiva: Solos pero conectados

Las redes sociales, facilitan la visibilización del yo, el tú, el nosotros y el ellos. Las nano identidades¹⁰, son la trinchera oportuna para la expresión de deseos, malestares, y la necesidad de una representatividad individual y a la vez colectiva.

Por ello, es evidente, más que nunca, que el sujeto psicológico (el yo y mi identidad), es el producto de una constante construcción colectiva.

Esta construcción colectiva no es lineal, ni causal, sino más bien incierta, borrosa y compleja, se hace y rehace constantemente (actualizante); edificada en *la especulación de mí mismo*, guiada por la referencialidad *auto actualizante* de un yo virtual, que al parecer, interactúa y no se desentiende de las *mediaciones* que configuran el yo real.

Bajo este contexto, irrumpe en la psicología social esa refrescante necesidad de la *auto actualización*, teniendo al presente como nuestro pasado y futuro, idolatrando el aquí y el ahora. No por mera coincidencia, Facebook suelta la pregunta del ¿que estas pensando?, no por descuido omite el ¿qué pensaste? o ¿qué pensarás? Esto, en definitiva, reafirma y confirma nuestra convivencia con un imaginario cultural basado en la actualidad, el presente vivido, el momento que se va. E inevitablemente nuestra opción auto actualizante es fiel y funcional a esta temporalidad.

El ecosistema de las redes sociales posibilita la fabricación de mundos de simulación, entornos deseados donde mi *fantasía del yo* y *la simulación del mi mismo* se expresa sin ningún temor a posibles censuras, abriéndose con ello, la posibilidad exploratoria de

¹⁰ Al buscar grupos en Facebook nos topamos con un abanico multicolor, revelando con ello, la variedad infinita de nano identidades: madres solteras, hombres gays sexis, metaleros ecuador, fanáticos de Dragon Ball, colectivo de anarquistas, cabreados del Ecuador...

nuestra identidad. Estos espacios hacen más llevadera la convivencia con nuestra inseguridad existencial.

Uno de los productos de exportación privilegiados del actual sistema es el miedo. Convivimos con un futuro que no promete nada, un horizonte incierto, una seguridad líquida (Bauman, Tiempos Líquidos, 2007).

Fabricar una panoplia para frenar el tránsito fugaz de una realidad que todo lo vuelve efímero, es una consigna casi universal. A partir de esto se puede entender cavilaciones que afirman el cómo los medios se vuelven un refugio, un tubo de escape o ese mundo de fantasía, que nos permite sobrellevar las condiciones particulares de cada realidad.

Entonces, es por eso que no pensamos, del todo, lo que publicamos en la red, sino que respondemos a las ansiedades, malestares y ausencias que nos imprime un sistema. Bueno, está claro que si hay un proceso cognitivo-racional que nos permite decir lo que pensamos, pero es necesario ir más allá, entrar en el pantanoso terreno de la cultura, sobre todo la industria cultural, y escuchar lo que entre líneas dicen los discursos que pululan en los nuevos medios.

Sin desviarnos demasiado y siguiendo la misma idea, se sabe que la soledad ha sido la principal fuente de ansiedad psicológica del ser humano. Para Erich Fromm era evidente que las principales fuentes de frustración de los sujetos eran: el miedo a la libertad, el miedo a la muerte, el miedo a la frustración y el miedo a la soledad. (Fromm, 1992).

Sobre esta última, que es la que nos interesa, se expone que:

“En la medida en que yo no soy diferente, en la medida en que yo soy como los demás, y en que estos me admiten como un prójimo normal, puedo sentirme a mí mismo como “yo”. Yo soy como tú me quieres” (Fromm, 1992).

Surge la gran contradicción del siglo XXI, entre más conectados estamos, más solos nos sentimos. Como explicarnos esta nueva versión de la soledad humana, como entender aquella necesidad de mostrarme, y a la vez exhibirme, todo esto en la búsqueda de la esquivada aprobación (o desaprobación) que el otro promete.

Se manifiesta una nueva identidad gregaria, en la que el sentimiento de identidad descansa en el sentimiento de vinculación con la muchedumbre¹¹, entonces esa respuesta a la pregunta ¿que nos une? se contesta en la interacción colectiva que las redes sociales ofrecen.

2.1.3 Nano identidades y Redes sociales: Entre el silencio y el aislamiento

Las redes sociales son esa trinchera donde el sujeto, no dice lo que piensa, ni piensa lo que dice, sino más bien, dice lo que piensa va ser aceptado. Es de conocimiento público cómo el aislamiento es la respuesta social destinada a la diferencia. Y bajo esa carga social, es natural que los individuos experimenten un continuo miedo al aislamiento. Se actualiza aquella lógica que Neumann llamo “la espiral del silencio”.

Si hacemos un análisis detallado, se puede entrever que las redes sociales son espacios seguros de desahogo, asumimos que nuestra opinión será respaldada, por al menos, una persona.

¹¹ Hay quienes afirman que el internet ha sido un espacio confirmatorio de prácticas colaborativas y democráticas. Estas afirmaciones esquivan la idea de que los usuarios sean masas autómatas que consumen sin sentido. Se está de acuerdo y no se niega la existencia de células disidentes, que construyen contra discursos desde sus prácticas comunicativas en la red.

En este sentido, es interesante plantear la noción que Antonio Negri da de “muchedumbre”, refiriéndose a esta como ese grupo pensante que trasciende la condición sumisa de masa y está presente en la cultura cibernética. Sin embargo, quizás las reflexiones que hemos tejido suenen más a apocalípticas que integradas, pero todo lo dicho se sustenta en la lectura de un sujeto social, producto histórico de una realidad inevitablemente influenciada por el consumo.

La espiral del silencio establece que mucha gente tiende a permanecer callada frente a un grupo, si piensa que sus opiniones no van a ser aceptadas por la mayoría de su entorno (Neumann, 1995).

La red expone un abanico multicolor de voces y referencias de identidad, propio de las nano identidades, la atomización identitaria y la individualización narcisista.

Bajo la posibilidad de protección que ofrece un entorno con personas que piensan igual o parecido, tienen los mismos malestares y quizás las mismas expectativas, al sujeto le es más fácil trascender aquella espiral del silencio, sintiéndose confiado de opinar, seguro de exteriorizar hasta su más excéntrica expresión.

Hay un momento de silencio donde analizamos si el grupo donde va ser expuesta mi idea es seguro, si lo considero así, expondré mi parecer. En el contexto de las redes sociales, casi siempre, primero se piensa en el apoyo que tentativamente puedo recibir, antes de escribir lo que eventualmente puede ser mal juzgado.

El imperio de lo efímero que la moda ampara y la producción en serie que la industria cultural propone, nos permite, ahora ser ambientalista, mañana egresado de una carrera universitaria, en momentos, un ciclista urbano, cuando es necesario, un militante en contra de la violencia de género y si la situación amerita, un soltero codiciado. En realidad es posible ser lo que se desee, en Facebook hay una infinita pasarela de grupos o agrupaciones en busca de adeptos, y adeptos en busca de la aceptación de una agrupación.

Al actualizar la teoría de “la espiral del silencio” que afirma que los medios crean climas de opinión, creeríamos más bien que los medios, hoy por hoy, van instaurando micro climas de opinión.

2.2 Narcisismo y Adaptación: La Fantasía del yo

“Hoy Narciso es, a los ojos de un importante número de investigadores...el símbolo de nuestro tiempo...neofeminismo, liberación de costumbres y sexualidades, reivindicaciones de las minorías regionales y lingüísticas, tecnologías psicológicas, deseo de expresión y expansión del yo, movimientos alternativos, por todas partes asistimos a la búsqueda de la propia identidad...” (Lipovetsky, 2000)

La comunicación, históricamente, ha sido esa herramienta, individual y colectiva, avivadora del proceso de interacción y relacionamiento que el otro y el entorno proponen.

El lenguaje, en sus diversas facetas (desde la proxémica, hasta la oralidad), es la plataforma donde el sujeto despliega su quitasol histriónico, su teatralidad vital, ese drama, tragedia y comedia, que le permite activar pequeños roles identitarios, sin dejar de ser ella o él, manteniendo su particularidad fresca, dejando su originalidad respirar sosegada al margen de los bruscos cambios a gran escala.

Metafóricamente, al parecer, la sociabilidad humana ha evolucionado con el empleo de novedosos mecanismos teatrales. Los roles que asumimos son el engranaje de esa gran máquina darwinista conocida como: la adaptación social. (Fowler, 2012)

Desde su natal Suiza, Carl Jung se había planteado ventilar ciertos conceptos de naturaleza psicoanalítica. Entre sus hallazgos fundamentales destaca la universalidad de *arquetipos esenciales*, rescatamos dos de ellos como la fuente de coherencia básica del presente capítulo. Los Arquetipos que sugerimos son: el *sí mismo* que alude al núcleo del yo, y *la persona* que apunta a la máscara que escogemos para aparecer ante los demás.

En la vida real, el sujeto escoge de entre las máscaras disponibles en su capital histriónico, la más idónea, la que guíe sanamente la intencionalidad de su vínculo social.

Extrapolando, lo dicho, al universo de las hipermediaciones, está claro que las redes sociales, ofertan un inventario abundante de nano identidades; adherirse a un micro grupo, de por sí, nos conecta a la necesidad psicosocial de máscaras y roles.

En el tránsito a través de nuestra vinculación social, la búsqueda de identidad es lo que empuja aquella referencialidad performativa. A este impulso teatral es a lo que llamamos *la fantasía del yo*.

Entonces, por deducción se entiende que lo que se muestra en las redes sociales no es un *yo*, sino, un complemento de este, la máscara, la fantasía de ese *yo*.

El valor agregado que las redes sociales ofrecen es la materialización simbólica de esa fantasía, representada en la fotografía inmaculada (a veces retocada), el comentario poético, el mejor ángulo de la vida.

En algún momento, no sé donde, escuche decir que Facebook reflejaba solo el lado festivo y alegre de la vida, lo sanitario estéticamente. El comentario de: “dime tu si en Face has visto a alguien recién despierto, llorando, ojeroso y sin ilusiones”, me llevo a esta conclusión: es posible que la virtualidad no sea la realidad pero si una extensión de la misma.

La fantasía del yo es esa extensión psicológica/identitaria ideal, orientada por la búsqueda utópica y aproximativa hacia él/la individuo arquetípico/a de la sociedad del consumo, presente en la experiencia hipermediática de un *yo* virtuoso - real.

En este punto, hemos aterrizado sobre el sitio al cual queríamos llegar. Deliberadamente hemos escogido al sujeto narcisista como el producto socio-histórico y arquetípico contemporáneo¹².

¹² Bajo mi propio riesgo, se consideró a este arquetipo contemporáneo, como idóneo para explicar la relación estructural y estructurante entre los individuos y el contexto hegemónico. En beneficio de la ampliación del debate, se dejará de lado los elementos comunicativos para reflexionar sobre los elementos socio culturales que exponen al sujeto como un producto socio-histórico. Digo bajo mi propio

Las prácticas comunicativas hipermediáticas, no son ajenas a la influencia del contexto hegemónico, por el contrario, como la gran mayoría de prácticas sociales, refuerzan o se ajustan a las condiciones estructurantes y estructurales de dicho contexto.

En medio de este ecosistema, inevitablemente, asoma un nuevo sujeto comunicativo, que más allá de relacionarse con las tecnologías, los hardware o los aparatos, el sujeto se corresponde intrínsecamente con la carga socio histórica que asume. Este peso dibuja, entre otras cosas, el sentido inmanente de las prácticas sociales, el valor y el uso social que le damos a las tecnologías, el concepto colectivo tatuado sobre los nuevos medios. Es por eso que para entender las nuevas prácticas comunicativas es necesario entender al nuevo sujeto comunicante.

Para empezar, el nuevo enunciador, es germinado en medio de la era del consumo masificado, poniéndolo frente a frente con un inédito modo de socialización e individualización.

Salimos de una primera fase de individualización, paralela a la modernidad, caracterizada por: la sociedad del control, una imagen rigorista de la libertad, la confianza incondicional sobre el futuro y la fidelidad enfática hacia la ciencia y la técnica. Para pasar a una segunda ola individualista, que podríamos llamarla salvaje (Lipovetsky, 2000). Una apología a la voluntad de autonomía y particularización de los individuos y los grupos, que da paso a valores que apuntan al libre despliegue de la personalidad íntima, la legitimación absoluta del placer, la exploración de la propia identidad y la realización personal inmediata.

De la misma manera, se constatan signos de una ávida pasión por la personalidad, aparecimiento de una sensibilidad ecologista, abandono de los grandes sistemas de sentido (capitalismo vs comunismo), culto a la participación y la expresión.

riesgo, porque quizás dicha categoría resulte generalista. Aun así, creemos que es necesario filtrar por este tamiz a la reflexión, y al final debatir sobre todos esos nuevos elementos que queden expuestos.

La fe en el porvenir se ha desvanecido, en ausencia de eso, se instala la tiranía del presente, el aquí y el ahora como nuevo valor temporal. Aparece la obsesión impetuosa por mantenerse joven, la punzante necesidad de enmudecer la insolencia del reloj.

Es interesante apreciar como esta nueva cultura individualista puede llegar a conciliar, el antagonismo de grandes máximas históricas. El narcisismo contemporáneo convive con el materialismo y el misticismo, la verdad y la especulación, el consumo y el ecologismo, el porno y la discreción, el minimalismo y la sofisticación, lo retro y lo progresista, la heterosexualidad y la homosexualidad, la guerra y la paz; todo en el marco del proceso de descentralización del poder.

La buena noticia es que, no es necesario escoger una posición de entre estas grandes lógicas duales, sino que, por el contrario, podremos coexistir y disponer de cualquiera de ellas.

El individualismo es amplificado al diversificar las posibilidades de elección, al anular los puntos de referencia. La puesta en marcha de una cultura individualizada permite al átomo social emanciparse del fatalismo de sus condiciones particulares. Todo se desliza sobre una indiferencia relajada.

Con lo que respecta al vínculo social, los colectivos y agrupaciones, cada vez con más fijación, responden a intereses miniaturizados, hiperespecializados: agrupaciones de viudos en busca de pareja, alcohólicos, madres lesbianas, depresivos, fanáticos del anime, retirados del ejército, narcóticos anónimos. Este proceso devuelve al narciso social, aquella extraviada, solidaridad de micro grupo.

En el plano narrativo y las prácticas comunicativas, el discurso en primera persona se estandariza en el lenguaje, aparece la obsesión por la información y la expresión.

La posibilidad y el deseo de expresarse, sin importar la naturaleza del mensaje; expresarse por nada o para sí mismo, comunicar por comunicar, expresarse sin otro

objetivo que el mero expresar. A través de la comunicación, se observa como el narciso, descubre la *lógica del vacío* (Lipovetsky, 2000).

El ocio también, es otro aspecto de la vida, profundamente transformado. En este sentido, la autonomía individual, ahora, nos capacita para ser un agente libre de nuestro tiempo, menos sujeto a las normas de organización temporal rígidas.

El paso de la sociedad del trabajo a la sociedad del consumo, disminuye el tiempo de trabajo para fundar el tiempo del consumo. Ya en este punto, la ola hedonista logra desculpabilizar el tiempo libre.

El cuerpo es promovido, al rango de objeto de culto. Dividen beneficios: la angustia por la edad, la obsesión por la salud, la fijación por la “línea”, con el reencantamiento con la dignidad corpórea, la espectacularización del yo, la exhibición fotográfica y el muestreo corporal.

Cabe resaltar que, estamos a la luz de una nueva identidad social. Se puede decir que, la identidad narcisista, no procede de la alienación de una identidad perdida, ni compensa la falta de personalidad, sino genera un nuevo tipo de personalidad. Una nueva conciencia, intermitente y fluctuante, quizás funcional a los nuevos dispositivos comunicativos que demandan dicha iniciativa.

CAPÍTULO TERCERO

ESTUDIO DE CASO

En este capítulo se expondrán los insumos de naturaleza metodológica aplicados a lo largo del estudio, al mismo tiempo explicaremos la manera como fueron utilizados.

Por otro lado, el capítulo contempla la exposición e interpretación cualitativa de los datos revelados por las matrices de seguimiento, herramienta clave, aplicada en el proceso investigativo de los dos estudios de caso.

3.1 Preparando el escenario

La estrategia maestra utilizada para el estudio es el “Caso típico” basado en el “Muestreo por conveniencia”.

1. El Caso típico: Nos permite construir un tipo de acuerdo con los rasgos necesarios y se selecciona el o los sujetos en función del mismo.
2. Muestreo por conveniencia: Consiste en la selección de las unidades de la muestra en forma arbitraria. Se las autoseleccionan o se las eligen de acuerdo a su fácil disponibilidad. No es necesario especificar el universo del cual se toma la muestra (Scribano, 2008).

Teniendo en cuenta que el estudio se guía a través del caso típico y la muestra por conveniencia, se ha acordado trabajar con dos estudios de caso, los mismos que deben cumplir ciertas exigencias y estar dentro de un perfil propuesto.

El sujeto de estudio debe:

- Tener acceso a internet, más de una vez al día.
- Ser un usuario de Facebook.

- Tener una cuenta habilitada en Facebook.
- Actualizar su estado más de una vez al día.
- Estar conectado a Facebook más de 5 horas semanales.
- Tener entre 18 a 29 años.
- Aceptar el seguimiento de su estado, en concreto su perfil, durante dos semanas.
- Haber aprobado el consentimiento para su seguimiento de caso.
- No hay distinción de estrato social.
- No hay distinción espacial – geográfica.
- No hay distinción de género.

La línea de investigación adoptada es la investigación cualitativa con enfoque Etnográfico de la comunicación (Microetnografía)¹³.

El método de investigación escogido como guía focal del estudio es el inductivo, pues se partió del análisis de dos estudios de caso para aterrizar en la reflexión contextual de la cultura y la sociología de las hipermediaciones, y así develar los usos y gratificaciones satisfechos en la red social Facebook.

En concreto, la tesis fundamenta sus reflexiones en dos estudios de caso. Para ello se seguirá las siguientes especificaciones:

1. Se elegirá a los 2 estudios de caso de acuerdo al perfil descrito en la muestra.
2. Se realizara una entrevista a profundidad a cada estudio de caso.
3. Durante dos semanas seguidas se realizara un seguimiento y registro únicamente a los estados publicados en sus perfiles de Facebook.

¹³ Este tipo de investigación focaliza “...los patrones de interacción social entre miembros de un grupo cultural o entre miembros de grupos culturales...entender como el proceso de interacción, está relacionado con uno o más amplios macros problemas de cultura y organización social.” (Scribano, 2008)

4. Procesamiento, análisis e interpretación de la información.

Debido a la naturaleza exploratoria del estudio de caso, fue necesario incorporar algunas técnicas que facilitaron la aproximación sucesiva al problema. Bajo esta lógica metódica, se implementó sistemáticamente algunos insumos estratégicos para el levantamiento holístico de información.

Las técnicas empleadas fueron:

- a) **Revisión Bibliográfica.-** Proceso por cual se considera la literatura existente sobre el tema que se desea investigar, la consideración de trabajos anteriores que permitan tener una base y punto de partida para poder focalizar, definir, contrastar y aprovechar la información obtenida.
- b) **Observación Participante.-** Nos permite una inclusión consiente y planificada, hasta donde permiten las circunstancias, a la cotidianidad del sujeto o grupo de estudio.
- c) **Entrevistas Profundas.-** se las empleará para obtener información de expertos en los temas relacionados a: redes sociales, virtualidad, comunidades electrónicas, psicología social, comunicación.
- d) **Testimonios.-** se utilizarán para obtener información concreta sobre la red Social Facebook, y determinar los siguientes aspectos: frecuencia de uso, utilidad, beneficios o perjuicios, lugares de acceso más frecuentes y principalmente usos y gratificaciones.
- e) **Seguimiento virtual.-** basada en el planteamiento de estudio de caso, se aplicara para registrar, con el consentimiento del usuario, las publicaciones movimientos e interacciones localizadas dentro de la red social.


3.2 Matriz de seguimiento

Matriz de Seguimiento Cuantitativa (Estudio de caso 1 Alejandra Aguirre):

N° de días seguimiento	Total publicaciones	Orden de días	N° publicaciones diarias	N° de letras por publicación	N° de símbolos	N° de comentarios	N° de “me gusta”	N° de Enlaces o Hipervínculo	N° de Videos	N° de Gráficos o fotografías	N° de Etiquetas	N° de elementos compartidos	
7 días : desde el lunes 4 de febrero del 2013 hasta el domingo 10 de febrero del 2013	14 publicaciones	1er día 4 feb.	8	1ra: 15 letras	0	0	0	0	0	0	0	0	
				2da: 24 letras	0	1	1	0	0	0	0	0	
				3ra: 11 letras	0	0	0	1	1	0	0	1	
				4ta: 59 letras	0	1	1	0	0	0	0	0	
				5ta: 32 letras	0	0	2	0	0	0	0	0	
				6ta: 0 letras	0	0	0	1	0	1	0	1	
				7ma: 49 letras	0	0	2	1	0	1	0	1	
				8va: 20 letras	0	0	3	1	0	1	0	1	
		2do día 5 feb.	0	0 letras	0	0	0	0	0	0	0	0	
		3er día 6 feb.	1	6 letras	0	0	5	1	0	1	0	1	
		4to día 7 feb.	1	0 letras	0	1	1	1	0	1	0	1	
		5to día 8 feb.	1	18 letras	0	2	6	1	0	1	0	1	
		6to día 9 feb.	2	1ra: 93letras	0	0	0	0	0	0	0	0	0
				2da:38letras	0	2	4	0	0	0	0	1	0
7mo día 10 feb.	1	81 letras	0	1	3	0	0	0	0	0			

Matriz de Seguimiento Cualitativa (Estudio de caso 1 Alejandra Aguirre):



Día	Orden de publicación	Contenido Publicación	Estado de ánimo	Informativo	Relaciones personales	Diversión	Vigilancia del entorno	Identidad personal
1er día 4 feb.	1ra publicación	que hecho ver.....gaaa.....!!!!	X		X			X
	2da publicación	rayos, no me puedo concentrar....!!	X		X			
	3ra publicación	true history...!!! 	X		X	X		X
	4ta publicación	Psicología, pasadoo!!! yeah....!!!!!! ahora solo Epistemología me tiene sufriendo....	X		X			X
	5ta publicación	Como nunca...!!! si que en marianas hace frío.....!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!			X		X	X
	6ta publicación				X	X		X
	7ma publicación					X	X	X

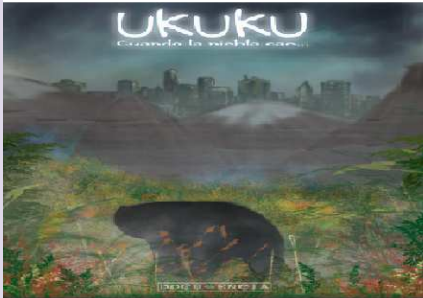


5to día 8 feb.	1ra publicación				X		X	X
6to día 9 feb.	1ra publicación	<p>biiien pasado planificación curricular yeeeeeahh.... vamos ahora sólo me preocupa epistemología aaaaaahhh...</p>	X		X			X
	2da publicación	<p>noche de cine ecuatoriano, junto a mi esposito.. — con Angelo Knocannibal</p>			X			X
7mo día 10 feb.	1ra publicación	<p>hoy es uno de esos días en los que me siento más enamorada que nunca.. algo así como la primera vez.. te amo.. AA</p>	X		X			X

Matriz de Seguimiento Cuantitativa (Estudio de caso 1 Paola Giacometti):

N° de días seguimiento	Total publicaciones	Orden de días	N° publicaciones diarias	N° de caracteres por publicación	N° de símbolos	N° de comentarios	N° de “me gusta”	N° de Enlaces o Hipervínculo	N° de Videos	N° de Gráficos o fotografías	N° de Etiquetas	N° de elementos compartidos
7 días : desde el martes 23 de abril del 2013 hasta el lunes 29 de abril del 2013	7 publicaciones	1er día 23 abril	1	115 letras	0	0	2	0	0	0	1	0
		2do día 24 abril	1	133 letras	0	0	4	1	0	1	0	0
		3er día 25 abril	2	1ra: 0 letras	0	0	1	0	0	1	4	0
				2da: 200 letras	0	0	11	1	0	1	0	1
		4to día 26 abril	2	1ra: 106 letras	0	1	2	1	0	0	1	0
				2da: 84 letras	0	0	1	1	0	1	0	0
		5to día 27 abril	0	0 letras	0	0	0	0	0	0	0	0
		6to día 28 abril	0	0 letras	0	0	0	0	0	0	0	0
7mo día 29 abril	1	89 letras	0	1	0	1	1	0	0	1		

Matriz de Seguimiento Cualitativa (Estudio de caso 1 Paola Giacometti):

Día	Orden de publicación	Contenido Publicación	Estado de ánimo	Informativo	Relaciones personales	Diversión	Vigilancia del entorno	Identidad personal
1er día 23 abril	1ra publicación	mami te voy a extrañar mucho Nora Burbano, disfruta tu viaje sé feliz siempre....sobretudo que tu alegría, ternura y entusiasmo nunca se apague	X		X			X
2do día 24 abril	1ra publicación	Dale un Me Gusta a nuestra página de DOCUMENCIA, podrás estar informado sobre todas nuestras actividades, productos y noticias de interés social y ambiental!  <p>DOCUMENCIA Comunicación Integral Somos un equipo de Comunicación que enfoca sus productos audiovisuales en el sector ambiental y social. DOCUMENCIA, además trabaja en líneas estratégicas y de planificación de la comunicación. página: A 368 les gusta esto</p>		X	X		X	X
3er día 25 abril	1ra publicación			X	X			X

	2da publicación	<p>Hey! Ukuku. Cuando la niebla cae. Documental sobre el oso andino en el Ecuador , acompañado por Gente invisible de la selva, documental sobre la nacionalidad cofán!! Les esperamos, a las 6pm en el Paraninfo de la Universidad Andina. evento gratuito.</p> <p>Afiche Ukuku</p> 		X	X			X
4to día 26 abril	1ra publicación	<p>hoy, 26 de abril del 2013! declaro este día, como el día oficial de las vergüenzas!! S Verónica Enríquez Ruiz no eres la única jajajaj...!!</p>	X		X	X		X
	2da publicación	<p>Lunes, 29 de abril, presentación de Documentales de Documencia en la Universidad Central del Ecuador.</p>  <p>Ukuku, cuando la niebla cae 29 de abril a la(s) 9:00 en UTC-05 Universidad Central del Ecuador en Quito</p> <p>Participar · Te invitaron Xavier Méndez León y Poli Giacometti</p>		X	X			X
7mo día 29 abril	1ra publicación	<p>Vergüenza diplomática. Qué corona cree que tiene estr embajador ecuatoriana para agredir a estas mujeres.</p>  <p>Embajador de Ecuador agrade a patadas a mujer en Perú Día D. 28 de abril 2013</p>	X	X	X		X	X

CONCLUSIONES

De alguna u otra manera vemos como un ejercicio estéril la argumentación de conclusiones, en la sustentación cualitativa de cada capítulo, cada párrafo y cada reflexión se han canalizado los argumentos concluyentes. Al ser un estudio exploratorio, quedan varias fichas regadas en el tablero, más continentes desconocidos que espacios colonizados, más preguntas con ávida curiosidad que respuestas con antipática expectativa.

Sin embargo, en razón de una estructura metodológica formal, en este punto proponemos acotar algunas aclaraciones, puntos importantes, y núcleos de sentido que, indiscutiblemente, han dado forma al presente trabajo. Lo plantearemos en dos grandes momentos: lo teórico - metodológico, y lo sistémico-contextual.

Teórico - metodológico

- Basados en el ejercicio investigativo, en concreto la experiencia etnográfica, nos damos cuenta que la teoría de usos y gratificaciones es la puerta de entrada (pueden haber varias) para el entendimiento de la interacción de las redes sociales y los sujetos, de ahí, que se vio necesaria la alianza estratégica con otras lecturas venidas desde la psicología social, la antropología, la física cuántica, la sociología, entre otras. Con ello se quiere llegar a que es necesario implementar en todo estudio, con más razón comunicativo, el análisis interdisciplinario.
- La hiper especialización comienza a manifestar sus primeros síntomas, la falta de dialogo epistémico, y claramente, en lo cotidiano, la falta de diálogo social. Esto ha permitido construir una torre de babel donde cada uno defiende su individualidad y su conveniencia. Un ambiente de desentendimiento general, donde los cambios en beneficio de todos son cada vez más duros. Por ello, es importante entender y plantear el debate sobre la comunicación como campo centrífugo, alejado de lo centrípeto que encierra o integra diferentes

saberes, sino que emerge de un movimiento (centrífugo) que tiende a expandirse y abrir nuevas conversaciones. La comunicación con ello debe asumir el reto del dialogismo, en el marco de la ampliación de espacios de debate, consensos sociales, discursos contra hegemónico y militancia social.

- Respecto a las matrices de seguimiento, cabe aclarar, que son una herramienta opcional de indagación para trabajos interesados en los nuevos medios. De alguna forma, permiten recopilar y sistematizar información, pero de ninguna manera logran asumir la realidad del problema en su complejidad. Por otro lado la matiz cualitativo, puede prestarse a sesgos e improvisaciones subjetivas.

Sistémico-contextual.

- La tecnología como creación humana, es más que una inocente colección de aparatos que prometen bondadosamente facilitar nuestra vida, cada producto tecnológico, en sí mismo, lleva grandes cargas de significado social, brújulas para un estilo de vida, hábitos y prácticas sociales de consumo, un discurso hegemónico, un discurso subalterno, un proceso de interacción comunicativa, la acentuación de centros, el alejamiento de periferias, nuevas sensibilidades y hasta nuevas resistencias. La tecnología como toda creación humana simbólica o física es una construcción social.
- Finalizado el trabajo, salta a la luz como Facebook, puede ser asumido desde la metáfora de termómetro social. Temas como intimidad y espectáculo, narcisismo social, nano identidades, sociabilidad, nuevas sensibilidades, confluyen en el análisis del Facebook como industria cultural, productor, pero sobre todo reproductor de sentidos sociales e identitarios. Facebook es una construcción social, y representa el reflejo y termómetro de nuestra sociedad contemporánea. Una tecnología, comprime en sí misma, sentidos de vida, consumos culturales, valoraciones culturales, sensibilidades, temporalidades,

intencionalidades, en fin, que piensa una sociedad, todo esto enmarcado en un contexto (temporalidad y espacialidad) determinado.

- Los medios son la sucursal más importante de ese monstruo llamado industria cultural, en este sentido, la vigencia de un espacio virtual (Facebook) y su apropiación social, se debe a que este espacio simpatiza con el estatus quo, y es eficiente para las demandas de una industria cultural que mantiene en pie un sistema o macro estructura. Entonces un producto tecnológico, que a la vez es un producto social, es atractivo (más allá de las actualizaciones que se le hagan) porque produce y reproduce ciertos criterios sociales y núcleos de sentido funcionales al sistema y lógica sistémica imperante que a su vez son naturalizaciones culturales de los sujetos.
- Por último, la finalidad de todo el trabajo, es plantear nuevos temas en el itinerario de debate público y académico sobre la verdadera relación no solo con los nuevos medios, sino con la tecnología en general.

LISTA DE REFERENCIAS

- Barbero, J. M. (2008). Autopercepción intelectual de un proceso histórico. *Revista Anthropos n° 219* , 167-188.
- Barbero, J. M. (2003). *De los medios a las mediaciones*. Bogotá: Unidad Editorial del Convenio Andrés Bello.
- Barbero, M. (2002). *Oficio de cartógrafo: Travesías Latinoamericanas de la comunicación en la Cultura*. Colombia: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2005). *Amor Líquido*. Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2007). *Tiempos Líquidos*. Barcelona: Ensayo Tus Quets Editores.
- Beck, U. (2006). *La sociedad del riesgo*. Barcelona : Paidós Ibérica S.A.
- Castells, M. (2002). *La Era de la Información. Vol. I: La Sociedad Red*. México, Distrito Federa: Siglo XXI Editores.
- Compañía de Investigación de Mercado Synovate. (2012). *El empleo.com Investigación Laboral*. Recuperado el 2012, de <http://www.eempleo.com>
- Consultora Icrossing. (2012). *Icrossing*. Recuperado el Noviembre de 2012, de Icrossing: <http://connect.icrossing.co.uk>
- Dannoritzer, C. (Dirección). (2011). *Obsolescencia programada* [Película].
- Deleuze, G., & Guattari, F. (1980). *Capitalismo y esquizofrenia: Mil Mesetas*. Valencia: Pre-textos.
- Diario el Comercio. (2012). *El Comercio*. Recuperado el Marzo de 2013, de <http://especiales.elcomercio.com>
- Ecuador inmediato. (2012). *Ecuador Inmediato*. Recuperado el Marzo de 2013, de <http://www.ecuadorinmediato.com>
- El Informador. (2012). *El informador*. Recuperado el Septiembre de 2012, de <http://www.informador.com.mx>
- Feyerabend, P. (1975). *El tratado contra el método*. Madrid: Tecnos .
- Fiske, J. (1984). *Introducción al estudio de la Comunicación* . Colombia: Editorial Norma S.A.
- Foucault, M. (1975). *Vigilar y castigar*. España: Siglo XXI editores.

- Fowler, J. (27 de Febrero de 2012). *El poder de las redes sociales*. Recuperado el 27 de Febrero de 2012, de <http://www.youtube.com>
- Fromm, E. (1992). *Psicoanálisis de la sociedad contemporánea*. España: Fondo de cultura económica.
- Gubern , R. (2000). *El eros electrónico*. España: Grupo Santillana de Ediciones.
- Kuhn, T. (2007). *¿ Que son las revoluciones científicas ? y otros ensayos*. España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Lipovetsky, G. (2000). *La era del vacío*. Barcelona: Anagrama.
- Martínez , F. (2010). *Teoría de los usos y gratificaciones aplicada a las redes sociales*. Recuperado el 2012, de Universidad San Pablo CEU.: <http://campus.usal.es>
- Mc Quail, D. (1989). *Modelos para el estudio de comunicación colectiva*. España: Ediciones universidad de navarra S.A.
- Mc.Luhan, M. (1990). *La Aldea Global*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Mcluhan, M. F. (1987). *El medio es el mensaje*. Barcelona: Paidos Ibérica S.A.
- Morduchowicz , R. (2008). *La generación Multimedia*. Buenos Aires: Paidós.
- Muñoz , G. (2010). Los mundos de vida de niños, niñas y jóvenes mediados por las pantallas. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales*. , 9-10.
- Muñoz, G. (2011). Prólogo. En R. Unda, *Jóvenes y juventudes* (págs. 12-20). Bogotá: Abya-yala.
- Negri, A., & Hardt, M. (2005). *Imperio*. Barcelona: Paidós Ibérica S.A.
- Neumann, E. N. (1995). *La espiral del silencio - Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós Ibérica S.A.
- Pedraza , S. (2004). *Intervenciones estéticas del yo sobre estético-político, subjetividad corporalidad*. Recuperado el 2012, de <http://antropologia.uniandes.edu.co>
- Piscitelli, A., Adaime, I., & Binder, I. (2010). *El Proyecto Facebook y la pos universidad*. Madrid: Fundación Telefónica.
- Raad, A. (2004). *Departamento de Antropología. Universidad de Chile. Revista Mad. No.10*. . Recuperado el 2012, de Comunidad emocional, Comunidad virtual: Estudio sobre las relaciones mediadas por internet: <http://www.revistas.uchile.cl>
- Ramonet, I. (2000). *Gasolina visual*. España: Temas de debate.

- Scolari, C. (2008). Hipermediaciones. En C. Scolari, *Hipermediaciones* (págs. 15-16). Barcelona: Gedisa.
- Scribano, A. (2008). *El proceso de investigación cualitativa*. Argentina: Prometeo Libros.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- SocialBakers. (2011). *Doctor Tecno*. Recuperado el 2012, de <http://www.doctortecno.com>
- Tellez , G. (2002). *Pierre Bourdieu Conceptos básicos y construcción socioeducativa*. Colombia: Universidad Pedagógica Nacional.
- Unda, R. (9 de Julio de 2013). Estudio exploratorio de los usos y gratificaciones de jóvenes mediados por la red social Facebook. (F. Ortiz, Entrevistador)
- Unda, R. (2010). Jóvenes y juventudes: acción, representaciones y expectativas sociales de jóvenes en Quito . En R. Unda, *Prólogo* (pág. 14). Quito: Abya-yala.

ANEXOS

Anexo 1

Transcripción entrevista Paola Giacometti – Estudio de caso 1

Francisco Ortiz - entrevistador: Lunes doce de agosto, estamos con Paola Giacometti, vamos a proceder hacerle la entrevista, estudio de caso número uno, en el marco de la tesis usos y gratificaciones que se están manejando y están explícitos e implícitos en el Facebook.

Bueno Paola, como te contaba vamos primero a contextualizar tu uso en el Facebook, a saber desde cuando lo usas, desde que edad empezaste a tener un perfil en Facebook, cuestiones de contenido de lo que publicas, etc.

Podemos empezar preguntando desde que edad, usaste o abriste el Facebook.

Paola Giacometti - entrevistada: Yo creo que fue a los diecisiete años pero no fue muy popular, me acuerdo que en el colegio lo que si fue popular era otra red social

Entrevistador: ¿Qué red social era?

Entrevistada: El Hi five, si se hizo popular y todo el mundo, a los quince años yo me abrí un Hi five, o un poquito más tal vez a los dieciséis, y esta red Facebook sabía que era más popular en Estados Unidos, y yo me enteré por unas amigas que tienen familia allá, y se crearon un Facebook, me dijeron porque no te creas un Facebook, pero al principio me parecía menos práctico, medio aburrido, medio serio, osea, tenía un perfil bastante serio el Facebook antes, entonces no me llamo la atención, tenía diecisiete años.

Entrevistador: Y por ejemplo que le viste al Facebook ¿qué por ejemplo no tenga el Hi Five?

Entrevistada: Había una formalidad en Facebook, y por eso no me llamaba la atención, tenía el perfil abierto y no utilizada, después también me aburrí de Hi Five lo deje de

usar, pero Facebook comenzó a sacar cuestiones de entretenimiento bastante singulares, o sea no podías encontrar estas cuestiones el Google u otros buscadores, eran pasatiempos, habían juegos, había unas aplicaciones que ahí mismo jugabas en Facebook, si había juegos bastante interesantes, sencillos de interesantes.

Entrevistador: en el momento en que empezaron a sacar nuevos mecanismos de informalidad juegos, aplicaciones, nuevos formatos, etcétera. ¿Eso te llamó la atención de alguna manera?

Entrevistada: La gente comenzó a dejar, tú también podías chatear con tus amigos para no solo utilizar Messenger, entonces la gente empezó a dejarle Hi Five a un lado, y empezó a pasarse Facebook. Después Facebook comenzó a manejar unos perfiles. En el Hi Five la estética era bien alocada, como muy cargado el Hi five, en cambio Facebook era muy sencillo y bonito, por ejemplo, el color azul y el color blanco eran colores súper serios, y denota eso, pero sin embargo, toda la manera de estructurarlo a la página, a las aplicaciones que tenía, a la funcionalidad, hizo que la gente se sienta más atrapada en Facebook.

Entonces lo que tuvo Facebook es bastante imaginación.

Entrevistador: Entonces, no sé si de alguna manera me puedes explicar, para que a ti inicialmente o con el tiempo de alguna manera, tú te das cuenta que el uso va cambiando, yo también tengo Facebook, inicialmente el Facebook a mí me servía para conocer gente, hacer relaciones sociales, abrirme en mi espacio social, pero ahora y encuentro al Facebook como una herramienta bastante útil en el tema musical, a lo que quiero llegar es que el uso ha cambiado, no te pregunto uso absoluto, como lo has usado en el transcurso del tiempo, en que el estado usando ahora.

Entrevistada: El uso mío se fue transformando a medida que el Facebook proporcionaba más herramientas, no sólo rebasó una red social donde tú puedes conocer gente o ubicar gente que tal vez perdiste el contacto, Facebook se fue adecuando a las necesidades de la gente, pienso que es hecho de poder promocionar algo o a uno mismo

si tener que pagar, en algunos casos, porqué Facebook cobra en otros casos, pero de lo deja libre, entiendes.

Pero a mí me ha funcionado de maravilla para promocionar, algún evento mío, para promocionar mi página de Documentia; eso también, te da la posibilidad de crearte páginas para que promociones tu empresa, tú restaurante, tu banda, lo que sea. No te encasilla, por ejemplo, My Space era sólo para bandas, había perfiles sólo bandas, Facebook es totalmente libre y abierto, entonces, eso me gustó mucho a mí, en principio no eran muy farándulera, no lo utilizaba mucho para expresar sentimientos, máximo lo que le usado, aparte de para trabajo, es para compartir un idea que vaya de acuerdo a mi ideología.

Hay muchas personas que son bastante fanáticas de lo uno o de lo otro, ecológico, político, yo nunca me he considerado fanática, y cuando un idea de llama la atención, o tal vez la fotografía expuesta me ha conmovido, yo creo que es necesario compartirla, y he utilizado esta herramienta para compartir estas publicaciones.

Entonces, creo que muchas empresas, grupos políticos, grupos ecológicos, chicos, personas naturales utilizan el Facebook también como una manera de activismo, es impresionante cómo se creado campañas en Facebook para promocionar, yo que sé, la no violencia contra las mujeres, o para promocionar el reciclaje.

Ahora todas las empresas, sea lo que sea, así esté en contra del capitalismo estén en contra de la globalización, todos tienen Facebook, tengan la posición política que tengan, yo hablo de todas como una gran mayoría, mejor dicho, una gran mayoría tiene esta herramienta.

Yo creo también que el Hi Five, era bastante juvenil, todo lo que sea manejaba ahí, todos los conceptos, los usos que le dabas, en cambio el Facebook si trasciende las generaciones, o sea, traspasa generaciones, tal vez y puedes tener un índice entre que edades más utilizan Facebook, pero yo pienso que no hay límite tampoco.

Entrevistador: Y por ejemplo, de lo que nos decías que hay gente fanática ¿qué diferencia hay entre un fanático y un no fanático?

Entrevistada: Hay gente que convirtió su vida, convirtió el Facebook en su vida, entonces digamos, postea en todo el día cada media hora, y trata de etiquetar a toda la gente, trata de mandar a todos los grupos. Cuando hay una noticia “la selección ganó” y la gente se pasa posteando como que un estuviera a ver qué va a decir, a ver qué interesante va a decir, esperando un me gusta, entonces postean “el Chucho se murió” “miren en el funeral”, te comparto la noticia del hoy, la foto, la canción, yo que sé. Hay gente que, abusa pienso, que yo tal vez le tengo de amiga o amigo, pero si me molesta bastante que carguen de información que para mí resulta necesaria, pero también lo que es maravilloso del Facebook, es que como también lo permite, en la configuración, te permite poner de qué personas no te interesa mucho saber.

Tú puedes decir “esta persona puede ser mi amiga, mi amigo, pero no quiero que me aparezca sus publicaciones como prioritarias en mi página”. Entonces eso me parece genial.

Yo creo que hay una necesidad de entretenimiento, aceptación, porque encuentras grupos a los que te puede unir, páginas que tú puedes decir que te gusta, se crea algún tipo de relación, de amistad.

Pienso que también que hay una necesidad de acortar distancias, pero esto también es un poco contradictorio, porque a la vez que esta red social acorta distancias, también las alarga.

Entrevistador: ¿en qué sentido?

Entrevistada: En cuestión de relaciones interpersonales, que puede acortar las distancias en cuanto a su espacio, no no, en cuanto tiempos, no sé si me hago entender, es más fácil que yo te mande un archivo por Facebook, porque ni siquiera mail, a ir a tu casa a entregarte el archivo personalmente, que da lo mismo. Pero decirle que le quiero a

alguien, pierde validez, yo le puedo decir con una foto, y de hecho ya ni siquiera le pones la foto en el muro de las personas, sino que compartes la foto de una persona que tal vez público, y es como que te acorta la cuestión.

Entrevistador: El peso simbólico de la palabra.

Entrevistada: Por ejemplo, no sé, y no sólo en la cuestión sentimental, sino en las otras notas que habíamos hablado.

También es una necesidad de informarse, yo pienso que el Facebook también es un medio de comunicación, entonces también tú te informas, entonces, es impresionante como uno se enterado de muchas noticias por medio del Twitter o del Facebook, antes que cualquier noticiario, antes que cualquier diario, entonces es un medio de comunicación.

También es una cuestión académica porque se generan en grupos en donde ponen los deberes, las tareas, las próximas reuniones, entonces, tu perteneces a este grupo, digamos que se llamará “grupo de teatro Mala Yerba”, entonces ahí te publican todas esas cosas: “verán chicos mañana no hay clases, mañana tienen que traer tal libro”.

También a veces he visto la creación del Facebook que es impuesto por una cuestión institucional, tienes que crearte Facebook porque ahí estamos poniendo toda la información.

Entonces, yo cada vez que voy encender la compu, no puedo negar que, la primera o la segunda página que abro es Facebook, veo como ha estado el día, incluso de amigos cercanos, muchas veces ya no te preocupas por ir y estar con él, tú revisas el Facebook.

También es una cuestión bastante, no sé si viene al caso la palabra, un morbo también.

Entrevistador: ¿Cuál es tu posición frente este morbo, o estas metida dentro de este mismo caudal?

Entrevistada: Sabes que nunca pensé, pero yo pienso que es bastante responsabilidad del que se deja ver, no del otro, claro, no acostumbro a indagar en la vida de la gente, meterme a todas las páginas, yo me meto a las páginas que me llaman la atención, si al otro día vos pones “mi vida está un asco, prefiero irme lejos” y pones una foto triste, obviamente yo voy a entrar a tu perfil, y voy a ver todas tus publicaciones, a ver que más estás diciendo, y si dijo “esto es grave te llamo”, y si no pondré un comentario “chuta brother todo bien, fuerzas”, nunca pensé, que llegarán a ser así las relaciones con los amigos, con la familia, con los novios; también es facilidad.

Entonces, yo creo que depende mucho del dueño de su propio perfil, porque si yo pongo, un álbum que se llame “yo en la ducha” obviamente va haber gente que entre, gente que le llame la atención lo que estoy poniendo. Y si se da el caso bastantísimo, hay gente que esto lo convirtió en un medio para llamar la atención de los demás, publicando fotos de tal tipo, o comentarios, o posiciones, para llamar la atención, y lo logra, lograr que la gente tenga esa atención hacia él, entonces cumple el objetivo pienso.

Entrevistador: Entonces, vos como vez, netamente con el Facebook, ¿se ha mejorado o no la comunicación, tú comunicación? En el sentido más amplio.

Entrevistada: Facebook que ofrece inmediatez, el problema de esto es también que se disperse mucho, y exista una carga también informativa, entonces no sé en qué sentido la comunicación sea mejor o no. La comunicación ha cambiado. Simplemente son nuevas formas de comunicarse, simplemente, e incluso ya no utilizas palabras sino imágenes y a partir imágenes, utilizas memes o cosas así.

Entrevistador: ¿Cómo está el estado de la palabra, el estado de las emociones son más efímeras, más superficiales, son más sentidas, simbólicas, como le ves?

Entrevistada: Pienso que es bastante generacional esto, para los jóvenes menores de, no sé si menores, digamos de dieciséis para abajo, o de diecisiete para abajo, para ellos es algo más natural, nosotros que estamos un poco más grandes, le vemos como que raro,

antes le hacíamos una tarjeta, no sé, remitiéndome sólo a un tema de afecto con tu pareja, para los padres esto si les parece algo superficial. Con mi hermana antes le dábamos una tarjeta, por el cumple de mi papá, ahora le puedes estar mandando una foto en Facebook para representar lo mismo, esto es bastante superficial, esto puede ser generacional, como tú le veas.

Un jovencito no se va a cuestionar esto porque ya aprendió así las cosas.

Aparece el cuadro donde tu comentas del, por mi parte yo siempre lo aproveché. Yo no digo muchas cosas por Facebook y cuando lo digo debe ser algo a bastante significativo para mí, obviando el trabajo, estas notas así académicas o profesionales.

Entrevistador: Piensas que imagen y palabra se complementan.

Entrevistada: Pienso que imagen y palabra ahora tienen que ir de la mano, porque el Facebook, ahora es una cuestión netamente, a lo que quiero ir es que, una publicación va a llamar más la atención si está acompañada de un imagen no sólo de un discurso, me entiendes, o de un párrafo, o de una frase, que salió a sí, como la frase de tu vida. Yo pienso que tú buscas aceptación cuando tú publicas, por eso existen esos “me gusta”, entonces si no hay un imagen es de menos peso. Yo por ejemplo, así promociono cosas de mi página en Documencia, pongo una foto súper atractiva a lado un texto.

En General, pienso que hay una reducción de palabras, reducción de lo que se dice, ahora la nota está más visual, porque sí son los lenguajes, lo que les gusta más de los jóvenes.

Entrevistador: Y por ejemplo, ¿qué publicas nomás en el Facebook, qué evitas publicar, qué procuras publicar?

Entrevistada: Lo que yo público tiene que ser de suma importancia para que lo diga así público. Les público a mis amigos, de mi novio le puedo publicar, antes más ahora ya

no, alguna nota en forma de detalle, les publico feliz cumpleaños, si son demasiado importantes también llamo.

Lo que evitó publicar, es tal vez, mis sentimientos, mi vida privada, si estoy triste, si estoy feliz, si tengo hambre, si termine con mi novio, evitó, así tenga ganas, porque da ganas. A uno le dan ganas de escribir y que alguien lea.

Entrevistador: ¿Y de dónde crees que vienen esas ganas?

Entrevistada: No sé, de tener un espacio de donde tú puedes escribir

Anexo 2

Transcripción entrevista Alejandra Aguirre – Estudio de caso 2

Francisco Ortiz - entrevistador: Lunes dieciséis de septiembre, estamos con Alejandra Aguirre, vamos a empezar con una entrevista que estaba estipulada, en el marco del estudio exploratorio de los usos y gratificaciones, de jóvenes, mujeres y hombres, mediados por la red social Facebook. Este es uno de los estudios de caso y vamos a proceder con las preguntas.

Primero, no sé, si comienzas contándonos, para contextualizar como inició tu relación con las sociales en general no necesariamente con el Facebook.

¿Cuál fue la primera red social que utilizaste?

Alejandra Aguirre - entrevistada: La primera red social fue Hi Five que era cuando yo estaba en tiempo del colegio. La utilicé por eso mismo, porque todo el mundo hablaba del Hi five, el Hi five, el hi five, estaba en un quinto o sexto curso del colegio, luego esa red social, hablaron del Facebook, el Hi Five estaba, ya no salía prácticamente, hasta que cerré eso y ya me creó el Facebook, en el 2008, En el tiempo del Hi five también estuve en Badoo, en... todas esas ya ni me acuerdo, las que más recuerdo, son esas pero, si tenía unas dos más, Sónico,

Entrevistador: Y por ejemplo que es lo ¿que más te llamo la atención hablando del Hi five?

Entrevistada: Tal vez lo de las fotos, que tu podías subir fotos y comentar con tus amigas, “hay que chévere esa foto”, “que bonito”, los comentarios que podías dejarle a tu amiga o tu amigo, novio lo que sea, “te quiero”, “te amo”, y las imágenes bien bonitas, el modificar tu perfil, todo ese tipo de cosas.

Entrevistador: Me cuentas que en el 2008 abriste tu Facebook, ya hablando netamente del Facebook, ¿Qué no tenía el Hi five, que Facebook tenía y te llevo de alguna manera a decidirte ahora por el Facebook.

Entrevistada: Noticias de todo tipo, musical, político, todo ese tipo de cosas. Podías etiquetar fotos, igual comentarios, no tanto saber de ti, sino saber de otras personas.

Entrevistador: Entonces, de alguna manera podías saber de tu entorno. Y por ejemplo, generalmente, ya hablemos un poquito de tu uso con el Facebook, ¿qué es lo que publicas, que te gusta publicar?

Entrevistada: Al Principio como no sabía utilizar bien eso, publicaba los típicos estados,” me siento feliz”, “o estoy triste”,” o te amo”, yo que sé, cualquier persona,

estados de ánimo más que todo, luego empecé publicando links musicales, luego los típicos nemes.

Publicaba cosas que me estaban pasando sentimentalmente, amor, de iras, luego con el tiempo ya me fui dando cuenta que no, que tanto a ser tu vida pública, todo el mundo se enteraba lo que qué pasaba, e intente evitar esas cosas, empecé con cosas que me llaman la atención como música tal vez nemes con sentido chistoso, gracioso y evita publicar cosas de mi vida personal

Entrevistador: Y como así tuviste esa inflexión de ya no publicar cosas de tu vida personal

Entrevistada: Bueno, más lo que comenzó afectarme fue con mi pareja, si yo estaba bien publicaba “ay si como te amo”, y tal vez a las dos horas Era como te odio, entonces, todo eso, como que la gente “bueno que le pasa” me enteré por tu Facebook terminaste, me enteré por tu Facebook, que ya volviste, me enteré por tu Facebook que este man que hizo esto, entonces ya no. Inclusive también yo ponía cosas relacionadas con algo mal, porque públicas eso en el Facebook, date cuenta, entonces dije ya nomás.

Entrevistador: Desde ahí empezaste a tomar el Facebook como algo no tan público, empezaste a moderar que con tus comentarios, en todas las publicaciones. Después de eso ¿cómo te he ido?

Entrevistada: Obviamente, evitó poner "como me siento", " como me duele el corazón". Pero yo que sé, una imagen medio relacionada con lo que me pasa, Y si veo que es muy fuerte le doy me gusta, o sino la publico si me gustó mucho la imagen.

Entrevistador: en el tema por ejemplo de amistades, sobre todo la privacidad, tuvo ¿A quién te estás agrupando, cuáles son tus preferencias de agrupación, amigos, amigos cercanos, amigos lejanos, amigos no tan lejanos, o toda la gente que conozcas o no conozcas está dentro de tus amigos en Facebook?

Entrevistada: Sólo mis amigos, amigos y conocidos, se puede decir, si alguna vez salí, o te acuerdas cuando me viste, pero desconocidos no.

Me ha pasado también cuentas falsas que se inventan algún nombre, o te agregan para saber que pasa de tu vida, me pasado eso.

Entrevistador: Vamos a conversar un poquito del uso, del tiempo ¿cuánto tú te demoras o diariamente estas conectada en Facebook, y porque también?

Entrevistada: Conectada pasó siempre por el celular, porque en mi celular tengo eso, no estoy siempre pendiente porque paso en mi trabajo, pero ya me llegan las notificaciones,

las revisó. De ahí, cuando llegó a mi casa, revisaré y lo que me han publicado unos cinco minutos, y me he dedicado más a jugar en el Facebook ahora.

Si me quedo un buen tiempo pero no viendo ni chismeando nada, sino más jugando.

Entrevistador: Pero aun así sigues posteando, sigues comentando, sigues publicando fotos.

Entrevistada: Sí, unas tres veces a la semana, unas tres horas puede ser, a la semana. pero así todo el tiempo, no, sólo revisar. Cuando revisó, es cuando me llega algo, notificaciones.

Entrevistador: ¿Cuáles el punto, que te asqueado Facebook, como que has cogido reserva, porque estas con cosas que ya me cuentas, que estás saturada?, te ha pasado, ¿hay alguna experiencia en particular?

Entrevistada: Eso más fue por mi relación sentimental, eh inclusive eso fue también porque mi pareja en ese tiempo las cosas que él también ponía me fastidiaban, entonces preferí ni siquiera abrir y ni siquiera ver porque me fastidiaba mucho lo que él ponía, entonces en eso.

Entrevistador: Entonces por evasión.

Entrevistada: Si, eh inclusive llegue a cambiar es el segundo Facebook el que tengo ahora, cerré el primero porque en verdad ya no quería saber más nada, igual tenía gente que quería saber, entonces este nuevo lo puse más exclusivo. Comenzar otra vez, hacer las cosas bien, entonces cerré el uno y abrí el otro ya con nuevas cosas y eso.

Entrevistador: Claro más personal, más tuyo, más íntimo, más privado.

Entrevistada: Si porque en el otro ya todo el mundo sabía todo, como te digo había amigos de los amigos de mis enemigos yo que sé y se enteraban de todo.

Entrevistador: ¿Y por qué te molesta eso en general?, ósea es obvio pero a la vez ¿por qué a ti te molesta que se te involucre en la vida privada?

Entrevistada: Porque hablan sin saber, por ejemplo yo puedo poner ahí “que bestia que mal que me siento”, y de una ya deducían que ya se enojó con el novio, o que ya termino con el novio y así sin ni siquiera saber, mas por eso.

Entrevistador: De ahí alguna otra anécdota que tengas respecto al Facebook más allá de lo afectivo, por ejemplo lo laboral, ¿tú te estás manejando con el Facebook desde lo laboral?

Entrevistada: Otra cosa por la que no puedo decir voy a cerrar el Facebook, porque ganas eh tenido es por eso, tanto por los estudios como por el trabajo.

Entrevistador: Por los estudios ¿por qué?

Entrevistada: Porque por ahí nos enteramos con mis compañeras. Chicas ya subieron el link de los calendarios o las tareas o la profesora dijo tal cosa, por la pagina mismo de la carrera que no enteramos que pasa, que no pasa, cuando hay clases y todo ese tipo de cosas.

Entrevistador: ¿Y en lo laboral?

Entrevistada: Similar pero con lo que es compañeros de trabajo, por ejemplo no se olvidaran que es hasta ahora que toca entregar las planificaciones o hay que enviar tal correo, o publicidad del colegio y todo ese tipo de cosas.

Entrevistador: Tu sabes que Facebook no solo son publicaciones escritas sino también fotografías, ¿Cómo ves tú toda esa cuestión?, igual respecto a eso que publicas, que no publicas, a quien lo compartes.

Entrevistada: ¿Fotografías mías o de las que salen?

Entrevistador: En general, podrías explicarme de unas o de las otras si ves necesario.

Entrevistada: En fotografías lo que son privadas mías las subo porque me gusto una foto y quiero que la vean, igual eso solo pueden ver mis amigos y comentar mis amigos, nadie más. Las fotos de otras personas o “”memes” lo que pienso sobre eso, la verdad nada malo siempre y cuando sean cosas que no se vayan más allá de lo obsceno o lo grotesco, como por ejemplo hay páginas en las que hay muchos “gores”, demasiado sarcasmo, asco y todo ese tipo de cosas, y como también hay mujeres que por poco desnudas ponen sus fotos, eso a mí si me fastidia y no me gusta para nada.

Entrevistador: Y las fotos que tu subes que perfil tienen que cumplir, ósea que es lo que te hace decidir, decir esta foto pongo y esta foto no pongo.

Entrevistada: Bueno, que salga bien yo en una foto como para perfil y las demás fotos que solamente me gusten, si son solo mías, ósea yo sola pues que me gusten, que yo vea que salga bien, no necesariamente tengo que estar mostrando todo para salir bien, y de ahí cuando son con compañeros o amigos lo que sea con tal que reflejen el buen momento que se está pasando.

Entrevistador: Esto un poco más personal te pregunto, en la cuestión fotográfica sobre todo y hasta en la cuestión de publicaciones escritas hay una necesidad de expresarse en general, pero expresar que, expresar sentimientos ya sabemos pero expresa realmente lo que tú eres, me refiero a las máscaras que nos ponemos en la vida real y en la vida

virtual que es más evidente incluso. Y con eso no estoy señalando pero si veo que hay bastantes máscaras, ¿tú crees, como ves eso y si lo haces que mascarar ocupas?, necesariamente las máscaras no son malas, pero tú que mascarar ocupas, que quieres mostrar y que no quieres mostrar de ti, ¿Qué expresas de ti en el Facebook?, ¿me explico?

Entrevistada: Si haber igual eso también tiene su proceso, antes era como te dije la típica niña que publica todo lo que le pasa y eso, luego quise publicar todo lo que yo sé musicalmente primero como que buena banda, que buen concierto, que bueno esto, todo lo que es musicalmente. Luego ya fue lo que es la carrera por ejemplo hoy en epistemología aprendí que o la epistemología es esto, o en filosofía aprendí esto y me parece muy bien, luego hasta eso ya me cayó mal ya que entendí que yo no tengo porque mostrar o expresar a la gente mis conocimientos por una red social, si alguien quiere hablar conmigo pues yo le hablare en persona y le expresare lo que siento en persona mas no ya por eso, si alguien quiere hablar conmigo que no digan wow! esta man que inteligente, ósea que se den cuenta de si soy inteligente o no que hable conmigo.

Entrevistador: Ósea empezaste a valorar el cara a cara, y en ese sentido fue cambiando, fue mutando lo que estas expresando ahora, me cuentas que ya en la actualidad más bien has revalorado el cara a cara, entonces que muestras ahora y que no muestras.

Entrevistada: Muestro lo que me gusta que la gente vea lo que gusta ahora, ósea si veo algún video de algún grupo musical que me gusta pues lo publico, si veo alguna imagen o algún mensaje que me agrada lo publico que vea la gente lo que me gusta, simplemente demostrar lo que me gusta, ya no tanto como me sienta o como este. No te niego que sí, de vez en cuando si hay fotos o lo que publique de cómo me siento camuflado en algo pero ya no es tanto, por ejemplo de cinco publicaciones una.

Entrevistador: Claro, terminaste digamos saturándote de eso. Yo sé que ya lo dijiste pero de alguna otra manera si puntualizas que es lo que no te gusta de Facebook y que es lo que si te gusta.

Entrevistada: Lo que no me gusta es las paginas obscenas más que todo, en todo sentido tanto de maltrato de animales o de personas o lo sexual esas cosas no me gusta para nada, a veces también inclusive me molesta un poco el exceso de privacidad que hay para otras personas en las invitaciones con una foto no te dice mucho y te toca de ley aceptarle para ver quien mismo es. Y de ahí que me gusta, me gusta el hecho que por Facebook eh podido localizarme con gente o amigos que no veía en años desde la escuela, desde el colegio, desde cuando éramos niños, eso de que puedo encontrarme con cualquier tipo de gente en todo el mundo, eso más que todo, eso y que puedo encontrar algunas páginas porque si hay buenas paginas educativas, como te digo

también paginas relacionadas en lo laboral o en la universidad y puedo estar enterada de todo por ahí.

Entrevistador: Y desde lo afectivo, netamente las amistades crees que si se vuelven más sólidas, ósea ya tienes una amistad en la vida real como por ejemplo nosotros y crees que el estar conectados en Facebook, ser amigos en Facebook le hace más sólida a esa amistad o no.

Entrevistada: No sé si solida pero la hace no ser tan grata se puede decir, saber que siempre va estar pendiente, que tal vez no los puedes ver siempre a tus amigos pero un mensaje de que hay oye te extraño asomen para almorzar o asomen para hacer algo te puede como unir y no estar tan separados.

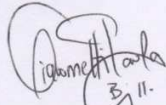
Anexo 3

Carta de consentimiento

Quito, 12 de agosto de 2013

Yo, Paola Fernanda Giacometti Burbano con C. I: 0401672787 doy el consentimiento para que Francisco Ortiz, egresado de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana, realice el seguimiento de mi página personal de Facebook y dé uso académico a los datos obtenidos en su investigación "Estudio exploratorio de los usos y gratificaciones de jóvenes, mujeres y hombres, mediados por la red social Facebook en el marco de los procesos comunicativos virtuales contemporáneos. Estudio de caso de 2 jóvenes con perfiles personales en Facebook." Realizada en el año 2013.

Atentamente;



Paola Giacometti

Contacto: 2436885 / 0998713300

Email: pao_giaco@hotmail.com

Dirección: De los Guarumos E9 – 31 y Av. 6 de Diciembre

Anexo 4

Carta de consentimiento

Quito, 12 de agosto de 2013

Yo, Alejandra Aguirre Avilés con C. I: 1723387633 doy el consentimiento para que Francisco Ortiz, egresado de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana, realice el seguimiento de mi página personal de Facebook y dé uso académico a los datos obtenidos en su investigación "Estudio exploratorio de los usos y gratificaciones de jóvenes, mujeres y hombres, mediados por la red social Facebook en el marco de los procesos comunicativos virtuales contemporáneos. Estudio de caso de 2 jóvenes con perfiles personales en Facebook." Realizada durante el año 2013.

Atentamente;



Alejandra Aguirre

Contacto: 0995295747

Email: aleja_aguirre_aviles@hotmail.com

Dirección: Avenida 10 de Agosto y Luis Tufiño - Conjuntos Portal del Norte