

“El rol del diseñador en el contexto de las redes sociales, en Internet”

Tesina de grado

Rocío Zúñiga

Profesor Guía
Manuel Astudillo

Escuela de Diseño
Universidad de Valparaíso
Agosto 2008

índice

Resumen	2
Introducción	3
PRIMERA PARTE	
Marco teórico	4
Primero debemos tener claro qué es Internet...	4
Internet, un instrumento de comunicación social	6
Las plataformas Web´s	8
La Web 2.0	10
La interfase	12
Hacia un nuevo paradigma	
La nueva comunicación.	14
La interactividad	17
Las redes sociales en Internet	20
SEGUNDA PARTE	
Práctica metodológica	27
La cultura digital	28
La era de la información	33
El protagonista es el “usuario”	37
Segundo objetivo	39
Tercer objetivo	47
Análisis	48
TERCERA PARTE	
Relación de las partes.	63
Discusión	64
Conclusiones generales	65
Fuentes	
Bibliografía	68
Artículos electrónicos.	69

Resumen

El desarrollo de esta investigación es el resultado del análisis mixto, descriptivo y exploratorio en torno a la temática del fenómeno comunicacional que involucran las redes sociales en Internet y su relación con el diseño.

Para ello se utilizó una amplia recopilación bibliográfica, que precisó conceptos claves para el desarrollo y entendimiento de los objetivos planteados, los cuales fueron desarrollados en una segunda etapa a través del análisis del contexto que presentan las redes sociales, como fenómeno social y su relación con la labor del diseño.

Según esto se planteó resolver tres objetivos los cuales apuntan a dar una visión sistémica de las nuevas competencias del diseñador de hoy. Estos son: Definir y analizar el nuevo contexto comunicacional de las redes sociales en Internet; Identificar los principios de relación que permiten el desarrollo de redes en la WEB; Reconocer los códigos gráficos que determinan la usabilidad de las plataformas de redes sociales. Todos ellos en pro de dilucidar y resolver el objetivo general que es el de Identificar el área de desarrollo en que debe desenvolverse el diseñador, en el contexto de las redes sociales en Internet.

Los objetivos fueron desarrollados uno a uno, el primero basado en un análisis mixto de bibliografía y entrevista a expertos en el tema de tecnología y nuevos medios. El segundo basado en un análisis exploratorio y descriptivo a través del análisis de una encuesta hecha para el desarrollo de esta investigación, y el tercero desarrollado a través del análisis mixto exploratorio y descriptivo de los sitios y el diseño Web.

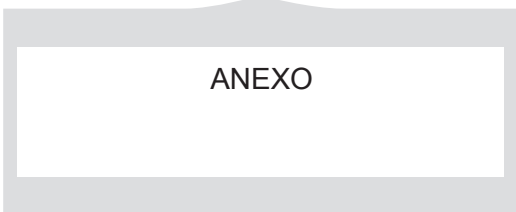
Introducción

La sociedad actual afronta múltiples retos. Profundos cambios sociales, económicos y culturales que distinguen a la denominada “sociedad de la información”, la cual esta caracterizada por los continuos avances científicos y por la tendencia a la globalización económica y cultural.

Bajo este contexto globalizado, es que Internet se ha posesionado como el canal de comunicación más dinámico e instantáneo utilizado por millones de personas diariamente. En él se ha generado un nuevo paradigma comunicacional, una nueva manera de relacionarnos y de interactuar con los otros, en donde, ya no solo basta estar conectado, sino que obliga tener una presencia permanente en la red, participando de espacios de otros, y a la vez creando y personalizando espacios propios de comunicación, en la gran aldea cibernauta. Generándose grandes redes de participación e intercambio de contenidos. Resultado de esto es que han nacido las denominadas “redes sociales”; comunidades virtuales donde los usuarios pueden intercambiar mensajes o compartir sus reflexiones y archivos con otros, tan solo suscribiéndose a estas Plataformas.

Por su parte el diseño afronta nuevos cambio comunicacionales y técnicos en torno a la incorporación de la tecnología y a la masificación del uso de Internet, el cual determinó nuevas maneras de relacionarse entre las personas, libertad de exigir participación de sus espacios en Internet y exigencias técnicas de funcionalidad para permanecer en la red.

Bajo estos antecedentes es que se desprende el objetivo general de esta investigación: “Identificar el área de desarrollo en que debe desenvolverse el diseñador, en el contexto de las redes sociales en Internet”, con el fin de hacer un levantamiento de la información pertinente comunicacional y técnica, que respalde futuras y actuales competencias, que debe enfrentar el área del diseño.



Marco teórico

Para la construcción de esta investigación, se debe previamente definir una serie de conceptos, que permitirán precisar los alcances del tema a desarrollar. Bajo esta premisa, se definirán los conceptos buscando un consenso entre las diferentes definiciones existentes en la literatura técnica, y su relación con el diseño, con el fin de precisar los alcances y para la comprensión óptima del ejercicio reflexivo de esta investigación.

Primero debemos tener claro qué es Internet...

Internet conocida también como “La red de redes”, nace como un proyecto investigación militar, en 1969 el cual pretendía poner en contacto una gran cantidad de computadores de las instalaciones del ejército de EE .UU., este fue llamado ARPANET. La idea era crear una red de comunicación de tal manera que si una parte de la misma sufría un colapso total, los mensajes pudieran encontrar el camino hasta su destino de cualquier manera. Las redes se conectaron de tal forma que los usuarios pudieran intercambiar información; esto acabó por conocerse como Internet¹ (1983). Ahora bien si vamos a lo estricto de la definición, el diccionario de la real academia española, señala que Internet es una *“Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras u ordenadores mediante un protocolo especial de comunicación.”*². En la actualidad en esta red de telecomunicaciones, están conectadas centenares de millones de personas, organismos y empresas en todo el mundo, mayoritariamente en los países más desarrollados, y cuyo rápido desarrollo está teniendo importantes efectos sociales, económicos y culturales, convirtiéndose de esta manera en uno de los medios más influyentes de la llamada Sociedad de la Información³, ya que brinda la innegable facilidad de agilizar y hacer eficientes procesos de creación, almacenamiento y transferencia de información.

El uso creciente de Internet como canal difusor de información, ha transformado esta “red de redes” como un fenómeno que reformuló y posibilitó la multiplicidad de

[1] El nacimiento de Internet podemos situarlo en 1983, cuando Arpanet se separa de la red militar, este nombre proviene del acrónimo de las palabras inglesas International Network (red internacional).

[2] Definición extraída de la RAE (diccionario de la Real Academia Española).

[3] Desde que se probó durante el siglo XVII, que todos los números se pueden escribir con sólo dos dígitos el 1 y el 0, inaugurándose la “era binaria”, se demostró que esta simplificación favorecía el cálculo automático y que las máquinas podían efectuar cualquier cálculo realizado efectivamente por un calculista humano (conocido también como “computador”). A estas máquinas se las llamó, en inglés, digital computers, computadoras o computadores digitales. A los dígitos binarios 1 y 0 se los bautizó bits, binary digits, que se convirtieron en los “elementos” de la información. Esta teoría fue hecha por Francis Bacon, Filósofo y canciller de Inglaterra del siglo XVII.

relaciones sociales, Michael Heim⁴ sostiene en su libro *Electric Language* que “...el movimiento dinámico líquido y ostensiblemente fluido de la escritura digital establece por primera vez la importancia central del elemento-como opuesto al medio- en el que formulamos el pensamiento en símbolos” esto significa que en la era de Internet, la digitalización no solo se ve agilizada por descargar el trabajo físico que implica la escritura a mano, sino que además ha diversificado la manera de cómo nos comunicamos, introduciendo nuevos códigos que permiten la transmisión de mensajes de manera mas fluidas. Provocando importantes transformaciones para la vida humana que se sustentan en el alcance, de la velocidad de propagación, pero sobre todo en la accesibilidad y el potencial del medio para darle protagonismo al que lo usa. Bajo este sentido podemos aseverar que Internet en la actualidad supone retos importantísimos, ya que en el se potencian y reformulan actividades diversas, desde el punto de vista empresarial, involucrando al comercio, las relaciones sociales, entretenimiento y ocio, información y documentación.

Internet, un instrumento de comunicación social

El uso creciente de la información digitalizada, como ya se ha mencionado anteriormente, se aplica en cada vez más áreas de la actividad humana., este crecimiento sostenido ha aumentado su velocidad desde la aparición de la red de redes. Esto debido principalmente porque Internet es un fenómeno que transformó, reformuló y posibilitó multiplicidad de relaciones sociales. En este sentido, se la entiende como, que el uso de Internet, involucra revolución en materia de comunicaciones y de vínculos humanos, culturales y políticos.

Desde el punto de vista sociológico Internet, ha alterado las relaciones entre sujetos (individuos y colectivos) se ven alteradas debido a que la interacción entre ellos se produce en un nuevo espacio de significación y comunicación, que entre otras cosas, manifiestan nuevos órdenes en los parámetros espacio/temporales. Esto principalmente porque además de ser un canal de transmisión Internet es, en definitiva un espacio donde se desarrollan múltiples medios de comunicación: Diarios digitales, Buscadores y directorios, Portales

Comunidades virtuales, Redes ciudadanas, Bitácoras o Weblogs, en donde se especifican los públicos. En la publicación “Ecosistema digital” Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet se cita a François Sabbah [p.33], quien señala que “*Los nuevos medios de comunicación determinan una audiencia*

[4] Michael R. Heim es un autor estadounidense y educador. Conocido como “el filósofo del ciberespacio, en 1987 escribió *Electric Language: a Philosophical Study of Word Processing* (sf.) en el cual desarrolla, entre otras cosas, el tema de la formación y evolución del sistema (“campo”) literario occidental desde la perspectiva de su organización y especialización en grupos, de sus luchas por la autonomía social y el estatus.

segmentada y diferenciada” haciendo hincapié si bien existe una masividad en cuanto a número ya no es de masas en cuanto a la simultaneidad y uniformidad del mensaje que recibe.

Siguiendo con lo mencionado en el artículo [...] *“Los nuevos medios de comunicación ya no son medios de comunicación de masas en el sentido tradicional de envío de un número limitado de mensajes a una audiencia de masas homogénea”* [...]. Esto debido a cantidad y multiplicidad de mensajes y fuentes, en palabras de Sabbah *“La propia audiencia se ha vuelto más selectiva”*. Es ella quien tiende a elegir sus mensajes, por lo que profundiza su segmentación y mejora la relación individual entre emisor y receptor.

En artículos como **El impacto socio político de Internet**⁵ señala que *“...la red se tornó un espacio de batalla ideológica de una apertura y alcance mayor a la de otros medios”*. Pareciera entonces, que Internet es resultado de la evolución «natural» de la informática, y como bien señala el artículo mencionado anteriormente, Internet se posesiona como si fuera una *“distracción del poder”* que permitió que se desarrolle, un proyecto abandonado por el Departamento de Defensa, una *“red basada en la conexión entre pares, construida sobre principios de acceso y publicación libre”*, es descentralizada y se gestó sobre la base de la cooperación, esto favoreció a la idea de compartir y construir colectivamente y entendiendo al *“conocimiento como una práctica de construcción social”*⁶ en lugar de lo que algunos llamaban la «autopista de información» propiedad de los monopolios de las telecomunicaciones, el software y los medios masivos de comunicación.

Sin duda esta transformación en la segmentación y proliferación de medios de comunicación constituyen el cambio “paradigmático” de la era digital. Tenemos entonces que desde la creación de Internet, se han ido modificando los rasgos de cómo nos comunicamos, y nos relacionamos con el resto a estos cambios, Roger Fidler⁷, les ha llamado media Mediamorfosis. *“La transformación de los medios de comunicación, que generalmente es resultado de la interacción compleja entre*

[5] Documento elaborado por el Grupo Informática y Sociedad, Ediciones del CCC Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini/ integrado por Daniel Campione, Julio C. Gambina, Juan Carlos Junio, Carlos Murat, Ricardo Presta, Pablo Recepter, Gabriel Travella, Mirta Villalba, Vladimir Sebrano y Néstor Wassaf, con la colaboración de Lucila Dughera. / “El impacto socio político de Internet”/ Noviembre de 2006/ 34 Pág./ Buenos Aires, Argentina.

[6] Elaborado por el Grupo Informática y Sociedad, Ediciones del CCC Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini / “El impacto socio político de Internet”, Noviembre de 2006, P. 17. Buenos Aires, Argentina.

[7] Periodista, diseñador y experto en nuevas tecnologías, Roger Fidler, de origen checo, su biografía profesional está relacionada con el desarrollo de aplicaciones tecnológicas en el entorno de la prensa. Roger Fidler, 1998, Mediamorfosis: comprender los nuevos medios, n° 439, editado en Buenos Aires Argentina.

las necesidades percibidas, las impresiones políticas y de la competencia, y de las innovaciones sociales y tecnológicas.” Es decir un conjunto de aspectos que involucran y trabajan interrelacionadas formando un todo. Por ellos podemos hablar de un cambio paradigmático, ya que son un conjunto de actores que se ven relacionados e intervenidos, cambiándose sistemáticamente.

La red se tornó un espacio de batalla ideológica de una apertura y alcance mayor a la de otros medios. Como bien dice Alejandro Piscitelli⁸ *“Internet fue el primer medio masivo de la historia que permitió una horizontalización de las comunicaciones, una simetría casi perfecta entre producción y recepción, alterando en forma indeleble la ecología de los medios”*[...] y como pionero Piscitelli, asegura que este ha llegado para quedarse, *mas nos vale que la pensemos bien y la utilicemos mejor.*

Su gestación se produjo de forma tal, que los centros tradicionales del poder no pudieron frenar el avance y enriquecimiento, en su interior, de las expresiones que normalmente tienen censuradas, como ocurre en otros medios masivos, publicaciones escritas o televisión.

Las plataformas Web´s

“La Web es la cara gráfica de Internet...” Alejandro Piscitelli⁹

En los 90 se introdujo el término World Wide WEB (WWW), este básicamente es un sistema que junta texto, imágenes, audio y vídeo dentro de un mismo envoltorio llamado documento hipertexto¹⁰ y/o hipermedios¹¹. Este concepto (WWW) se asienta sobre el protocolo HTTP (Hyper Text Transfer Protocol) y sobre el lenguaje de definición de documentos hipermedia HTML (HyperText Markup Language/ *Lenguaje de Etiquetas de Hipertexto*¹²). En definitiva y como bien lo señala Tim Berners-Lee¹³ *“El WWW es una forma de ver toda la información disponible en línea de la Internet como un continuo sin rupturas. Utilizando saltos hipertexto y búsquedas, el usuario navega a través de un mundo de información parcialmente creado a mano, parcialmente generado por ordenador de las Bases de datos existentes y de los sistemas de información”* [Tim Berners-Lee-1993]

[8] Licenciado en Filosofía en la Universidad de Buenos Aires, escritor del libro *Ciberculturas 2.0: En La Era De Las Máquinas Inteligentes*.

[9] Escritor argentino del libro *Ciberculturas 2.0: En La Era De Las Maquinas Inteligentes*, Paídos, Edición 2002

[10] “Escritura no secuencial”, Ted Nelson, pionero en el campo de las tecnologías de la información (TI). En 1963, acuñó el término hipertexto.

[11] Término con que se designa al conjunto de métodos o procedimientos para escribir, diseñar, o componer contenidos que tengan texto, vídeo, audio, mapas u otros medios, y que además tenga la posibilidad de interactuar con los usuarios. Noah Wardrip-Fruin Escritor, artista y estudioso de los medios digitales. “Qué es hipertexto”

[12] Lenguaje de marcado predominante para la construcción de páginas Web.

[13] Investigador nacido en 1955, quien junto a otro grupo de investigadores creó el lenguaje HTML, lenguaje predominante para la creación de páginas Web.

Las Páginas Web`s, constituyen la forma de ver información en la red, más reconocida, en ellas están contenidas textos, imágenes, videos u otros contenidos multimedia adaptados para la World Wide Web (WWW) están presentados generalmente, en formato HTML y pueden ser visualizada con un navegador Web o software, el cual actúa como decodificar de esa información.

En sus inicios las páginas las Web estaban enfocadas a informar, por tanto tenían limitantes, eran más bien estáticas, el contenido de la información era unidireccional y actualizadas periódicamente, en ellas pocas personas escribían o publicaban artículos y el resto de los usuarios se dedicaban a leer, por tanto el rol del navegante o visitador era mas bien pasiva. A esta dinámica se le denominaba Web 1.0, según un artículo de la revista “Digital Web magazine”¹⁴, escrito por Richard MacManus, ejemplifica de manera práctica el carácter pasivo, de la navegación en la denominada Web 1.0, y sostiene que: *“En la Web1.0, un pequeño número de escritores creaban páginas Web para un gran número de lectores. Como resultado, la gente podía obtener información yendo directamente a la fuente: Adobe.com para temas de diseño gráfico, Microsoft.com para temas de Windows y CNN.com para noticia...”*. Con el tiempo, más y más personas comenzaron a escribir contenidos. Esto provocó que repentinamente hubiese demasiada información en la red, se popularizó la edición personal de contenidos y se convirtió en la corriente dominante, este fenómeno obligó a cambiar este paradigma Web 1.0. Y se comenzó hablar del nuevo paradigma de la red, la Web 2.0.

La Web 2.0

El término Web 2.0 fue acuñado por Tim O’Reilly¹⁵ el 2005, en su artículo “What Is Web 2.0” para referirse a una serie de nuevas tecnologías que estaban apareciendo y que son la base de la Web social que tenemos ahora. Esta tiene como protagonista al usuario, es él quien hace, participa y propone en red, generados contenidos, compartiendo información y participando colaborativamente en la red, para ello se le han proporcionado herramientas que permiten estas prácticas, tales como plataformas que posibilita la interrelación entre usuarios, que comparten un interés o necesidad afín. Dándole al usuario un papel activo en la generación de contenidos. Por tanto podríamos decir que la Web 2.0 simboliza la tendencia en la actitud del usuario actual de la red, la socialización y protagonismo del usuario.

[14] Puede verse en: http://www.digital-Web.com/articles/Web_2_for_designers/, Publicado el 4 de mayo del 2005.

[15] Fundador y presidente de O’Reilly Media (editorial) es un fuerte impulsor del software libre y uno de los autores del concepto Web 2.0, artículo puede verse en: <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-Web-20.html/>, Publicado el 30 de Septiembre del 2005.

En torno a este nuevo escenario Web, se han generado un sinnúmero de teorías y definiciones que buscan retratar el escenario actual del uso y la forma de enfrentar una Web. Según MacManus¹⁶ La operación Web 2.0, es una perspectiva de la Web en la cual *“la información es desmenuzada en unidades de “micro contenidos” que pueden ser distribuidas a través de docenas de dominios”*. Transformando así, La Web de documentos en la Web de datos, en el cual, ya no se esta simplemente buscando las mismas viejas fuentes de información, Ahora se busca a un nuevo grupo de herramientas para agregar y mezclar micro contenido de maneras útil. Bajo esta premisa podríamos decir que la Web 2.0 diversifica nuestros gustos, y amplía nuestra concepción de la realidad, ya que no solo existe un tipo o definición respecto a un tema, sino que variadas concepciones, es más, incluso nos permite hacer una nosotros y compartirla con el resto de los cibernautas, logrando con ello una democratización de la información, esta es común, todos podemos acceder y colaborar de ella con el solo requisito de tener computador podemos participar y aportar con nuestros conocimientos.

“Debemos concentrarnos en la interoperabilidad de muchos sistemas, en vez de tratar esto como un juego del que gana se queda con todo, donde un solo vendedor impone los estándares para la plataforma de la red”. [Tim O’Reilly-2005]

Como ya se ha mencionado, la Web 2.0 está orientada a la interacción y a la colaboración en la red, esto ha determinado que los sitios con estas características, de interacción y colaboración, actúen como puntos de encuentro, para esto se ha generado un conjunto de protocolos y estándares que permiten el desarrollo de este punto de encuentro, De acuerdo a O’Reilly la Web 2.0 tiene 7 Principios básicos¹⁷ los cuales permiten intercambiar datos entre aplicaciones, entrelazar información y personalizar el espacio utilizado en la Web, a estos espacios se les denomina Plataformas.

Tim O’Reilly determinó al definir la Web 2.0, que estas aplicaciones mencionadas anteriormente, que fomentan este punto de encuentro en la red, definían *“La Web como plataforma”*, es decir que todas las herramientas como el software o la información (los documentos) están alojados en Internet y no en el disco rígido de la PC del usuario. En consecuencia la Web ya no solo tiene la labor de almacenar información sino que además distribuye, y entrelaza información de manera instantánea. Nace

[16] Columnista de la revista Digital Web magazine, quien ha enfocado sus escritos a los nuevos paradigmas del uso de la tecnología en la comunicación. <http://www.digital-Web.com>.

[17] Principios de la Web 2.0 : 1- La Web cómo plataforma 2- Aprovechar la Inteligencia Colectiva 3- Gestión de Base de Datos como competencia básica 4- Fin del ciclo de actualizaciones de software 5- Modelos de programación ligera, fácil plantillado 6- Software no limitado a un solo dispositivo 7- Experiencias enriquecedoras del usuario

entonces el concepto de WEB participativa, donde hay un usuario que deja de ser netamente consumidor para convertirse en proveedor de contenidos y estos contenidos se alojan ya no en forma privada sino que quedan en bases de datos que son compartidas entre varios usuarios. De estos tipos de sitios podemos mencionar las denominadas redes sociales, los blogs, los wikis o las folcsonomías¹⁸, que están hechas exclusivamente para que fomenten la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios.

La interfase

La Web 2.0 determina una nueva manera de interactuar en la red, por tanto se ha tenido que hacer más accesible el navegar en Internet para así facilitar el acceso a las plataformas de información. Con esto, el tema de la interfaz gráfica tomó relevancia.

Una interfaz gráfica (graphical user interface) es definida como el entorno visual informático que representa en la pantalla los programas, archivos y opciones mediante imágenes gráficas como iconos, menús y cuadros de diálogo el usuario puede seleccionar y activar estas opciones señalando y pulsando con el ratón o a veces con el teclado¹⁹. Si vamos a la etimología de la palabra interfaz encontramos una palabra compuesta, por dos vocablos: **Inter** proviene del latín inter, y significa, “entre” o “en medio”, y **Faz** proviene del latín faciēs, y significa “superficie, vista o lado de una cosa”. Por lo tanto una traducción literal del concepto de interfaz atendiendo a su etimología, podría ser “*superficie, vista, o lado mediador*”.

Por otro lado, la inclusión del concepto “gráfica” dentro de la propia definición de interfaz, supone un dato que nos acerca un poco más a su propia naturaleza visual. Por ende en el contexto de la interacción persona-ordenador. Hablaremos de interfaz gráfica, para referirnos de forma genérica al espacio que media la relación de un sujeto y un ordenador o sistema interactivo desde un punto de vista netamente visual.

[18] Folcsonomía “ordenación con criterio u organización popular”. En la práctica, es la agrupación de la información que circula en Internet (imágenes, textos, enlaces, vídeos) mediante tags (palabras claves).

[19] Definición extraída por Biblia del diseñador digital : la guía definitiva para la optimización del trabajo de diseñadores gráficos y de páginas Web / edición especializada a cargo de: Alistair Dabbs y Alastair Campbell. Aquí también señala que Cada elemento determinado (como barra de desplazamiento) funciona de la misma manera para el usuario en todas las aplicaciones, ya que la interfaz gráfica de usuario proporciona rutinas software estándar para controlar estos elementos e informar de las acciones del usuario (como una pulsación de ratón sobre un determinado icono o en una determinada ubicación del texto o la pulsación de una tecla). Las aplicaciones invocan estas rutinas con parámetros específicos en vez de intentar reproducir la correspondiente funcionalidad partiendo de cero.

Javier Royo Diseñador, humorista gráfico e ilustrador, quien el último tiempo se ha centrado en proyectos de identidad visual en Internet. Profesor de diseño digital en el instituto Europeo di Design (Madrid), en su libro *Diseño digital* sostiene que “*La interfaz es, por definición, el área de comunicación entre el hombre y la máquina*”. La interfaz se genera entre el ser humano y un artefacto virtual, “*Diseñar una interfaz gráfica es crear una herramienta de comunicación a partir del lenguaje*. Estas herramientas dependen de la cultura en su más amplio sentido, como percepción del mundo por parte del individuo.

Es decir no podemos separar interfaz con el contexto cultural y social de los individuos, ya que estos darán la iconocidad, es decir la representatividad visual, que permita el buen entendimiento de lo que se quiere transmitir en la Web. Se dice que esta interfaz gráfica debe tener ciertas características de usabilidad²⁰ Alex Bosworth²¹ ha recogido de forma breve una lista con algunos de los problemas o errores que provoca AJAX²² y determina que hay dos aspectos que son fundamentales en el diseño de las interfaces en la actualidad, que deberían tenerse en cuenta especialmente: la creación sistemas intuitivos de interacción e informar a los usuarios la respuesta que tienen sus acciones en la pantalla.

Cabe precisar éste alcance ya que en el desarrollo de investigación tocaremos el punto de las interfaces y los códigos gráficos actuales en la red, por tanto es de suma importancia tener claridad del concepto.

[20] Si bien la palabra usabilidad no está en el Diccionario, le llamaremos así a la funcionalidad en relación a la utilización de las herramientas. Basado en la teoría de Javier Royo, *Diseño digital*, Paídos, 2003

[21] Diseñador de SWiK. proyecto para ayudar a las personas en colaboración documento software de código abierto. Es un lugar para realizar notas y publicar artículos sobre el desarrollo de programas y proyectos de código abierto, la etiqueta de proyectos para ayudar a organizar el mundo de código abierto, o simplemente navegar alrededor y encontrar cosas interesantes.

[22] Lenguaje de programación creada por Jesse James Garrett para el desarrollo Web, es una mezcla de herramientas que hacen la navegación por la Red más ágil y rápida, más dinámica. El término AJAX es la abreviatura de JavaScript y XML asíncronos. Las aplicaciones diseñadas mediante esta técnica, que usa HTML, CSS y JavaScript, permiten realizar acciones aparentemente complicadas sin necesidad de esperar a que el navegador cargue constantemente, como por ejemplo al hacer un zoom en Google Maps.

Hacia un nuevo paradigma La nueva comunicación.

Como ya habíamos mencionado Internet, ha sido el gran protagonista de los cambios producidos en relación tecnología/ sociedad. El gran responsable de los cambios en los medios y maneras de comunicación, entre personas, el mundo y la sociedad en general.

En la actualidad concebimos un mundo en el que las culturas están en contacto unas con otras, las decisiones que toman algunos gobiernos repercuten directamente sobre la vida y costumbres de los demás lugares del planeta, prácticamente no existen culturas aisladas, viniendo a formar parte de lo que hoy en día se denomina globalización o “aldea global”.

Es entendido que cada sociedad posee un conjunto de normas, valores, creencias, costumbres, prácticas, ideas, etc. A eso se les denomina Cultura. Desde el punto de vista antropológico²³, cuando dos culturas entran en contacto, se produce un choque cultural que se resuelve adoptando cada una de ellas elementos de la otra como suyos. Cuando existe una pérdida de aspectos culturales propios estaremos hablando de aculturación.

Ahora bien cuando aplicamos esto a la Red, nos encontramos en un escenario donde se da de manifiesto, la nomenclatura entre las costumbres de distintos sectores. Esto hace pensar en Internet como una fuerza que tiende a homogeneizar al hombre y la cultura, bajo la influencia del discurso dominante en la red, Logrando ser el canal idóneo para que sectores desconocidos o no dominantes, tanto de nuestra sociedad, logren exponer sus ideas, y modos de pensar es decir, su cultura.

Este nuevo escenario se ve reflejado, directamente en la relación entre individuos. A qué nos referimos con esto, cuando hablamos de “la relación entre individuos”, nos referimos a la comunicación interpersonal, la cual posee características más o menos conocidas, como: La necesaria proximidad física entre los interlocutores, la interdependencia de ambas partes entendida como una secuencia próxima en el tiempo de acción-reacción, el grado de empatía existente y, por último, la interacción y la asunción del papel que cada interlocutor desempeña en la comunicación²⁴. Es decir en la comunicación interpersonal se asume el papel activo de los interlocutores,

[23] Idea expuesta en 1er Congreso ONLINE del Observatorio para la CiberSociedad, puede verse en <http://cibersociedad.rediris.es/congreso>.

[24] David Berlo periodista quien en 1960 escribe “El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica”, en la que expone sus modelos sobre la naturaleza psicológica de la comunicación.

sin especificar a quien le corresponde la actividad. Pero si con un compromiso o proximidad física. Pues bien en la era de la información la comunicación responde más a la definición de “espacio de comunicación” en el que convergen o pueden darse diferentes tipos de comunicación, no necesariamente con proximidad, entre los interlocutores. *“Internet posee el poder paradójico de reunir en la distancia a los individuos, en torno a unos modelos de opinión y comportamiento”*²⁵.

En consecuencia y como bien se plantea en la publicación *Ecosistema Digital*, Internet lo que permite, entre otras cosas, es el desarrollo de mecanismos de comunicación mucho más complejos, que no responden a los parámetros tradicionales del espacio y el tiempo. En otras palabras, los conceptos de comunicación interpersonal y comunicación de masas se transfiguran. Los papeles de emisor y trasmisor se modifican, se encuentran en un mismo nivel, ninguno tiene el control desde el que parte el discurso. Los discursos no son personales, son susceptibles a críticas y comentarios es decir que pasan de ser personales y unidireccionales a públicos y masivos (Weblog). *“En la experiencia de comunicación interpersonal mediada por la tecnología digital, el hecho de compartir y construir el entorno social en que se desarrolla la interacción constituye un proceso comunicativo, donde el intercambio de mensajes se presenta en el marco de representaciones simbólicas elaboradas por los participantes en la interacción”* [Diana M. kiss de Alejandro, Niveles de interacción en la comunicación en Internet, Universidad de los Lagos, Año 2006]

El nuevo orden social, globalizado señala garantías, desde el punto de vista de la comunicación, en la publicación *¿Una sociedad de comunicación?*²⁶, de Eric Neveu, se establece esta garantía donde los individuos tienen mayor control y responsabilidad sobre su entorno, generando de ellos sujetos interactivos y no engranajes impotentes de una maquinaria social, los hace autónomos descentralizados e interactivos provistos de afiliaciones múltiples y poli céntricas. En este medio el umbral de la comunicación estaría dado, en un principio, por los rangos de participación del usuario en la construcción del mensaje o texto, o más bien en los niveles de interactividad materializados por el “internauta” en su navegación por la Red. Sin embargo el gran dilema entre proceso de comunicación y proceso de información, son los rangos de “control” sobre los contenidos y el proceso de apropiación del texto. Ahora hablamos de procesos interactivos más que de procesos comunicativos, en nuestra referencia a la relación que establecemos con Internet.

[25] Guillermo López García (ed.), El ecosistema digital: modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet. 2005. www.uv.es/demopode/libro1/EcosistemaDigital.pdf

[26] Eric Neveu, Hernán Soto, 2006, *¿Una sociedad de comunicación?*, LOM ediciones. Pág.50/ Una sociedad de autores autónomos e interactivos.

Estamos frente a un cambio radical en las operaciones cognitivas y motoras que realiza el decodificador al relacionarse en forma individual y creativa con un canal de comunicación, que exige un compromiso mucho más explícito y directo de su parte, más allá de las operaciones sociales que implica la recepción activa de los mensajes presentados por los medios de comunicación colectiva tradicionales, los procesos y las relaciones que convergen en la experiencia de esta nueva forma de comunicarse, está estrechamente mediatizada por herramientas tecnológicas digitales, la lógica de los mensajes lineales se fragmenta para dar lugar a sistemas conceptuales basados en nociones como la multilinealidad, los nodos, nexos y redes con lo cual el simple intercambio de datos se torna compleja las interacciones usuario-máquina, usuario texto y usuario-usuario.

La interactividad

Como ya se ha mencionado con anterioridad el concepto clave de este nuevo paradigma comunicacional, es la INTERACTIVIDAD. De forma genérica, la interactividad, se define como la capacidad de los participantes en el proceso para intercambiar roles en la emisión de sus discursos [<http://www.rea.es/>], ahora bien un proceso interactivo, hacen referencia aspectos técnicos, como dirección, intensidad y frecuencia de flujo de información entre emisor y receptor, en relación a este concepto, el autor Martín Gutiérrez²⁷, sostiene que las relaciones entre el usuario y la máquina se basan en el CONTROL sobre los contenidos, la interactividad se ve marcada por la capacidad de control que tiene el usuario sobre el tipo de contenidos, identificando tres niveles de interactividad, por una parte aquellos donde es el sistema el que controla y otro donde la capacidad de decisión está en manos del usuario, y un tercer nivel donde el sistema es capaz de recoger y considerar las elecciones del usuario para la construcción de un nuevo texto. Es decir que todo proceso interactivo, esta estrechamente reducida a los servicios de comunicación sincrónica que la red ofrece.

Por otra parte existe en el proceso comunicativo en la red, basado en la interactividad, se considera una interacción con datos y no directamente con personas, es decir, que se establecería una relación en primera instancia más bien material que personal²⁸. Creándose una nueva forma de memoria colectiva, basada en símbolos más que en personalidades y sentimientos.

[27] "Alfabetización digital. Algo más que ratones y teclas", Barcelona: Gedisa. 2003.

[28] Diana M. Kiss de Alejandro, Magister en Comunicación. Universidad de Los Lagos, Osorno-Chile , Niveles de interacción en la comunicación en Internet, Año 2006 / Pueden verse en <http://www.sociedaddelainformacionycibercultura.org.mx/actividades.html>.

Desde el punto de vista netamente técnico, Gianfranco Bettetini²⁹ al definir la interactividad, destaca las siguientes características: “*Pluridireccionalidad del deslizamiento de las informaciones, el rol de usuario con respecto a la información requerida, particular ritmo de la comunicación*”. Desde la perspectiva de este autor la interactividad, se define como un “*diálogo entre el hombre y la maquina, que hace posible la producción de objetos textuales nuevos, no completamente previsibles a priori*” [Gianfranco Bettetini- Paídos, Barcelona, 1995]. Otros autores señalan entre otras cosas que la interactividad, mide la posibilidad y el grado de libertad del usuario dentro del sistema, es decir la capacidad de respuesta, en cualidad y calidad entre el usuario y el sistema, lo podríamos graficar como el feedback que existe, en el esquema de comunicación entre emisor receptor y usuario. En consecuencia, según lo expuesto anteriormente podríamos afirmar que la navegación en Internet y la interactividad está estrechamente ligada a las elecciones del usuario y las alternativas de intervención que la red ofrece actualmente.

Este autor también señala niveles de interactividad, según él la posibilidad de que el usuario intervenga o modifique un contenido en la Web, ha experimentado grandes cambios en el rol que se ejerce, “*de espectadores, a quienes se les otorgaba la única posibilidad de escoger entre poner en marcha o desactivar un determinado instrumento, se ha pasado a requerir su intervención para el funcionamiento del producto*” [G. Bettetini - Nuevas tecnologías de la comunicación, Paídos- Barcelona, 1995], pasando de la emisión unidireccional de los antiguos programas radiofónicos o televisión, al proceso bilateral en el que el receptor-usuario-cliente tiene la posibilidad de intervenir, estableciéndose un proceso de actuación participativa comunicativa con los materiales, está determinada en la cantidad de opciones que deban otorgarse, con respecto al acceso de la información, la interfase, más o menos sencilla, en pro de permitir la óptima comunicación entre el sitio y el usuario y a nivel mas técnico, la rapidez en la realización de los procesos, los que según Bettetini, aumentará el nivel de interactividad de un sitio. Estando cada vez más grande el grado de libertad del usuario a la hora de tomar decisiones en relación a qué hacer o buscar, y cómo hacerlo, logrando según esto la eficacia de un sitio interactivo. La universidad de los Lagos³⁰ , creó un artículo, con respecto a la interactividad en la red, en él se establecen modos de comunicarse en Internet agrupados de la

[29] Gianfranco Bettetini Investigador fundamentalmente en los ámbitos de la historia crítica y el análisis semiótico de la televisión y el cine, así como el desarrollo de las nuevas tecnologías y la ética de los medios/ Las nuevas tecnologías de la comunicación, Paídos, Barcelona, 1995, P. 15-39.

[30] Diana M. Kiss de Alejandro, Niveles de interacción en la comunicación en Internet, / año 2006. 57 páginas/ Pueden verse en <http://www.sociedaddelainformacionycibercultura.org.mx/actividades.html>.

siguiente manera:

Primero tomando en consideración el grado de *inmediatez de la retroalimentación*: aquí se establece la retroalimentación en línea, los usuarios del sistema se comunican de forma tanto asincrónica como sincrónica, es decir en correspondencia temporal con el otro o no. En ambas existe una interacción, cuya diferencia estará en los lapsos de tiempo que pasan entre la construcción del enunciado y la respuesta a éste, sin que intermedie en ello una alteración al proceso, por ejemplo en un chat o e-mail.

En segundo lugar el artículo menciona otra categoría que involucra a la *iniciativa en la selección de datos*: es decir los usuarios identifican los datos en Internet y a partir de ellos, seleccionan y crean sus propios textos, generándose un proceso comunicativo donde se articula una respuesta a un mensaje en circulación, por ejemplo la capacidad de los sitios de copiar pegar, en pro de la selección de la información.

El tercer punto que considera tiene relación con la *iniciativa en la construcción de textos*: similar a la práctica anterior, aquí los usuarios elaboran sus páginas con información procesada al margen del sistema (preconceptos), con datos recogidos en la propia red y vínculos que establecen a manera de hipertextos. Vislumbrándose el rol activo-creativo del usuario que lo transforma no sólo en receptor y decodificador de datos, sino en codificador de textos para otros.

Según lo ya mencionado podríamos decir, que la comunicación en Internet no es única sino múltiple. Los modos de comunicarse van desde la interactividad en línea hasta la decodificación activa y la construcción creativa de textos. Estas intervenciones del usuario implican, sobre todo, un protagonismo para completar el circuito comunicativo.

Como nunca antes la comunicación está determinada por el sujeto destinatario, más que por el sistema o el soporte emisor.

Las redes sociales en Internet

El desarrollo de esta investigación esta basada en el contexto o también conocida “era de las redes sociales”, según lo ya mencionado con esto nos referimos, a grandes rasgos, a las plataformas Web que proporcionan el servicio de almacenar e intercambiar información en la red.

Entre la variada gama de definiciones y acercamiento de lo que conocemos en español como “redes sociales”, lo cierto que este concepto nace del término anglosajón –*Social Software* (SoSo)– que apareció por primera vez en un artículo publicado en 1987 por Eric Drexler³¹ bajo el título *Hypertext Publishing and the Evolution of Knowledge*³² pero cobraría relevancia en la Red a partir de noviembre de 2002, año en que Clay Shirky, escritor americano, consultor y profesor en los efectos sociales y económicos de las tecnologías de Internet, organizaba el Social Software Summit en Nueva York. Aquí Clay Shirky sostuvo el “software social” se trata de un “software que soporta la interacción grupal”.

Por su parte Adina Levin³³ lo definiría como el conjunto de “herramientas para facilitar la interacción y la colaboración, que dependen más de las convenciones sociales (en su uso) que de las propias funcionalidades que ofrecen”, está se asemeja también, por su completitud y alcance, la que proponía Stowe Boyd en su artículo de *Stowe Boyd “Are You Ready for Social Software?”*³⁴ que publicara *Darwin Magazine* en mayo de 2003 Para Boyd, el software social es software construido a partir de una o más de las siguientes premisas:

Dar soporte a la interacción conversacional entre individuos o grupos–incluyendo conversaciones en tiempo real o diferido, mensajería instantánea y espacios de colaboración para equipos de trabajo, repectivamente [...]

Dar soporte a la realimentación social –que permita a un grupo valorar las contribuciones de otros, quizás implícitamente, permitiendo la creación de una reputación digital [...]

Dar soporte a las redes sociales –para crear y gestionar explícitamente una expresión

[31] Es un ingeniero estadounidense conocido por popularizar los potenciales de la nanotecnología molecular durante las décadas de 1970 y 1980, el genero el primer acercamiento de lo que hoy conocemos como las redes sociales. Este concepto es mencionado por Antonio Fumero y Genís Roca, en la publicación *Diseño Mapa Web 2.0*. Pág. 136.

[32] El texto original se encuentra disponible en la dirección <http://www.islandone.org/Foresight/WebEnhance/HPEK1.html>

[33] Escritora y Creadora del sitio www.BookBlog.com

[34] BOYD, S.: «Are You Ready for Social Software?», *Darwin Magazine*, mayo 2003. Puede verse en : <http://www.darwinmag.com/read/050103/social.html>.

digital de las relaciones personales de los individuos, así como para ayudarlos a crear nuevas relaciones [...]

Ahora bien, siguiendo el contexto descrito anteriormente, tres conceptos han orientado el crecimiento de la Web: la interconexión, la creación de comunidades virtuales y la inteligencia colectiva, con la aparición de este nuevo paradigma que trae Web 2.0, es que se crea un nuevo concepto el de la “Redes sociales”. Las redes sociales se podrían definir como comunidades virtuales³⁵ donde los usuarios pueden intercambiar mensajes o compartir sus reflexiones y archivos con otros. Se trata de una tendencia dominante en Internet por el alto número de usuarios que se registran y por las enormes posibilidades de ingresos publicitarios. La gran característica de este tipo de plataforma y quizás lo más llamativo, radica principalmente en los aspectos que las hacen juntarse como comunidad, aquí prevalecen incluso hasta los más íntimos de la vida de una persona, lo ponen en Internet y entorno a ellas se generan núcleos de interacción en Internet. Aparece el concepto de Gráfico Social Global enunciado por Tim Berners-Lee considerado como el padre de la WEB, creador del lenguaje de programación HTML, frente al de World Wide WEB: ahora ya no son los computadores o los documentos sino las personas quienes están conectadas.

En un artículo de Larissa Adler Lomnitz para REDES- Revista hispana para el análisis de redes sociales³⁶. Se citan los tres pilares del hombre social:

Se dice que en sociedades complejas el individuo debe manejar los tres tipos de intercambio “**reciprocidad, redistribución y mercado**”; ello implicaría, según el texto, la participación simultáneamente de los tres tipos de relaciones sociales: “**una relación de confianza, una de jerarquía y otra de clase**”. Así lo económico, lo político y lo sociocultural son tres dominios que se van enhebrando en la vida del individuo y su trama va conformando la realidad macro social. También menciona que Cada tipo de intercambio tiene sus reglas que el individuo aprende a manejar y -cuando son contradictorias- *a conciliar entre sí para cada situación determinada*. Ese proceso, según el escrito posee algo fundamental y representativo de la era digitalizada, es rico en *lenguaje simbólico*, por lo tanto la habilidad para manejar símbolos a su vez se constituye como un recurso, distintivo de esta era. De este texto, surgen dos elementos especialmente en el ámbito empresarial, ya serían **determinantes** en el éxito o fracaso de una iniciativa, un proyecto o una presentación

[35] Las comunidades virtuales se apoyan en la interconexión, esta se construye sobre afinidades de intereses, de conocimientos, compartiendo proyectos, en un proceso de cooperación o de intercambio, esto independiente de las proximidades geográficas y de las pertenencias constitucionales. Pierre Lévy, *Ciberculturas: La Cultura De La Sociedad Digital*, año de edición 2007.

[36] Puede verse en http://revista-redes.rediris.es/html-vol3/vol3_2.htm, (Vol.3,#2, sept-nov. 2002.)

de producto: el aprendizaje del funcionamiento de las Redes sociales y la habilidad e inteligencia para manejarlas.

Por su parte en las Jornadas sobre Gestión en Organizaciones del Tercer Sector en la Universidad Di Tella de Buenos Aires, Argentina, en noviembre de 2001 se define Redes Sociales³⁷: como formas de interacción social, *“basadas en una intercambio dinámica entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad”*. En estas jornadas se llegó a la conclusión que las redes sociales en Internet constituyen *“un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos”*

[Jornadas sobre Gestión en Organizaciones del Tercer Sector en la Universidad Di Tella de Buenos Aires, Argentina, en noviembre de 2001]. Y se hace la reflexión sobre las sociedades fragmentada en minorías aisladas, discriminadas, que ha desvitalizado sus redes vinculares, con ciudadanos carentes de protagonismo, se condena a una democracia restringida, siendo la intervención en red un intento organizador de esas interacciones e intercambios, donde el sujeto se funda a sí mismo diferenciándose de otros.

José Luís Orihuela, profesor universitario, conferenciante y consultor de “eComunicacion³⁸” [<http://www.ecomunicacion.net/>] cree que *“la Red son las personas y lo que las personas hacen con ella”*. Explica, además, que *“las redes sociales basadas en Internet, en la medida en que mejoren sus prestaciones, contribuirán a reformular el concepto y la eficacia de la Red”*. Plantea que las herramientas informáticas para potenciar la eficacia de las redes sociales online operan en tres ámbitos³⁹:

- Comunicación* (nos ayudan a poner en común conocimientos), como Comunidad de Bitácoras.
- Comunidad* (nos ayudan a encontrar e integrar comunidades).
- Cooperación* (nos ayudan a hacer cosas juntos), como Bloggers .

En contraposición con esta perspectiva, José Cervera , periodista experto en Internet y autor del Weblog *Perogrullo y del Retiario* de *elmundo.es*, opina que estos programas son equiparables técnicamente a la red semántica, *“en el sentido de que dependen demasiado de la autocalificación de los participantes, lo que provoca un efecto distorsionador”*. [José Cervera- Red Semántica-2006]

[37] Información extraída de <http://www.andercismo.com/2006/12/redes-sociales-en-internet.html/> 2006.

[38] Empresa dedicada a la divulgación de campañas publicitarias y promocionales a nivel táctico, especializada al Mercado de Internet.

[39] Consumer.es EROSKI. Redes sociales en Internet. Puede ver en :<http://www.consumer.es/Web/es/tecnologia/internet/2004/07/19/106015.php?page=2>

El sistema por el cual se desarrollan estas redes sociales, estas basadas en FOAF (The Friend of a Friend) esto es, básicamente es un archivo XML⁴⁰ (en realidad, RDF escrito en XML) con el cual se describen personas, documentos, etc.

Cuando se menciona una descripción, no se refiere a atributos físicos de una persona, sino de datos más profundos: a quien conoce, de quien es amigo y de quien no, cuales son sus proyectos actuales y cuales los pasados, etc. todo, o casi todo, puede ser definido en un archivo FOAF. Es una tecnología sencilla que le hace más fácil compartir y utilizar la información sobre las personas y sus actividades (por ejemplo, fotos, calendarios, Weblogs), para transferir información entre los sitios Web, y para extender automáticamente, fusionar y re-uso en línea.

A través de este archivo FOAF, indicamos a qué personas conozco, quiénes son mis amigos y quiénes no, cuáles son mis proyectos actuales y anteriores, qué grado de interés tengo por unos temas u otros... casi todo puede ser definido. Para Dan Brickley⁴¹, uno de los cofundadores del proyecto FOAF, la idea es muy simple, *“un archivo que puede ser interpretado por un ordenador, tecnología que profundiza en la Web Semántica. Una vez que dispones de tales archivos puedes navegar a lo largo de todos los documentos legibles por ordenadores que se encuentran en la Web y dispones de una base inmensa para extraer la información que necesitas y crear tu propia base de datos a medida”*. [Dan Brickley-2004]

Si uno de los problemas de las redes sociales comerciales es la fidelidad de los datos, en el universo FOAF nadie controla su veracidad (y además, nadie controla los datos) y que eso hace que en su propia arquitectura tengan que convivir mentiras y medias verdades.

Los sitios de redes sociales han crecido exponencialmente en estos últimos años y cada uno tiene su nicho en particular, en el mundo se expresa así.

[[Http://www.orkut.com](http://www.orkut.com)] (En Brasil), esta es una *red social* (comunidad virtual) promovida por la Empresa especializada en búsquedas por Internet y publicidad online mas popular y usada en la red, Google desde enero del 2004. La red está diseñada para permitir a sus integrantes mantener sus relaciones existentes y hacer nuevos amigos, contactos comerciales o relaciones más íntimas.

[[Http://www.Hi5.com](http://www.Hi5.com)], ha tenido éxito en casi todo los países, esta plataforma basada en la Web fundada por Ramun Yalamanchis, actual director general de la

[40] Sigla en inglés de Extensible Markup Language («lenguaje de marcas extensible»), es un metalenguaje extensible de etiquetas desarrollado por el World Wide Web Consortium (W3C).

[41] Dan Brickley es desarrollador e investigador en el ámbito de la Web Semántica y de la informática social, además de co-creador del proyecto FOAF. En la última década, ha ayudado a desarrollar y promover los estándares de intercambio de datos del W3C.

empresa Hi5 Network. El número de usuarios ha crecido rápidamente. En lo que va del año 2007 tiene más de 500 millones de cuentas registradas [<http://www.alexa.com>⁴²], la mayoría de ellas en América Latina.

El hi5(hi-five) es famoso por su interactividad, pues hace de una simple cuenta de usuarios una especie de tarjeta de presentación virtual.

En África hay presencia de redes sociales pero en una minoría respecto del total de su población donde destaca www.facebook.com, la plataforma Facebook fue creada por Mark Zuckerberg⁴³, Esta nació originalmente, para que estudiantes de la Universidad de Harvard, se conocieran entre los distintos campús de la universidad. Sin embargo en la actualidad ha sido abierta a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. Aquí los usuarios pueden participar en una o más redes sociales, según su situación académica, lugar de trabajo o región geográfica.

En Asia y el Pacífico lidera [[Http://www.friendster.com](http://www.friendster.com)], esta es una red social fundado en Mountain View, California, Estados Unidos por Jonathan Abrams en marzo de 2002. Friendster, se basa en el Círculo de Amigos y la Web de Amigos, para la creación de redes técnicas de los individuos en comunidades virtuales y demuestra el fenómeno pequeño mundo. En la actualidad cuenta con más de 70 millones de miembros en todo el mundo.

En Europa [<http://www.bebo.com>], es la más popular red social, fundada en enero de 2005. Puede ser utilizado en muchos países, entre ellos Irlanda, Canadá, los Estados Unidos, el Reino Unido, Nueva Zelandia y Australia.

En América del Norte (donde se concentra un 25% del total de la población mundial de redes sociales) figuran MySpace[<http://www.myspace.com>] (en Estados Unidos) seguido de Facebook[<http://www.facebook.com>] (en Canadá).

Un informe de la compañía Experian⁴⁴ sobre el impacto de las redes sociales, citado en el diario The Guardian⁴⁵, augura que este año las redes sociales se especializarán aún más —con ejemplos como SagaZone [<http://www2.saga.co.uk/>], aseguradora especializada en adultos— y comenzarán a desarrollarse herramientas para sacarles

[42] Alexa.com, es una subsidiaria de la compañía Amazon.com con base en California, esta se dedica a proveer información acerca de la cantidad de visitas que recibe un sitio Web, lo cual le permite generar estadísticas acerca de la cantidad de visitas y de los enlaces relacionados.

[43] Mark Zuckerberg es un programador y empresario, considerado el multimillonario más joven del mundo, célebre por ser el desarrollador de la red social virtual conocida como Facebook en Internet y que es en la actualidad una de las más populares en todo del ciberespacio.

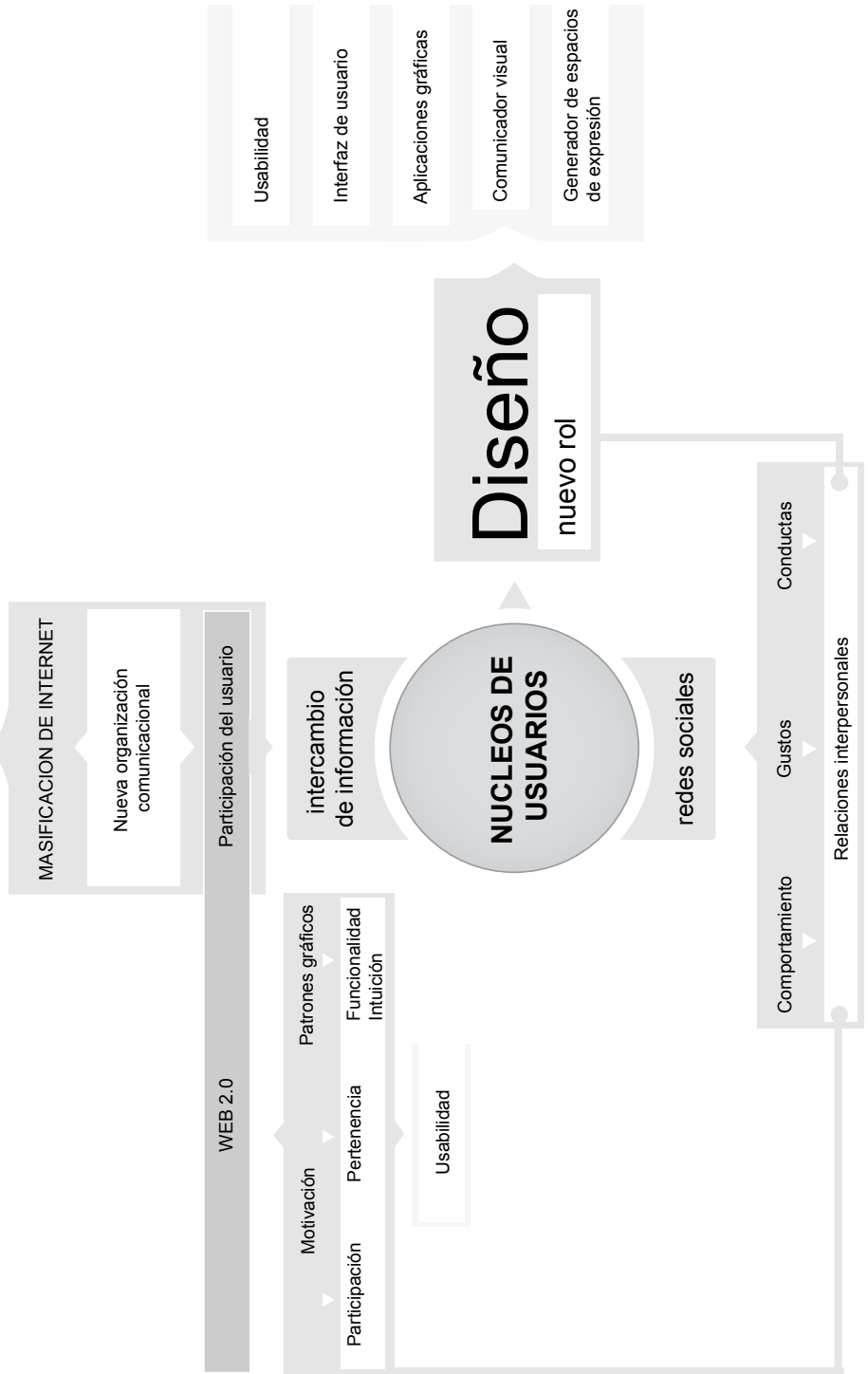
[44] Empresa mundial especialistas consultorías para mejorar la calidad de servicio en el mercado proporcionando la información, para soluciones eficientes. <http://www.experian.com/>, tiene una versión en español <http://www.experian.es>.

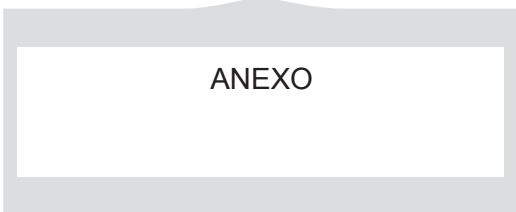
[45] Puede verse en : <http://www.guardian.co.uk/media/2008/jan/15/facebook.myspace>.

partido económico.

Este informe revela además que el índice de fidelización de los usuarios que hacen uso de estos servicios es bastante alto al ritmo que estas herramientas van evolucionando. El informe predice que los sitios líderes o de referencia, como MySpace (alrededor de 300 millones de cuentas, y subiendo), Facebook (más de 52 millones de perfiles, y subiendo) o Bebo, este ha recibido más de 40 millones de usuarios, y creciendo, según el anuncio de The Guardian, realizarán este año mejoras significativas en la búsqueda y organización, mientras encuentran la manera de rentabilizar publicitariamente esta valiosísima información de los usuarios.

GLOBALIZACIÓN - ERA DIGITAL





Práctica metodológica

Luego de precisar algunos conceptos, fundamentales para esta investigación en el marco teórico, se iniciará la segunda etapa de desarrollo, ésta se hará utilizando la metodología descriptiva-exploratoria, compuesta por revisión de bibliografía, estudio de casos además del ejercicio reflexivo.

Primer objetivo: Definir y analizar el nuevo contexto comunicacional de las redes sociales en Internet.

Para el desarrollo y análisis de este objetivo, se hizo preciso además de revisar bibliografía al respecto, opiniones de estudiosos en el tema. Para esto se diseñó una entrevista, que apunta a analizar el comportamiento y lo que significa el fenómeno de las redes sociales en Internet, como actividad inserta en nuestra vida cotidiana. Esta fue enviada a reconocidos expertos en el tema, los cuales fueron elegidos por artículos escritos por ellos y utilizados como fuente para esta investigación relacionadas con la incidencia de las redes sociales en Internet, en la comunicación, es el caso de Anita Valdés Jahnsen Directora del Programa Desarrollo Científico Escolar, PROCE, Coordinadora Programa Explora-CONICYT, en Concepción Chile, escritora del artículo “Modelo de análisis para una red social”, el cual enfoca su análisis en el impacto en la comunicación.

Además de esto se entrevistó a reconocidos columnistas de Web sobre tecnología, tales como, Christian F. Leal Reyes, periodista y creador de www.francotirador.cl, además de participante de www.mouse.cl. Y Leo prieto, fundador del portal chileno de tecnología con más visitas (30.000 visitas diarias), todos ellos fueron contactados vía mail.

La cultura digital

Para analizar este fenómeno se deben tomar en cuenta a lo menos tres fenómenos que son determinantes y que podrían definir a ciencia cierta nueva era. Se debe considerar las relaciones entre individuos, la cantidad información que se maneja en la red y la importancia del usuario como sostenedor de la red de hoy.

Primero que todo, cabe definir que son las redes sociales y que involucran desde el punto de vista social-comunicacional.

El concepto de las redes sociales nace bajo el contexto, acuñado desde hace ya un par de decenios, denominado Cibercultura. Este paradigma desarrollado rápidamente y conocido también como Cultura Digital, ha determinado cambios en la manera de ver la relación con los otros y con el medio. En estricto rigor ha modificado la clásica definición de cultura, ésta ya no se reduce a componentes meramente simbólicos, en donde involucra, representaciones, ideas, interpretaciones y valores, sino que además integra como factor fundamental, las técnicas, los artefactos y los entornos materiales, *“La cultura se desarrolla conjuntamente con el crecimiento del ciberespacio”*⁴⁶ (Pierre Lévy).

En otras palabras, lo que Pierre Lévy plantea, es que el desarrollo de la cultura digital es inseparable de los entornos materiales electrónicos y entornos simbólicos, los cuales integrarían, nuevas prácticas culturales, de interacción y comunicación colectivas, con una multiplicidad de contenidos que generan una gran complejidad socio-técnico-cultural.

Una cultura, se entiende como un complejo de redes de sistemas culturales entramados entre sí, que interactúan, se comunican y se transforman mutuamente. La modalidad cultural, según Lévy, de los sistemas de la cultura digital, está caracterizada por los entornos materiales electrónicos, integrados por: ordenadores y equipos informáticos (desde ordenadores personales fijos o portátiles hasta grandes equipos de los centros de investigación), redes de ordenadores y telecomunicaciones, junto con la enorme diversidad de artefactos y dispositivos complementarios. Por entornos simbólicos digitales, comprende la inmensa gama de información y contenidos digitalizados que residen en base de datos, protocolos, programas, textos, hipertextos, imágenes, sonido. También según ésta definición de cultura digital, forman parte los entornos simbólicos interpretativos que se refieren a los significados, interpretaciones, representaciones correspondientes a los entornos

[46] Pierre Lévy, Cibercultura: La cultura de la sociedad digital, Editorial Anthropos - Publicación: Barcelona : 2007

simbólicos digitales que tienen que ver con legitimaciones, objetivos, valores, etc., relacionados con los mismos. Todos involucrados en el ámbito comunicacional, de entretención e incluso de negocios.

En el conjunto de la cultura digital se integra una gran diversidad de agentes y colectivos pertenecientes a los diferentes tipos de sistemas culturales que forman las redes culturales digitales. La inclusión de estos agentes y colectivos propios de la cultura digital implica tener en cuenta la multiplicidad de sus entornos organizativos, es decir formas y sistemas de organización que los articulan: desde comunidades y redes virtuales, asociaciones, corporaciones, organismos administrativos o gubernamentales.

Por otro lado el nuevo contexto digital, permite tener instantáneamente relaciones con diferentes personas a la vez, de distintos países cada uno.

Desde un punto de vista netamente sociológico, este nuevo escenario globalizado, basado en la interacción de personas, la Universidad de Oviedo, publicó un artículo escrito por Pablo Navarro, profesor e investigador en el campo de la sociología de la diversidad de Oviedo, quien menciona este fenómeno como "...un cierto modo peculiar de interacción, guiada por una intencionalidad transconsciente, artefactual y objetiva..." [Pablo Navarro-2004]⁴⁷, aquí menciona Navarro, el vínculo social va entañar, la constitución de una sociedad distinta, dotadas de nuevos niveles de complejidad y configurada a la medida de su talla genuinamente global.

En el mismo artículo mencionado con anterioridad, se menciona un claro ejemplo de la capacidad de relacionarnos con nuestros pares. Se menciona la posibilidad que otorga la tecnología para lograr esta comunicación. Sostiene que la interacción se da a través de distintos entornos, es decir, se puede interactuar cara a cara, por medio de la videoconferencia, tan solo teniendo una cámara Web, se puede chatear ejecutando el teclado; Y lo más utilizado, se puede intercambiar información o documentos en tiempo real, gracias al correo electrónico.

Esta excesiva conectividad, en donde todos pueden ubicarse y comunicarse, en Internet, ha provocado grandes riesgos para la intimidad y vida privada de las personas. Navarro declara en el mismo artículo mencionado anteriormente, que el concepto de intimidad y vida privada en los códigos éticos de la informática, a diferencia del mismo concepto en otros medios de comunicación social, se centra

[47] Computando la vida social: el nuevo papel de los métodos de análisis sociológicos en Internet- Pablo Navarro-2004.

más en la intimidad individual y personal, en la vida privada, en el anonimato y en la confidencialidad de la información y de los datos que en el respeto y la no intromisión en la intimidad y en la vida privada de las personas que son el objeto de información. Esto en cuanto que los operativos informáticos trabajan con bancos de datos, con tratamiento de textos, en resumidas cuentas con información, no con personas que puedan ser objeto de información o noticias.

Pero es que Internet supone cada día nuevas y desconocidas formas de acceso a las bases de datos donde se almacena información personal de cada uno de los ciudadanos, información que una vez almacenada por una determinada empresa parece como si fuera propiedad de esta empresa y no del propio ciudadano y que pudiera hacer con ella lo que quisiera. Aunque la ley, incluso leyes internacionales, pretende proteger a las personas de una mala utilización de los datos informáticos, lo cierto es que el individuo se encuentra más bien indefenso. Unas empresas pasan a otras filiales o venden a las no filiales sus datos informáticos, y así nos encontramos con cartas publicitarias del más variado origen que nos llegan, y nos sorprendemos de que tal o cual empresa pueda conocer datos como cuáles son nuestros estudios, si tenemos pareja o incluso si estamos enfermos, embarazadas, etc.⁴⁸.

Porfirio Barroso Asenjo, Profesor Titular de Ética y Deontología de la Información de la facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, Escribe un artículo sobre “Ética e Internet en un mundo globalizado”, en donde menciona elementos propios de Internet que son significativos al momento de relacionarnos con los otros. Habla de “*una autoridad común en Internet*”, ya que en ella, no tiene ningún maestro ni ninguna jerarquía central que pueda establecer un código al que todo el mundo entero deba obedecer. Representando una democratización, e igualdad al momento de navegar, nadie censura las ideas o expresiones. Pero, por otro lado, Asenjo sostiene que esta falta de una autoridad, genera anarquía o el descontrol y caer en la incitación a “*la violencia, apología del terrorismo o simplemente caer en el racismo o sexismo*”

Al respecto Christian Leal, Periodista egresado de la Universidad Católica de la Santísima Concepción, Chile, desde 2001 se ha desempeñado tanto en medios impresos como electrónicos y audiovisuales, junto con participar en numerosos proyectos de desarrollo y docencia Web, autor del blog de tecnología www.elfrancotirador.cl, y columnista de Mouse digital⁴⁹.

[48] Ejemplo de lo mencionado respecto a los datos el pasado, 11 de mayo de 2008, El sitio chileno especializado en temas tecnológicos, Faerwayer.com, dio la alerta de que se estaban filtrando a Internet datos personales de 6 millones de chilenos. Los datos contenían, nombres, RUT, direcciones, teléfonos comerciales y particulares, correos electrónicos e información académica y social, obtenida desde la Dirección General de Movilización Nacional (DGMN), el Servicio Electoral (Servel), el Ministerio de Educación (Mineduc), el sitio PSU 2005 y registros telefónicos, hasta el momento se investiga el hecho.

[49] Revista electrónica dedicada a la tecnología y tendencias Web, www.mousedigital.cl.

Menciona:

“...La comunicación se está haciendo más fluida, más intensa y omnipresente...Pero sobre todo, las redes sociales están comenzando a consolidarse como medios de organización ciudadana y de expresión como nunca antes habíamos visto (revolución pingüina, acuerdo Microsoft-Gob de Chile, atentados 11-M en Madrid)...”

Organizaciones ciudadanas basadas en la información en donde la cantidad de noticias y desarrollo de un tema son el eje por el cual se involucran, estar al día de la contingencia o la veracidad con la que se expone una idea.

Anita Valdés Janhsen directora programa de desarrollo científico escolar: PROCE Coordinadora Regional Programa EXPLORA, Chile, declara para esta investigación, en torno a la el fenómeno de redes sociales en Internet.

“...Pienso que siempre hemos vivido en un sistema de redes sociales, hoy en la sociedad de la información hemos tomado conciencia de gran valor y han pasado a ser la esencia, por otra parte el desarrollo de las TIC`s es un elemento que ha contribuido a fortalecerlas y a darles ese protagonismo...”.

Protagonismo que por ejemplo lo hacen ser noticia, todos los días en algún medio de comunicación masivo (diario - noticieros - Internet). No es raro que todos los días salgan titulares como: “Facebook se defiende de los clones” (www.emol.cl - 28-07-2008), “Siquiatra advirtió que generación Facebook es incapaz de tener amistades duraderas” (Las ultimas noticias - 04/07/2008), entre otros.

Noticias que además han aportado a la mediatización del sistema. En Chile por ejemplo Facebook crecen 142% en sólo 35 días de 258 mil usuarios registrados en marzo, la cifra se elevó a más de 625 mil en el mes de mayo, según la consultora O'Reilly Radar⁵⁰, es la novena nación a nivel mundial con más usuarios de Facebook.com, sitio que permite crear perfiles personales y sumar contactos de toda índole (noticia mencionada por el diario La tercera-03/06/2008).

Toda esta mediatización del fenómeno también determina el uso y la participación en sitios, Christian Leal, explica en un ejemplo concreto el porqué se masifica el uso de las redes sociales en Internet, señala:

“...el otro día una amiga y ex-compañera de Universidad que no es muy

[50] Consultora dedicada a prestar atención a lo que es nuevo e interesante en el mundo de la tecnología, organizó la reunión en la que el término “fuente abierta” se adoptó por primera vez, principios de Blogger, que ayudó a lanzar la revolución de los blogs, y más recientemente, dio una conferencia sobre el concepto de Web 2.0.

adepta a la tecnología. Sin embargo me dijo que se vio “obligada” a inscribirse en Facebook porque las conversaciones y eventos le hacían sentir que se estaba quedando fuera de su círculo...”

Es decir, la gente busca aceptación de sus pares, busca la manera de ser reconocido y de pertenecer a algo, hacerse dueño de su espacio; el sentido de pertenencia se ve también reflejado en la personalización de sus espacios, la elección de los colores, y fotos que se quiere entregar al resto, que se quiere compartir y como se quiere mostrar a los demás. Es mas bien un proceso individual, en donde se toma la decisión del cómo y qué mostrar; sin embargo es para encontrar la aceptación de sus pares o bien de los que los rodean.

La era de la información

El uso masivo de artefactos computacionales, ha virtualizado la sociedad y la comunicación ejercida entre los involucrados en esta nueva manera de entender la cultura y la sociedad. Nace el ciberespacio⁵¹. Gibson lo definió como “*el espacio de comunicación abierta por la interconexión mundial de los ordenadores y de las memorias informáticas*”. Otros autores, como Esther Dyson⁵², George Gilder entre otros, han definido al ciberespacio como la *tierra del conocimiento*, Y no han de estar equivocados si tenemos en cuenta, que el denominado ciberespacio, tiene la capacidad de decodificar de manera fluida, finamente calculable y tratable en tiempo real, hipertextual, e interactivo la información.

Según Lèvy este nuevo medio tiene por objetivo poner en sinergia y en interfaz todos los dispositivos de creación de información, de grabación, de comunicación y de simulación. En la actualidad este medio se ha posesionado como el principal canal de comunicación y el primer soporte de memoria de la humanidad a lo largo del siglo XXI.

Cabe destacar que es ciberespacio, no solo está constituido por Internet, sino que

[51] La palabra ciberespacio fue inventada en 1984 por William Gibson en la novela de ciencia ficción *Neuromante*, novela principal de la corriente denominada *cyberpunk*, y de ella beben la mayor parte de trabajos que posteriormente se han acogido a esta etiqueta, el título proviene de la composición de los términos; “neuro” (mental) y “mante” (sujeto o actor de “mancia” que significa adivinación y por extension magia (ej: nigromante, quiromante). Así tenemos “neuromante” como traducción directa de *neuromancer*, el título en inglés.

[52] Esther Dyson, hija del físico y escritor Freeman Dyson y de la matemática Verena Hubert, En 1982 se unió a Ben Rose, actual presidente de Compaq Computer Corporation, como editora de su fascículo sobre alta tecnología, y un año más tarde le compró su parte junto con PC Forum, al cual le cambió el nombre por el de Release 1.0. Actualmente dirige su propia empresa, Edventure Holdings, una pequeña pero diversificada compañía centrada en la industria informática y en la emergente tecnología de la información en Europa Central y Oriental.

también por redes independientes de empresas, asociaciones, universidades, aunque los que mayoritariamente han hecho crecer el ciberespacio, es gente anónima, voluntaria que Carente de rol social (jefes de gobierno, dirigentes, etc.), y de manera colectiva, alimentan la red.

El crecimiento del ciberespacio está determinado por tres principios: la interconexión, la creación de comunidades virtuales y la inteligencia colectiva. Siendo la más influyente ahora y siempre, la interconexión, Christian Huitema ingeniero destacado de la empresa Microsoft, el cual ha destacado por sus publicaciones acerca de Internet. En el año 1995 publicó el artículo “Enrutamiento en Internet”⁵³ en el expresa que el “*horizonte técnico del movimiento del ciberespacio es la comunicación universal*”, es decir un sin fronteras, atraviesa un medio de información y opera como eje transversal del nuevo paradigma comunicacional, tejido por contactos en la red.

Este fenómeno paradigmático, de la comunicación universal y la interconexión desarrollada a través de contactos en la red, se apoya el segundo principio que permite el crecimiento del ciberespacio, las comunidades virtuales.

Las comunidades virtuales se construyen sobre afinidades de interés, conocimientos, en un proceso de cooperación o de intercambio; independiente de las proximidades geográficas y de las pertenencias institucionales. Si bien se cree que estos espacios, carecen de relaciones afectivas, cabe precisar que lejos de ser frías, no excluyen emociones fuertes, ni la responsabilidad individual ni el juicio desaparece. Los participantes de estos espacios, incluso desarrollan una fuerte moral social, un conjunto de leyes de costumbres, no escritas, que regulan sus relaciones con el resto de los participantes. Estas formas básicas de comportamiento en el ciberespacio, en torno a comunidades virtuales se les denominan “netiquetas”, Palabra derivada del francés *étiquette*⁵⁴ y por lo general responde a la reciprocidad, es una recompensa simbólica a la participación en los espacios propios y en relación a los de otros. Forjándose una reputación en la opinión pública de la comunidad virtual. Los ataques irrespetuosos, relacionados con la nacionalidad, sexo, edad, profesión, etc., no son admitidos. Son excluidos por los administradores, exceptuando estos casos particulares, se fomenta la más amplia libertad de expresión oponiéndose, en general, a cualquier tipo de censura.

[53] Internet... una vía al futuro, Ediciones Gestión 2000, Barcelona 1995.

[54] Netiqueta: buena educación.

El tercer y último principio primordial que alimenta el ciberespacio es la inteligencia colectiva. Este proyecto se llevó a cabo en primera instancia por Engelbart⁵⁵ (inventor del Mouse y las interfaces actuales), Licklider⁵⁶, Nelson (inventor del concepto hipertexto), sin embargo también fue desarrollada por otros pensadores actuales. Esta práctica se desarrolla on line por un número creciente de navegantes, participantes en los new group o comunidades virtuales de todo tipo, los cuales debido a la desaparición de las restricciones y por el hecho de las disponibilidades de nuevas herramientas de comunicación y de coordinación, se han potenciado y adquirido un nicho, que cada día adquiere más seguidores, que participan de manera activa y sostienen la red. Tal es el caso de plataformas como www.youtube.com, dedicado a publicar videos de todo el mundo fundado en febrero de 2005 desde ahí a tenido un gran impacto en la cultura popular, prueba de ello es haber obtenido el premio al “invento del año” en noviembre del 2006 otorgado por la revista Time.

Gracias a todas propiedades de administración y transmisión de información de la cibercultura, también provocó un manejo de información constante en la red, hecho característico del entorno comunicacional del periodo actual de redes sociales en Internet, ya que en él, lo que mayoritariamente se maneja es información de personas.

En este nuevo escenario globalizado, se provoca un bombardeo diario de información desde distintas latitudes, lo que a veces confunde. Esta era de información para algunos ha permitido diversificar su rubro, como es el caso de los medios de comunicación de masas, los cuales lograron enriquecerse con las nuevas maneras de emisión y acaparando grandes audiencias ampliando su cobertura. Sin embargo, las revistas especializadas, y los arriendos de video son ejemplos de transmisión selectiva, que mantienen a pequeños grupos demográficos. Por tanto autores como Nicholas Negroponte⁵⁷ señalan esta dicotomía de que “*los medios de comunicación de masas se hicieron más grandes y al mismo tiempo más pequeños*” [Nicholas Negroponte- El mundo digital, Barcelona, 1995]. Vislumbrando el nuevo escenario digital, de que si bien pareciera haber espacio para todos los temas y entes existentes

[55] Douglas C. Engelbart (n. en Oregon, Estados Unidos, el 30 de enero de 1925) es un inventor estadounidense, descendiente de noruegos. Conocido por inventar el mouse, y es un pionero de la interacción humana con las computadoras, incluyendo el hipertexto y las computadoras en red.

[56] Fue uno de los primeros en reconocer que el máximo potencial de los ordenadores sólo puede lograrse mediante la mejora de la capacidad del usuario humano para interactuar con la computadora. En Agosto de 1962. Licklider describe en su concepto de Galactic Network (Red Galáctica): una red interconectada globalmente a través de la que cada uno pudiera acceder desde cualquier lugar a datos y programas. En esencia, el concepto era muy parecido a la Internet actual, aunque entonces era algo impensado.

[57] Nicholas Negroponte, El mundo digital, Barcelona, 1995.

en esta nueva cibercultura, todo está pensado para la masa, no permitiendo la especialización.

En la era globalizada de la información, Nicholas Negroponte, sostiene que la audiencia es sólo una persona. Sin embargo para llegar a él se pasa por un proceso de categorización, por diferentes etapas, y encontrar un perfil de usuario: ...“*Se pasa de un grupo grande a uno pequeño, después a otro más pequeño y al final al individuo*” [Nicholas Negroponte, El mundo digital, Barcelona, 1995] y cuando ya tiene nuestros datos personales: de gustos, dirección, estado civil, edad, etc., pasamos a ser según Nicholas Negroponte, “...*unidad demográfica de una persona...*”. Esa información particular de cada usuario, o persona habitante del ciberespacio, determina posibilidades de recibir nuevos servicios a *medida*.

El protagonista es el “usuario”

Otra de las características que distinguen el fenómeno de las redes sociales en Internet, es el protagonismo que se le da al usuario. Ya que es él, quien toma las riendas de la información, se transforma en gestor y participante de la red.

Sin embargo debemos hacer una salvedad, comúnmente entendemos por usuario, a la persona que utiliza o trabaja con algún objeto o que es destinaria de algún servicio público o privado, empresarial o profesional; usuario según la RAE “es aquel que usa algo”. Esto es algo que se opone a los conceptos de Web semántica 2.0, ya que la actualidad prima a los ciudadanos como emisores y no sólo como receptores que “usan” los medios.

Es preferible, por tanto, hablar de actores, sujetos, ciudadanos, para referirse a las personas que interactúan en las redes digitales.

En la actualidad el usuario ya no quiere tener el rol meramente de “usar” las nuevas tecnologías, y las redes sociales sino que también quieren ser protagonistas de su propia Web. Por ello no sólo se preocupan de descargar contenidos, sino también de producirlos, subiendo a diario fotos, videos y archivos a sitios de redes sociales como Fotolog, YouTube o Facebook.

El gerente de Desarrollo de Productos de Telefónica Chile, Pedro Assael. Señala para una entrevista del diario La Tercera (del día 03/06/2008), “*Los clientes están tomando el control de Internet*”, agrega que éstos ya no quieren que los proveedores o grandes portales les digan qué deben o pueden hacer en Internet, sino que quieren ser “*gestores de su propio contenido*”.

Christian F. Leal, entrevistado para esta investigación y mencionado anteriormente señala:

“...Cuando Internet comenzó a masificarse, el usuario tenía una actitud de descubrimiento (lo que entre otras cosas ayudó al éxito de los portales horizontales como Yahoo o StarMedia, que te “mostraban” sitios). A medida que nos fuimos apropiando del espacio, no sólo encontramos herramientas útiles (diarios, aplicaciones Web, trámites en línea, etc.), sino que empezamos a encontrar espacios de participación (...) Hoy el usuario demanda participar. Exige dejar comentarios, enviar opiniones, publicar en un blog, crear álbumes de fotos, subir videos, abrir grupos y anunciar eventos en redes sociales. Es una tendencia irreversible...”

En consecuencia gracias a las Web 2.0, que permitió la participación activa del usuario entregando herramientas para darse a conocer y de ser los gestores de sus propios espacios, lo que como consecuencia generó la creación de redes sociales, verdaderos núcleos de información e interacción en Internet, los cuales permiten un lugar de pertenencia en donde la gente logra individualizarse frente a un medio tan globalizado, los sitúa y los hace ser parte de un lugar, personalizado a gusto propio, y que permite ser un agente activo y gestor de iniciativas, temas y bajo mi criterio ser permanentemente un personaje con opinión de la contingencia y lo que nos rodea, logrando exponerse como ente social.

Segundo objetivo: Identificar los principios de relación que permiten el desarrollo de redes en la WEB.

Para desarrollar este objetivo se hizo preciso, revisar bibliografía y la creación de un instrumento de evaluación como es la encuesta, la cual estuvo dirigida a determinar las motivaciones de participar en una plataforma de redes sociales, que de algún modo fundamenten la participación en la red.

El instrumento de evaluación fue una encuesta on line, la cual fue aplicada libremente en Internet, recibió un total de 200 personas, reunidas en 3 semanas, síntoma del impacto del tema mediáticamente. La encuesta esta construida de manera que las respuestas puedan ser analizadas desde un punto de vista cuantificable y cualificable, por tanto tiene preguntas de corte cerradas, si o no, y también abiertas, que precisen gustos personales. Esta fue enviada vía mail, con una contextualización del tema, además de precisiones importantes como la privacidad de los datos, fue puesta en foros de opinión además de algunas plataformas de redes sociales.

Primero que todo, a que se refiere “principios de relación”, los principios de relación será considerados para esta investigación como la causa, origen o razón fundamental sobre la cual se participa, se usan y se logran relaciones en las plataformas Web⁵⁸.

Desde el punto de vista técnico y como se menciona en el desarrollo del marco teórico, las redes sociales esta basado en el sistema FOAF (The Friend of a Friend) esto es, básicamente es un archivo XML⁵⁹ (en realidad, RDF escrito en XML) con el cual se describen personas, documentos, etc.

Cuando se mencionó una descripción, no se refiere a atributos físicos de una persona, sino de datos más profundos: a quien conoce, de quien es amigo y de quien no, cuales son sus proyectos actuales y cuales los pasados, etc. todo, o casi todo, puede ser definido en un archivo FOAF. Es una tecnología sencilla que le hace más fácil compartir y utilizar la información sobre las personas y sus actividades (por ejemplo, fotos, calendarios, Weblogs), para transferir información entre los sitios Web, y para extender automáticamente, fusionar y re-uso en línea.

A través de este archivo FOAF, indicamos a qué personas conozco, quiénes son mis amigos y quiénes no, cuáles son mis proyectos actuales y anteriores, qué grado de interés tengo por unos temas u otros.

[58] Definición extraída de www.rae.es

[59] Sigla en inglés de Extensible Markup Language («lenguaje de marcas extensible»), es un metalenguaje extensible de etiquetas desarrollado por el World Wide Web Consortium (W3C).

Ahora bien desde el punto de vista de las relaciones entre las personas, se debe señalar que las relaciones, en las Web de redes sociales se generan basadas en la teoría de los Seis grados de separación, según la cual, a grandes rasgos, plantea que toda la gente del planeta está conectada a través de no más de seis personas. La teoría fue inicialmente propuesta en 1929 por el escritor húngaro Frigyes Karinthy⁶⁰ en una corta historia llamada Chains. El concepto está basado en la idea que el número de conocidos crece exponencialmente con el número de enlaces en la cadena, y sólo un pequeño número de enlaces son necesarios para que el conjunto de conocidos se convierta en la población humana entera.

En 1967, el psicólogo estadounidense Stanley Milgram ideó una nueva manera de probar la teoría, él la llamó “el problema del pequeño mundo”. El experimento del mundo pequeño de Milgram consistió en la selección al azar de varias personas del medio oeste estadounidense, para que enviaran tarjetas postales a un extraño situado en Massachusetts, situado a varios miles de millas de distancia. Los remitentes conocían el nombre del destinatario, su ocupación y la localización aproximada. Se les indicó que enviaran el paquete a una persona que ellos conocieran directamente y que pensaran que fuera la que más probabilidades tendría, de todos sus amigos, de conocer directamente al destinatario. Esta persona tendría que hacer lo mismo y así sucesivamente hasta que el paquete fuera entregado personalmente a su destinatario final.

Recientemente se publicó la noticia que vendría a comprobar el paradigma de los seis grados de unión entre una persona y otra, esta explica de un experimento hecho por la empresa Microsoft, la cual demostró la teoría de los 6 grados, para el experimento se utilizaron 30.000 conversaciones electrónicas de 180 millones de usuarios de su servicio de mensajería instantánea Messenger. El estudio, partió de la base que dos personas se conocían si habían intercambiado al menos un mensaje de texto. Los investigadores descubrieron que cualquier par de usuarios estaba interconectado por una media de 6,6 eslabones, aunque en algunos casos eran necesarios hasta 29 para relacionar a dos personas.

“Esta es la primera vez que una red social a escala planetaria ha logrado validar la teoría de los seis grados de separación”, señalaron Eric Horvitz y Jure Leskovec, responsables del estudio, al diario ‘The Washington Post’⁶¹.

[60]Escritor de origen húngaro, fallecido 1938, Fue el primero que propuso la teoría de los seis grados de separación. Es el padre del escritor Ferenc Karinthy, Una de sus obras es Viaje en torno de mi cráneo.

[61]La noticia puede verse en :<http://mundo52.com/tecnologia/2008/08/05/234/microsoft-demostró-la-teoría-de-los-seis-grados-de-separación/>

Estos principios técnicos y de relación, se ven expresado en la encuesta hecha para esta investigación, ya que permitió desde el punto de vista motivacional cuales son los principios que permiten y conducen a participar en Web de redes sociales tomando en consideración las herramientas actualmente permitidas de administración y relación en la red.

La encuesta constó de 16 preguntas, las primeras dos están enfocadas a definir el perfil del usuario en relación a su actividad y edad. De esto se desprende que el interés por las temáticas relacionadas con los nuevos medios, es de carácter transversal a la actividad y la edad, sin embargo se da una tendencia de edad de 21 a 25 años, que son los que mas presentan respuestas a la encuesta, con un total de 42,5% del total de los encuestados (fig1).

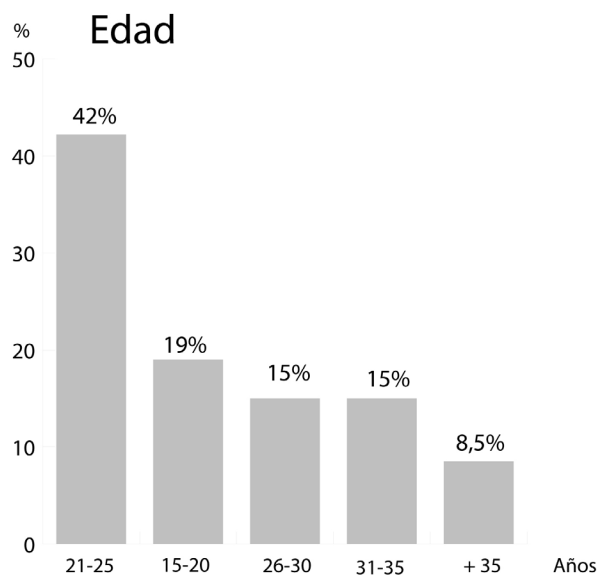


Fig. 1

La primera pregunta esta enfocada a la claridad de los conceptos, pese a cualquier pronóstico un 97% de los encuestados respondió tener claro el concepto de redes sociales. Este ítem tuvo una salvedad, las primeras 20 personas no incluían esta pregunta se incorporo a partir de la pregunta 21, sin embargo hasta el momento de la corrección todos los encuestados tenían claro el concepto, puesto que otras preguntas de la encuesta evidencian el uso de ellas incorporando sitios personales. Este hecho dejo en evidencia el manejo de conceptos en esta era tecnológica, la

globalización de la información y la introducción de las tecnologías de la información son en la actualidad una práctica común y conocida para un gran número de personas.

La misma cantidad 97% respondió a la tendencia ya mencionada anteriormente. La tendencia afirma que las más utilizadas son facebook.com con un 97,5%, le sigue myspace.com con un 18%, (fig.2) su uso principalmente se basa en la facilidad de su interfase con un 54%, se declaró que esta era intuitiva pero que el grado de dificultad se daba por la cantidad de aplicaciones posibles, las cuales hacen dificultosa la carga y de difícil acceso. Por otra parte un 2,5% que respondió no tener, se basa en que o no le interesa usarlas o bien no tiene tiempo.

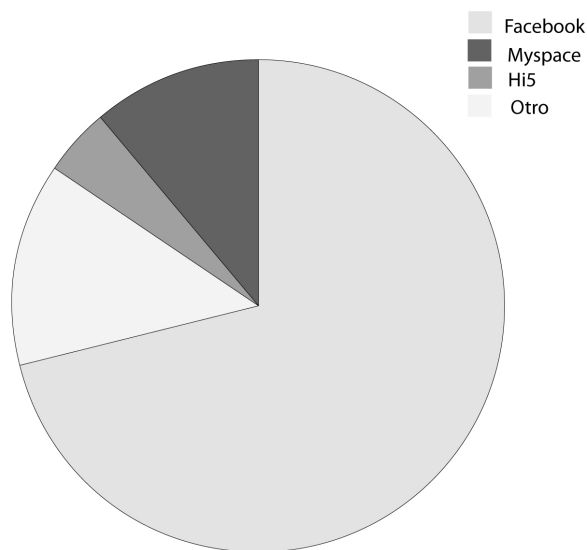


Fig.2

La incorporación de este tipo de plataformas en la vida cotidiana de las personas ha sido lo que permite mencionar este contexto como fenómeno social, un 90% expresa actualizarla todos los días, más de una vez en el día, lo que demuestra la gran atracción que otorga en los usuarios. Es que existe una necesidad de mantenerse conectado y pendiente de los movimientos del resto, para no quedar atrás y estar siempre al día de la vida de los otros. De alguna manera se podría decir que las plataformas de redes sociales alimenta nuestro “vollerismo”, es decir, disfrutar conociendo los detalles íntimos del resto, según la encuesta realizada 42% de los encuestados señalan utilizar este medio para acceder a información, ya sea fotos, datos, gustos, etc. personales de otros un 60% señala ser lo más importante y motivante para ser un participante activo de estos sitios, aquí podemos recordar lo desarrollado en el primer objetivo donde se mencionó que una de las consecuencias de la excesiva conectividad, en donde todos pueden ubicarse y

comunicarse, en Internet, ha provocado grandes riesgos para la intimidad y vida privada de las personas. Ahí se mencionó al autor, Pablo Navarro el cual declara que el concepto de intimidad y vida privada en los códigos éticos de la informática, a diferencia del mismo concepto en otros medios de comunicación social, se centra más en la intimidad individual y personal, en la vida privada, en el anonimato y en la confidencialidad de la información y de los datos que en el respeto y la no intromisión en la intimidad en la vida privada de las personas que son el objeto de información.

Esta parece ser la consecuencia de permanecer conectados, y de poder relacionarnos con todos, la información y datos personales también se transmiten de persona a persona dejándonos en un sitio de carácter público.

Desde el punto de vista netamente motivacional, para la permanencia en sitios donde se puede contactar y relacionarse con otros, es decir en plataformas de redes sociales. Esta estrechamente relacionada con el grado de personalización que pueda hacer el usuario sobre ella, es decir la capacidad de subir fotos, información, música y datos personales en general que logren definir al que lo usa, un 75% de los encuestados cree que es esa la personalización, la herramienta que logra cautivarlos y que les permite generar espacios personales para darse a conocer en la red.

En consecuencia según los datos obtenidos podemos precisar que desde el punto de vista motivacional los principios de relación son:

1. Presión para participar: como ya se mencionó en el desarrollo de otros objetivos, la mediatización del uso de plataformas de redes sociales no quieres quedar fuera, es decir, la gente busca aceptación de sus pares, busca la manera de ser reconocido y de pertenecer a algo, hacerse dueño de su espacio; el sentido de pertenencia se ve también reflejado en la personalización de sus espacios, la elección de los colores, y fotos que se quiere entregar al resto, que se quiere compartir y como se quiere mostrar a los demás. Es más bien un proceso individual, en donde se toma la decisión del cómo y qué mostrar; sin embargo es para encontrar la aceptación de sus pares o bien de los que los rodean.

2. Mantenerse actualizado con respecto a la información de los otros: ya que el 42% declara que ser la razón fundamental del uso de las plataformas de redes sociales y un 60% cree que acceder a información personal de otros es lo más importante para participar de una red social. Cabe destacar que existen algunas interacciones que

son mucho más eficientes estando en red, como es el hecho de compartir fotos, es más fácil subirlas o enviarlas vía mail que hacerlas llegar de forma física.

3. *Exhibicionismo*: me refiero con esto a que el usuario de hoy además de no ser solo un “usuario”, quiere personalizar sus espacios hacerlos propios, a su gusto. Estos espacios son reflejos de sus gustos, y de lo que quieren transmitir al resto.

El 75% cree que el grado de personalización, es decir la cantidad de herramientas que permita hacer un lugar a su gusto, es sin lugar a dudas lo más significativo a la hora de permanecer conectado en estos sitios.

Se pueden encontrar personas mostrando sus trabajos, promocionando sus carreras y entregando información sumamente íntima por el solo afán de ser leído. El 20% declaro que usa estos canales de expresión por estar a la moda, lo cual también muestra el sentido ególatra de personalizar un espacio, hacerlo suyo y además exhibir datos, fotografías y gustos personales.

4. *Hacer nuevos amigos o contactarse con gente del pasado*: Este item se sustenta en la herramienta de encontrar gente que tiene por ejemplo facebook.com, un 66% declara que trabaja en red para contactar amigos antiguos o encontrar amigos nuevos. Es decir es un canal que permite sociabilizar con la gente, pero no como se entiende propiamente tal persona a persona si no que mas bien información a información ya que esos son los datos mas atractivos 39% de los encuestados declara ser las datos personales, (gustos, pensamiento) que les parece mas atractiva a la hora de navegar en sitios de esta categoría, con un 36% lo sigue las imágenes (de perfil o fotografías personales) como segunda atracción de una página de redes sociales.

También se puede mencionar que las plataformas de redes sociales, son un canal de difusión visto por mucha cantidad de personas, es decir es la vía de expresión para hacerse conocido.

Esto ha motivado a que toda aquella capacidad creativa se vea aflorada, y se pongan a disposición a la red, logrando gran cantidad de observadores de las creaciones hechas, esto se evidencia ya que un 75% de los encuestado utilizan este medio de expresión para hacerse conocido a través de sus gustos personales, es así como por medio del blog, se pueden encontrar escritores emergentes, a través de composiciones gráficas las cuales pueden subirse por ejemplo a www.flickr.com⁶², o bien creaciones de corte audiovisual los cuales pueden subirse a la red en por

[62] www.Flickr.com es un sitio Web para compartir imágenes, actualmente alberga más de dos mil millones de imágenes, según el blog del mismo sitio.

ejemplo www.youtube.com.⁶³

Este último ejemplo youtube responde más a una comunidad virtual, que sirve como plataforma para las redes sociales, ésta sirve más de 100 millones de vídeos al día, tiene 20 millones de usuarios únicos al mes y cada 24 horas se añaden más de 75.000 nuevos vídeos a su base de datos. Cifras todas ellas espectaculares que reflejan la magnitud de un portal que en poco más de 2 años se ha convertido en una de las 5 páginas más visitadas del mundo.

[63] YouTube es un sitio web que permite a los usuarios compartir vídeos digitales a través de Internet e incluso, permite a los músicos novatos y experimentados dar a conocer sus canciones al mundo.

Tercer objetivo: Reconocer los códigos gráficos que determinan la usabilidad de las plataformas de redes sociales.

Para desarrollar este objetivo, se hará un análisis exploratorio- descriptivo acerca de los códigos gráficos para así determinar efectividad y usabilidad en la red.

Primero que todo, se debe precisar que es la usabilidad. El concepto usabilidad (dentro del campo del desarrollo Web) es la disciplina que estudia la forma de diseñar sitios Web para que los usuarios puedan interactuar con ellos de la forma más fácil, cómoda e intuitiva posible⁶⁴. La Organización Internacional para la Estandarización (ISO) dispone de dos definiciones de usabilidad:

ISO/IEC 9126:

“La usabilidad se refiere a la capacidad de un software de ser comprendido, aprendido, usado y ser atractivo para el usuario, en condiciones específicas de uso”

Esta definición hace énfasis en los atributos internos y externos del producto, los cuales contribuyen a su usabilidad, funcionalidad y eficiencia. La usabilidad depende no sólo del producto sino también del usuario. Por ello un producto no es en ningún caso intrínsecamente usable, sólo tendrá la capacidad de ser usado en un contexto particular y por usuarios particulares. La usabilidad no puede ser valorada estudiando un producto de manera aislada (Bevan⁶⁵, 1994).

ISO/IEC 9241:

“Usabilidad es la efectividad, eficiencia y satisfacción con la que un producto permite alcanzar objetivos específicos a usuarios específicos en un contexto de uso específico”

Es una definición centrada en el concepto de calidad en el uso, es decir, se refiere a cómo el usuario realiza tareas específicas en escenarios específicos con efectividad.

A partir de la conceptualización llevada a cabo por ISO, podemos obtener los principios básicos en los que se basa la usabilidad:

-Facilidad de Aprendizaje: se refiere a la facilidad con la que nuevos usuarios pueden tener una interacción efectiva. Está relacionada con la predicibilidad, sintetización,

[64] Diseño Web Centrado en el Usuario: Usabilidad y Arquitectura de la Información, por Yusef Hassan, Francisco J. Martín y Ghzala Iazza, artículo electrónico, puede verse en : <http://www.hipertext.net/web/pag206.htm>

[65] Nigel Bevan, es conocido por ser uno de los principales impulsores de la estandarización de la usabilidad (acuñó, por ejemplo, el concepto de “calidad en uso”), y ha participado en numerosos proyectos de ámbito internacional en los que la medición de la usabilidad era el aspecto crítico. En la actualidad trabaja para la división de usabilidad de SERCO y es miembro de la Junta Directiva de la UPA (Asociación de Profesionales de la Usabilidad).

familiaridad, la generalización de los conocimientos previos y la consistencia.

- **Flexibilidad:** hace referencia a la variedad de posibilidades con las que el usuario y el sistema pueden intercambiar información. También abarca la posibilidad de diálogo, la multiplicidad de vías para realizar la tarea, similitud con tareas anteriores y la optimización entre el usuario y el sistema.

- **Robustez:** es el nivel de apoyo al usuario que facilita el cumplimiento de sus objetivos. Está relacionada con la capacidad de observación del usuario, de recuperación de información y de ajuste de la tarea al usuario.

Análisis

El desarrollo de este objetivo, será complementado con un análisis exploratorio a tres plataformas de redes sociales, las cuales fueron elegidas por su repercusión mediática y uso en Chile y el mundo, el que se ve demostrado en la cantidad de usuarios participantes. Éstas son:

- www.facebook.com, es un sitio Web de redes sociales. Creado originalmente para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero ha sido abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. En la actualidad posee 132 millones de usuarios en el mundo y en constante crecimiento. En Chile este Facebook crecen 142% en sólo 35 días de 258 mil usuarios registrados en marzo, la cifra se elevó a más de 625 mil en el mes de mayo, según la consultora O'Reilly Radar⁶⁶, es la novena nación a nivel mundial con más usuarios.

- www.hi5.com, es una red social famosa por su interactividad, pues hace de una simple cuenta de usuarios una especie de *tarjeta de presentación virtual*; esta presente en 23 idiomas, el número de usuarios ha crecido rápidamente. En lo que va del año 2007 tiene más de 70 millones de usuarios registrados, la mayoría de ellas en América Latina, además es uno de los 25 sitios Web mas visitados del mundo según el sitio www.alexa.com.

Y por último www.myspace.com, sitio Web de interacción social formado por perfiles personales de usuarios que incluye redes de amigos, grupos, blogs, fotos, vídeos y música, además de una red interna de mensajería que permite comunicarse a unos usuarios con otros y un buscador interno. Un informe de la compañía Experian⁶⁷

[66] Consultora dedicada a prestar atención a lo que es nuevo e interesante en el mundo de la tecnología, organizó la reunión en la que el término "fuente abierta" se adoptó por primera vez, principios de Blogger, que ayudó a lanzar la revolución de los blogs, y más recientemente, dio una conferencia sobre el concepto de Web 2.0.

[67] Empresa mundial especialistas consultorías para mejorar la calidad de servicio en el mercado proporcionando la información, para soluciones eficientes. <http://www.experian.com/>, tiene una versión en español <http://www.experian.es>.

sobre el impacto de las redes sociales, citado en el diario The Guardian⁶⁸, señala que MySpace posee alrededor de 300 millones de cuentas, y subiendo haciendo también uno de los 25 sitios (lugar número 6) más visitados según el portal dedicado al tráfico en Internet, www.alexa.com.

Los parámetros a evaluar están determinados por el grado de usabilidad, que como ya hemos definido anteriormente corresponde a “...la capacidad de un software de ser comprendido, aprendido, usado...”, es decir que tan fácil resulta entender la utilización de una plataforma de redes sociales.

Bajo ésta premisa se ha considerado:

Acceso, es decir el primer acercamiento al sitio, aquí se tomó en cuenta lo más básico al momento de enfrentarse a un sitio, el idioma.

Desde el punto de vista idiomático, ninguna de las plataformas analizadas fueron creadas en español, sin embargo en la actualidad existe la opción de participar con una versión en español, tanto es así que Las redes sociales en los 5 principales países de Latinoamérica (Argentina, Brasil, Chile, Colombia y México) alcanzaron los 46.3 millones de usuarios a enero de 2008, ó 66 millones sumando los hispanos en EEUU y Puerto Rico. Es decir un crecimiento de 103% respecto de igual periodo el año pasado⁶⁹.

En el caso de las plataformas analizadas se puede mencionar que las tres permiten el acceso al español, ya sea por tener la opción de elegir el idioma o porque como el caso de myspace tiene una versión, exclusivamente para Latinoamérica; sin embargo en el caso de hi5, luego del registro se cambia el idioma antes la información esta en inglés, reforzando la más importante con hipervínculos.

Dentro del acceso se considero el registro, los requisitos para participar, que tan intuitiva es y que datos son relevantes. Para ello este ítem se contabilizó en “pasos” desde la llegada al sitio hasta estar en el perfil personal.

[68] Puede verse en : <http://www.guardian.co.uk/media/2008/jan/15/facebook.myspace>.

[69] Noticia extraída del portal de tecnología www.elfrancotirador.cl, del día 16.05.2008, puede ver en <http://www.elfrancotirador.cl/2008/05/16/las-redes-sociales-en-latinoamerica-crecieron-un-103-durante-2007/>.

Registro

hi5.com

hi5 Inicio Mi perfil Amigos Mensajes Grupos Buscar [Unirse]

Suscríbete a hi5

Tu nombre: Nombre: Apellido:

Correo electrónico:

Crea una contraseña:

Haciendo clic en este botón, acepto los [Términos de Servicio de hi5](#).

Regístrate

Conéctate con hi5

GLADIATUS HERO OF ROME

¡EXPERIMENTE LA AVENTURA DE SU VIDA!

REGISTRARTE

Correo electrónico:

Hi5 el registro es intuitivo, es decir con información escrita guiada, solo con la información solicitada, en solo tres pasos se logra ser parte de una comunidad, incorporando mail de contacto, una contraseña y nombre.

myspace.com

¡Únase a MySpace aquí! ¿Eres ya usuario registrado? [iniciar sesión](#)

Dirección de correo electrónico:

Contraseña:

Confirmar contraseña:

Nombre para mostrar:

Nombre:

Apellidos:

País:

Región:

GRUPO / MÚSICO

Si eres músico o miembro de un grupo, [Regístrate aquí](#)

¿Por qué unirse a MySpace?

- Crear un perfil personalizado
- Cargar fotos
- Comparte un álbum de fotos
- Enviar correos electrónicos y mensajes instantáneos
- Escribir blogs y comentarios

✓ ¡Es GRATIS!

MySpace entiende que la

Myspace, en este caso el registro se ve dificultado debido a la información solicitada en el cuestionario de registro, el cual pide código postal, ciudad natal e información personal que hacen lento el proceso de registro. Aquí se accede a la comunidad en cinco pasos. Cuestionario de registro, personalización de perfil, búsqueda de amigos/contacto.

Registro

facebook.com

facebook para...

Mantente en contacto con tus amigos y tu familia

Compartir fotos y videos

Controlar tu privacidad en linea

Recobra el contacto con antiguos compañeros de clase.

Busca a tus amigos en Facebook

Buscar por nombre

[el Buscador de Amigos](#) ▶

Regístrate en Facebook

Es gratis y cualquiera puede unirse.

Nombre Completo:

Tu email:

Nueva Contraseña:

Soy:

Cumpleaños:

[¿Por qué debo dar esta información?](#)

Al pulsar Regístrate, estás indicando que has leído y estás de acuerdo con las [Condiciones de Uso](#) y la [Política de Privacidad](#).

Facebook, el registro es fluido con 3 pasos para acceder a la comunidad. Datos básicos (nombre-fecha de nacimiento) contraseña/ código de seguridad/ activación de la cuenta vía mail.

Otro parámetro de análisis tiene relación con la **jerarquía de la información**.

Los usuarios *en la Web* no leen, o por lo menos no lo hacen de la misma forma secuencial como en un libro, un artículo o un cómic. Debido ya sea a la exposición directa al brillo del monitor que incomoda al momento de leer en la Web o solo por el tiempo empleado para navegar, el usuario, en una página, hará clic sobre el primer enlace que crea puede llevarle a lo que busca, necesita o pudiera interesar. Eso quiere decir que muchos de los contenidos y enlaces de ese ni siquiera serán vistos por el usuario. Por este motivo Yusef Hassan Montero⁷⁰ menciona en un artículo sobre usabilidad, que no se puede predecir con exactitud cuál será el camino que el usuario seguirá durante su exploración visual de la página, pero sí a qué zonas le presta mayor atención en su búsqueda: para esto se delimitan zonas como la Jerarquía Visual, que proporciona relaciones jerárquicas del tipo 'esto es parte de esto' y 'esto va a continuación de esto' entre los objetos informativos de la página, mientras que la *Jerarquía de Información o Contenidos* establece relaciones del tipo 'esto es más importante que esto'.

Para enfatizar la importancia de unos objetos informativos de la página sobre otros, es decir, para definir la Jerarquía de la información, se pueden utilizar según Hassan Montero, diversas técnicas:

- Colocar la información más importante en zonas del interfaz más relevantes
- Enfatizar mediante efectos tipográficos
- Aumentar el tamaño de los textos de mayor importancia
- Utilizar el contraste del color para distribuir y discriminar objetos informativos
- Agrupar objetos informativos relacionados entre sí.

Al contrario de lo que pueda parecer, los objetos informativos parpadeantes, cambiantes o deslizantes no serán percibidos por el usuario como importantes. Pueden ser percibidos como publicidad, ya que es un mecanismo demasiado explícito para atraer la atención del usuario.

Según esto se puede observar que:

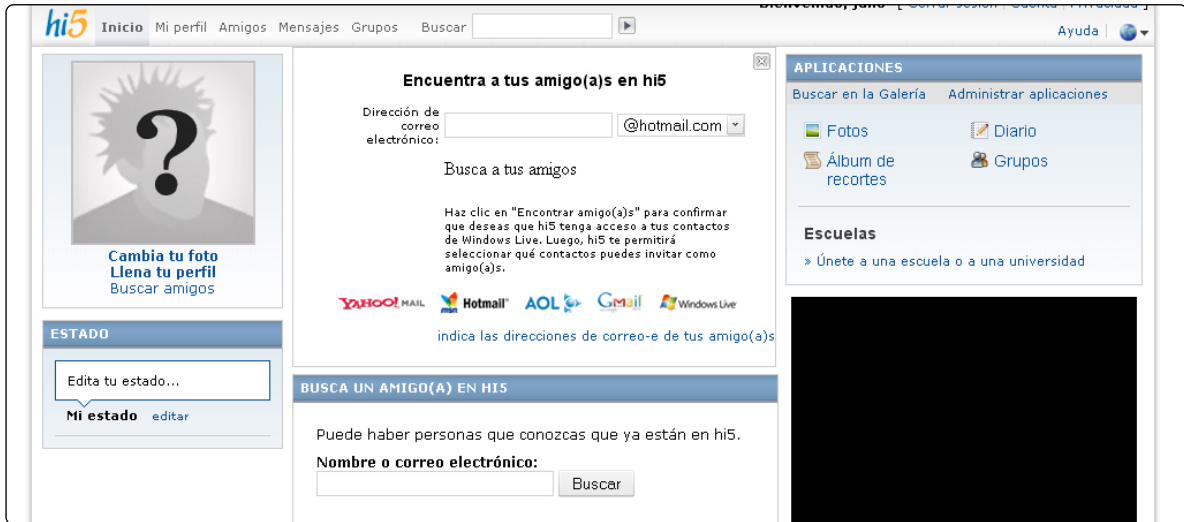
Hoja ilustrator

[70] Yusef Hassan Montero es Licenciado en Documentación e investigador sobre Visualización de Información e Interacción Persona-Ordenador de la Universidad de Granada (Grupo SCImago), además de editor de NoSoloUsabilidad.

Web Personal: <http://www.nosolousabilidad.com/hassan>.

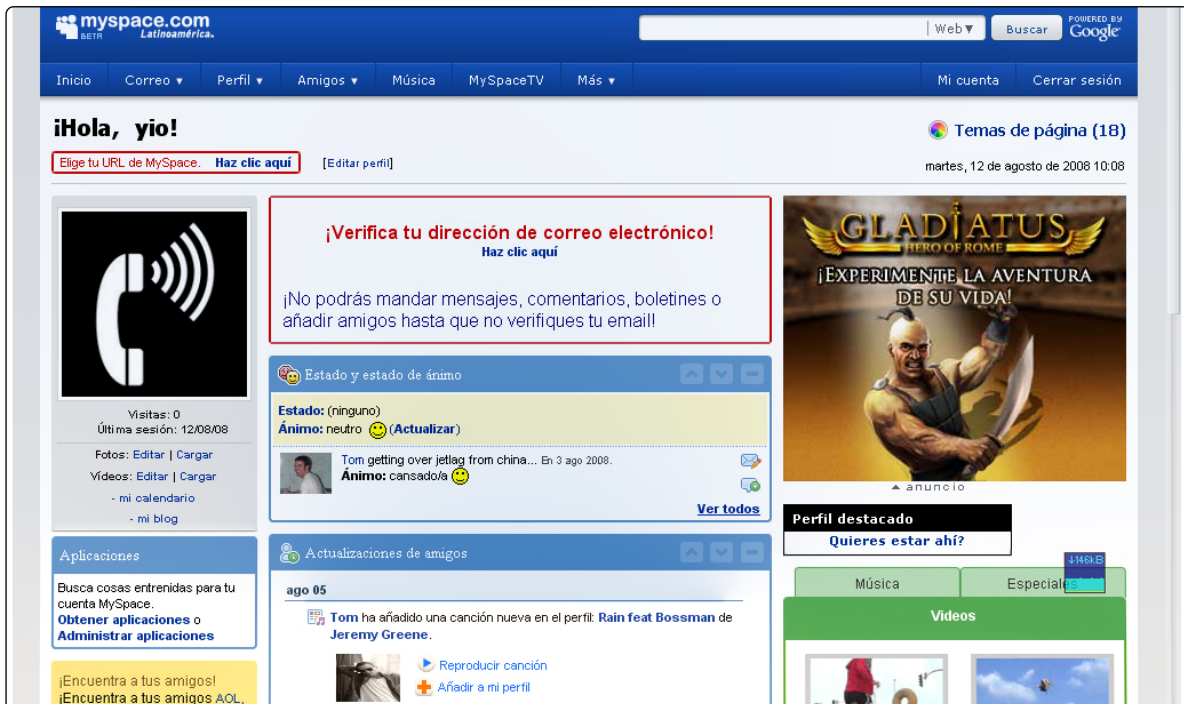
Jerarquía de la información.

hi5.com



En Hi5 la información está jerarquizada por la aplicación de color, no existen títulos destacados, sino que ventanas destacadas las cuales dan a conocer las herramientas del sitio. Posee mucha información escrita y como mencione anteriormente carece de recursos visuales, como iconos o cuerpo de tipografía que faciliten la lectura de la información.

myspace.com



En el caso de myspace, la información es mayoritariamente escrita y no posee niveles de lectura, se encuentra organizada por cuadros de color que enfatizan algunas informaciones, sin embargo al tener tanta información e imágenes, se pierde la fluidez de la navegación por el sitio.

Jerarquía de la información.

facebook.com

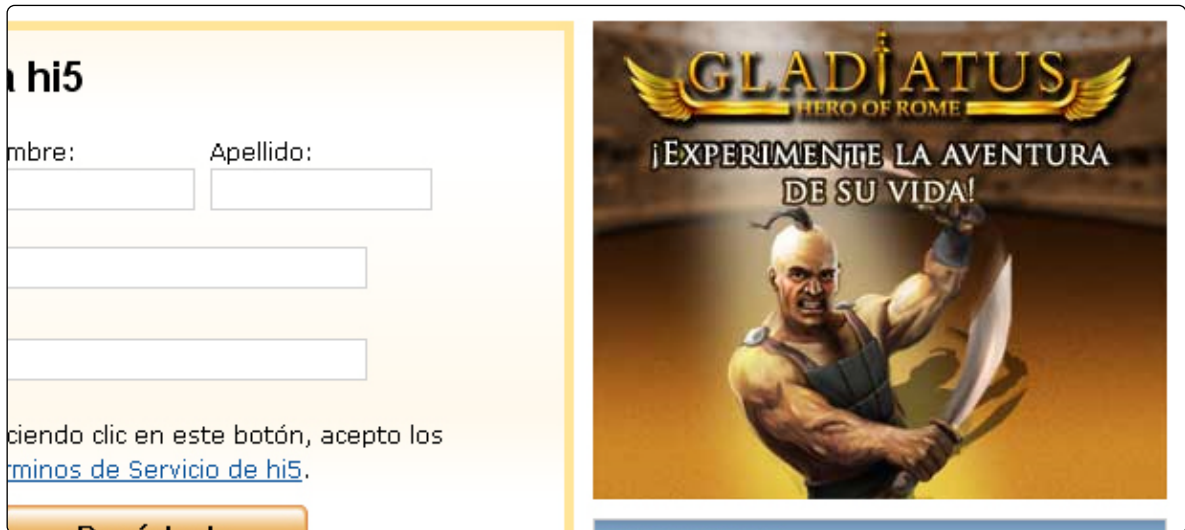
The screenshot displays the Facebook homepage for user Rocio Zuñiga. At the top, there is a navigation bar with the Facebook logo, user name, and links for 'Amigos', 'Aplicaciones', and 'Mensajes'. A search bar is located on the right. Below the navigation bar, the user's profile is shown with a 'Bienvenido/a, Rocio' message and options to 'Actualizar estado', 'Compartir enlace', 'Agregar fotos', 'Agregar video', and 'Escribir nota'. The main content area is titled 'Noticias' and features a horizontal menu with 'Historias destacadas', 'Actualizaciones de estado', 'Fotos', and 'Artículos publicados'. The news feed includes a post by Oskar Alejandro with photos, a comment by Andres Barrios on a photo by Luis Ehlen, a video post by Constanza Sánchez titled 'The Simpsons - Homer Evolution', and a post by Claudia Roa Bustos with a photo. A right-hand sidebar contains sections for 'Estado', 'Marcadores', 'Patrocinador', 'Cumpleaños y Eventos', 'Invita a tus amigos', and 'Encuentra a tus amigos'. The interface uses a clean, structured layout with clear visual hierarchy and consistent typography.

En el caso de facebook la información esta destacada con color tanto de las tablas como de la tipografía empleada, refuerza títulos con la sobreposición de color, y utiliza iconografía para reforzar el mensaje de las herramientas. Posee una secuencia lineal hacia abajo, y presenta utilización de texto e imagen.

La **publicidad** en Internet, debido a la cantidad de personas que reúne, resulta ser el lugar para promocionar una marca, producto o servicio estos se pueden expresar en texto, link o enlace, banner (Los banners pueden ser estáticos o animados, son de formatos rectangular, cuadrado e irregular (con fondo blanco o transparente), se realizan en flash, pueden ser de sólo texto, o con imagen, y al hacer clic sobre ellos se llegará a la Web del producto en promoción.), Web, weblog, blog, logo, anuncio, audio, vídeo y animación; teniendo como finalidad dar a conocer el producto al usuario que está en línea, por medio de estos formatos.

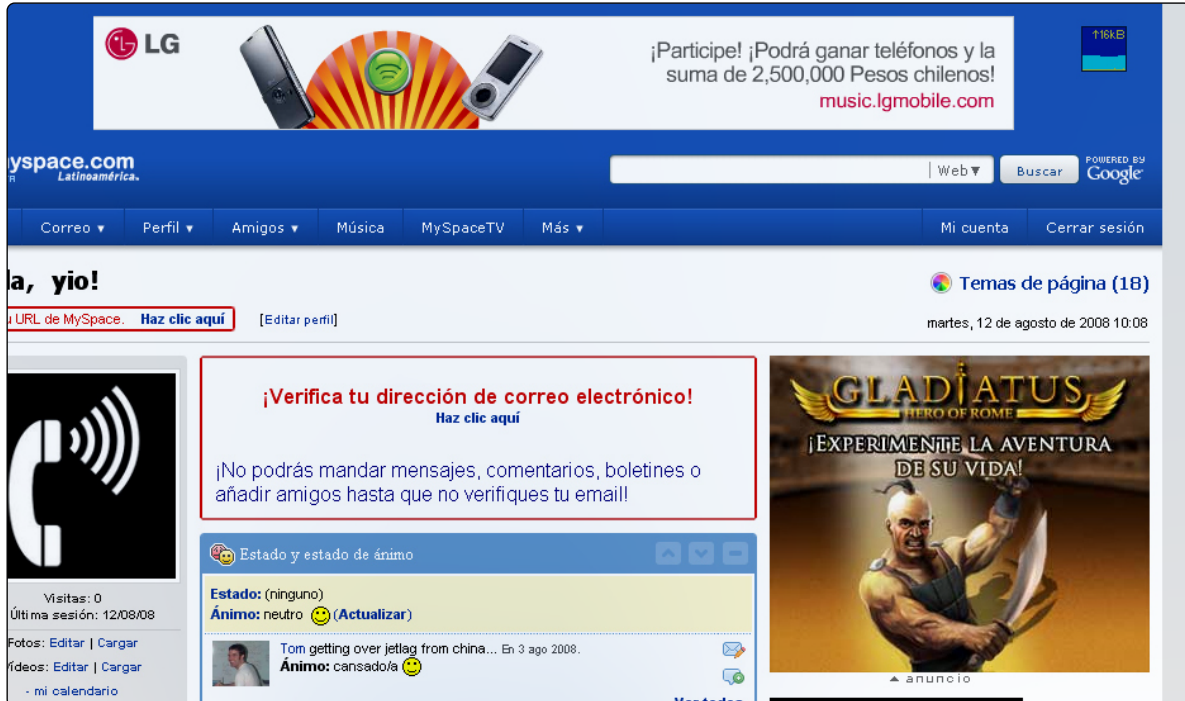
Publicidad

hi5.com



La publicidad en hi5 ocupa un lugar principal en el inicio, de hecho es mas grande que la foto personal del usuario, se presenta en banner animados que distraen al momento de navegar.

myspace.com



My space la publicidad ocupa al igual que hi5 gran importancia en el inicio del sitio. Tanto en la parte superior como también en los costados, ocupando mas que la información personal del usuario, todos banner animados que dificultan la atención al navegar.

Publicidad

facebook.com



The screenshot shows a Facebook interface. At the top left, there are navigation links for 'fotos', 'YouTube', and 'YouTube'. Below this is a post creation area with a text input field and a blue 'Publicar' button. Underneath the post creation area, there are links for 'Publicaciones de otros usuarios' and 'Configuración'. The main content area shows a post from 'ur.' at 20:32 with a 'Comentar' button at 19:49. Below this, there is a post from 'rthur.' at 1:57 with a quote icon. At the bottom left, there is a 'mentar' button. On the right side, there is an advertisement titled 'Anuncio' with the headline 'Buscas Departamento?'. The ad features the 'CompartoDepto' logo and an image of two people with cardboard boxes on their heads. The text of the ad says 'Encuétralo en CompartoDepto.cl. Tenemos miles de Departamentos Compartidos'. Below the ad text are icons for 'like' and 'comment'. At the bottom of the ad, there is a link for 'Más anuncios'.

La publicidad en facebook es pequeña, hechas hipervínculos de texto e imágenes pequeñas en los costados de las páginas. Solo al momento de navegar en sitios principales como inicio o pagina de perfil no se expresan.

El modo visual constituye todo un cuerpo de datos que, como el lenguaje, puede utilizarse para componer y comprender mensajes situados a niveles muy distintos de utilidad, desde la puramente funcional a las elevadas regiones de la expresión artística. Es un cuerpo de datos compuesto de partes constituyentes, de un grupo de unidades determinadas por otras unidades, cuya significancia en conjunto es una función de la significancia de las partes [La sintaxis de la imagen/ Introducción al alfabeto visual/ Donis A. Dondis/1973 Editorial Gustavo Gili.]. En la Web la utilización de imágenes se utilizan para reforzar y facilitar la comprensión de una herramienta, a esto se le denomina **“iconocidad”**, que significa la semejanza entre una imagen y su referente que vendría siendo en este caso el texto.

Utilización de iconos

hi5.com



En el caso de hi5 la iconocidad refuerza las herramientas, lo cual facilita el encontrar rápidamente una aplicación. Esta es pequeña y muy parecida a las usadas en las otras plataformas que se están analizando.

myspace.com



Myspace aquí no aparecen elementos icónicos para reforzar la información es mas bien literal, con un esbozo visual.

Utilización de iconos

facebook.com



The image shows a screenshot of a Facebook profile page. On the left, there is a sidebar with a text input field labeled "Escribir nota". The main content area is divided into several sections:

- Estado**: A status update by "Rocio" that says "termine casi casi. el jueves pasado" with an "editar" link.
- Marcadores**: A grid of navigation icons including "Video", "Fotos", "Grupos", "Hug", "Best Friend Contest", "Eventos", "My School Friends", and "My Popular Friends".
- Patrocinador**: A sponsored post featuring a red lipstick icon and the text "Hazle un regalo a un amigo. Visita la tienda de regalos para escoger un regalo virtual. Es una forma rápida y sencilla de demostrar tu aprecio."
- Cumpleaños y Eventos**: A section for birthdays and events, with a partial view of a post by "Karina San Martín".

Facebook utiliza recursos icónicos en sus aplicaciones y herramientas, estas son simples y pequeñas.

Las plataformas de redes sociales en Internet, según lo ya mencionado, y a grandes rasgos, son las plataformas Web que proporcionan el servicio de almacenar e intercambiar información en la red.

Por lo mismo las tres plataformas analizadas posee la capacidad de almacenar información, fotografías, videos y música, entre los contactos registrados en el sitio. El acceso en ellas es fácil, intuitivo y remarcado por iconografía que hacen de fácil acceso.


Como ya se había mencionado anteriormente en esta investigación, con la incorporación de la Web semántica 2.0, en la actualidad prima a los ciudadanos como emisores y no sólo como receptores que “usan” los medios.

En la actualidad el usuario ya no quiere tener el rol meramente de “usar” las nuevas tecnologías, y las redes sociales sino que también quieren ser protagonistas de su propia Web. Por ello no sólo se preocupan de descargar contenidos, sino también de producirlos, subiendo a diario fotos, videos y archivos.

En este afán de tener espacios propios de difusión es que se habla del grado de **personalización** que tiene un usuario de su sitio de participación.

Personalización

hi5.com



Oye, esto no te corresponde...
[¡Sube tu foto! »](#)

- [Editar información básica](#)
- [Ver como otros me ven](#)
- [Tapizar Perfil](#)
- [Personalizar Perfil](#)
- [Invitar amigo\(a\)s](#)
- [Agregar aplicaciones](#)

Estado: [Edita tu estado...](#)

¡Elige un URL personal de hi5!
http://[] .hi5.com [Guardar](#)

Sexo / Edad
Masculino / 13

Fecha de nacimiento
01-ene

Ubicación
Chile

Estadísticas
0 Amigos
0 Comentarios
0 Comentarios de fotos
0 Fives
0 Recortes

Información de contacto
[Introduce tu información de contacto](#)

Diario
Dile a tus amigo(a)s lo que has estado haciendo.
[Escribe una entrada en tu diario »](#)

Hi5 tiene una variada cantidad de opciones que permite la personalización no solo de incorporación de información y fotografía, si no que también se puede personalizar el fondo y la organización de la información, entregándole una libertad vigilada al usuario, ya que solo se elije un fondo ya predeterminado.

myspace.com

[Editar perfil](#) | [Información personal](#) | [Grupos](#) | [Comentarios](#) | [ver mi perfil](#) | [Configuración de cuenta](#) | [Editor De Perfil](#)

Intereses

[Intereses](#) | [Nombre](#) | [Información básica](#) | [Detalles](#) | [Colegios](#) | [Empresas](#) | [Trabajar en red](#) | [Canción y video](#)

- o Puedes introducir HTML/DHTML o CSS en cualquier campo de texto. No se permite lenguaje Java. No se puede usar HTML/CSS para cubrir anuncios en MySpace.
- o Para deshabilitar los vínculos de Intereses / Música / Películas / Televisión / Libros / Protagonistas, introduce una <Z> en cualquier lugar de la casilla.

[Guardar cambios](#) [Vista previa del perfil](#)

Título:

[Vista previa de la sección](#) [Vista previa del perfil](#)

En cuanto a mí:

[Vista previa de la sección](#) [Vista previa del perfil](#)

Myspace en sus inicios permitió modificaciones de color y fondo, ahora solo se remite a personalización de avatar (imagen de perfil), URL (dirección de acceso www.myspace.com/roci0) y datos personales.

Personalización

facebook.com

The image shows a screenshot of a Facebook profile page for Alejandro Silva. The profile picture is a cartoon illustration of a man with glasses and a goatee. The page layout includes a navigation bar with tabs for 'Muro', 'Información', 'Fotos', 'Video', and '+'. Below the navigation bar are options to 'Actualizar estado', 'Compartir e...', 'Agregar fotos', and 'YouTube'. A text input field asks '¿Qué estás haciendo ahora?' with a 'Publicar' button. The main content area shows a timeline of activity from August 10th to August 2nd. On August 10th, it shows that Alejandro wrote on Natalio Sedini Bascur's wall and became a friend. On August 9th, he commented on Nasq Arthur's photo. On August 8th, he became a friend of Nasq Arthur and uploaded a video titled 'El Pelicano'. On August 5th, he was tagged in a photo. On August 2nd, there is a post from '02 de agosto'. The left sidebar contains links to 'Ver Fotos de Mí (6)', 'Ver Videos de Mí (2)', and 'Escribe algo sobre ti.' Below this is a section for 'Redes' (Chile) and 'Estado civil' (En una relación con Rocio Zufiga). The 'Amigos' section lists 44 friends, including Gonzalo Francisco Sánchez Lindsay, Jaime Antonio Flores Correa, Camila Alejandra Silva Lopez, Gonzalo Valenzuela Lagos, German Alejandro Araya Recabal, and Carol Jocelyn Tamayo. The bottom of the sidebar has a 'Video' section. On the right side, there is an advertisement for 'Buscas Departam' and a section for 'Encuéntralo Comparte'.

Facebook permite personalizar solo el perfil del usuario, no permite cambios de tipografía ni color de fondo. Solo incorpora foto de perfil, y ordenamiento de algunas aplicaciones móviles.

Como ya se ha mencionado, existen elementos que determinan usabilidad de un sitio, no todos ellos tienen que ver con el diseño que entendemos básicamente como composición visual del sitio, ahora se incorporan aplicaciones y herramientas que deben ser entregadas al usuario. Lo que genera una nueva competencia al momento de diseñar. La generación de familiaridad, y concretamente de hábitos, es de hecho, una buena herramienta que debería ser considerada ya que, medida que una aplicación o sitio Web, etc. se usa de forma habitual, la usabilidad percibida por sus usuarios tiende a aumentar haciendo que tareas sumamente complejas les puedan parecer fáciles y triviales, es decir que el diseño debe hacerse más simple e intuitivo.

Ejemplo de esto fue el rediseño del portal Facebook el cual cambió elementos estéticos y decorativos (fig.1) por un ordenamiento más funcional (fig.2), esto fundamentado principalmente por la explosión de elementos extra y aplicaciones que se han creado y han llevado al colapso del espacio visual de los elementos en pantalla haciendo dificultosa el tiempo de carga del sitio.



Fig.1

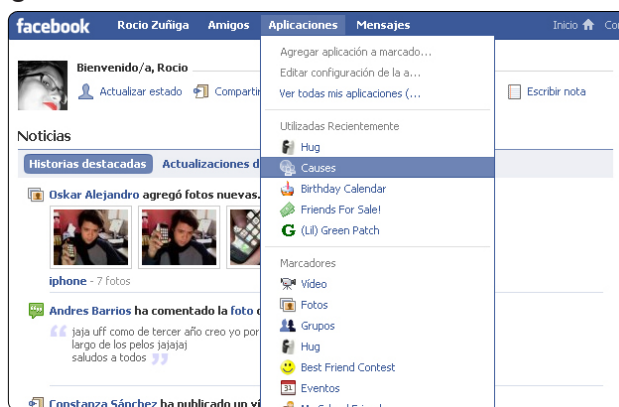


Fig. 2

El diseño gráfico se inserta en el mundo Web por medio de las denominadas interfaz gráfica de usuario, definidas anteriormente en el marco teórico de esta investigación, según lo ya observado y analizado de las plataformas de redes sociales, que son la manera de expresarse en la actualidad, podemos concluir que esta función ya no solo se basa en la composición visual de un sitio, ahora involucra elementos o herramientas que permitan al “usuario”, no tan solo usar una página sino que además participar del entorno visual. Es decir que los patrones que determinen usabilidad no se ciñen a solo patrones gráficos, sino que involucra herramientas y aplicaciones de participación.




Gerry Macgroven, experto mundial en generación y gestión de contenidos online, señala, que *“El diseño grafico juega un rol menor en la Web”*, el menciona que éxito de una página Web se debe a que éste debe ser usable rápido y conveniente, con una navegación familiar y simple *“...la Web no es un reporte anual, ni un comercial de televisión. La Web es la Web”*.

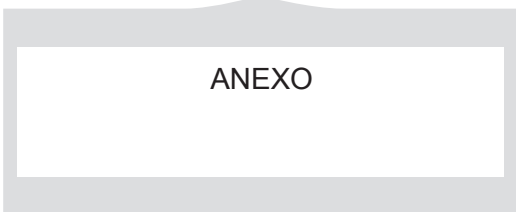
Lo que dice Macgroven, tiene bastante sentido si no hacemos primero una salvedad, qué se entiende por diseño gráfico, si lo pensamos sólo como un oficio capaz de crear de entornos visuales, netamente atractivos, no habría mucha cabida en esta red llamada Internet, ya que como se ha evidenciado en el desarrollo de los objetivos, el usuario de hoy exige participación y no solo entornos atractivos, ya que el es generador de sus propios entornos. Pero ahora bien si pensamos al diseñador gráfico, como un como gestor y comunicador atento, a los cambios que la sociedad y el entorno presentan, y que además es capaz de crear espacios de expresión estaría bastante errada la mención de Macgroven.

Jorge Frascara, diseñador, escritor de los libros: “Diseño gráfico y comunicación”, “Diseño gráfico para la gente” y “People-centered Design: Complexities and Uncertainties”, que lo ha convertido en una autoridad dentro de la teoría del diseño señala una versión conciliadora sobre la labor estética del diseñador y la funcionalidad, señala *“La estética, por supuesto, es importante, pero como elemento funcional que atrae o rechaza al público.”*

Y más aun señala la que personalmente es la clave al momento de diseñar en la Web *“...En diseño de información, la estética del público es importante, no la del diseñador”*. Es decir que si lo contextualizamos en el ámbitos de las Web de redes sociales, el diseño debe siempre ser el resultado de conocimiento de tendencias conductas y sistemas de relaciones de los usuarios y no tan solo un entorno atractivo y correcto gráficamente. Como dice Frascara *“...es importante problematizar el*

aspecto visual de las comunicaciones, pero contextualizado dentro del aspecto operativo: en otras palabras, subordinar lo que el diseño debe ser a lo que debe hacer”.

Cuadro resumen.		<input checked="" type="radio"/> Si posee <input type="radio"/> No posee				
Acceso		Español, pero con caracteres no resueltos en Inglés..	Español, ya que tiene una versión para Latinoamérica.	Posee la opción en español, lo que favorece el acceso y utilización del sitio.		
Idioma		Español, pero con caracteres no resueltos en Inglés..	Español, ya que tiene una versión para Latinoamérica.	Posee la opción en español, lo que favorece el acceso y utilización del sitio.		
Registro		Un paso de acceso/ Mail de contacto y contraseña.	Cinco pasos para acceder/ Dificultad, al pedir información como código postal y ciudad de origen al momento de registrarse.	Posee tres pasos para acceder, información de contacto, código de seguridad y la activación de la cuenta vía mail.		
Jerarquía de la Información						
Títulos destacados		X	X	●		
Publicidad		●	●	●		
Aplicaciones móviles		X	X	●		
Aplicaciones estáticas		●	●	●		
Iconos/botones		●	●	●		
Herramientas						
Fotos		●	●	●		
Videos		X	●	●		
Música		X	●	X		
Información		●	●	●		
Personalización						
Perfil		●	●	●		
Colores/Tipografía- fondo/		●	●	X		
Fondo		●	X	X		



Llegado a este punto de la investigación se comenzará a una etapa donde, a partir de la experiencia ganada con el desarrollo del marco teórico y la aplicación de instrumentos de comprobación, se puede relacionar, exponer y concluir, a partir de los objetivos generales e hipótesis planteadas originalmente.

Relación de las partes.

Al momento de plantear el desafío, de determinar las nuevas competencias del diseñador, basado en el contexto de las redes sociales, pareció ser una premisa bastante presumida y de compleja relación. Ahora bien debemos entender y basado en el desarrollo de esta investigación se puede señalar que están muy bien relacionados.

Primero que todo, el fenómeno de las redes sociales en Internet, significa una serie de modificaciones conductuales y de relaciones entre las personas, existen nuevas expectativas al momento de navegar en Internet de parte de los usuarios, nuevos requerimientos técnicos que optimicen la navegación en la red y un mundo globalizado que determina tiempos y maneras de comportarnos que son la esencia del diseño, entendiendo a esta, como disciplina netamente comunicacional, basada en el usuario. Es lo que nos diferencia de otras disciplinas que buscan mayoritariamente satisfacer necesidades propias y no necesariamente a un público objetivo, como podría ser el arte. Jorge Frascara⁷¹ lo explica de la mejor manera, *“El diseñador, a diferencia del artista, no es normalmente la fuente de los mensajes que comunica, sino su interprete”*. Por tanto se hace necesario estar atento y conocer del contexto en el que estamos inmersos, visualizar características y patrones de efectividad tanto comunicacionales como gráficamente.

Esto no es más que el desarrollo y visualización de la nueva comunicación, basadas en este nuevo contexto de relaciones, y es ahí donde se logra unir el tema del diseño, que es puramente comunicación y observación del entorno, y las redes sociales que establecen un nuevo escenario donde insertarnos, como diseñadores, ahora la gente tiene otros intereses, como se vio manifestado en el desarrollo de esta tesina, ya no solo es “usuario”, ahora también participa, por tanto el diseñador tiene la responsabilidad, como ente comunicador, de ser un nexo, entre la realidad globalizada y los usuarios.

[71] Jorge Frascara, diseñador, escritor de los libros: “Diseño gráfico y comunicación”, Presidente de Icograda (1985-1987). Miembro de la Comisión Directiva de la Asociación de Educadores de Diseñadores Gráficos de Norteamérica.

Como señala el diseñador Jorge Frascara, “... *el aspecto más esencial de la profesión no es el de crear formas, sino el de crear comunicaciones.*” Haciendo énfasis en la motivación de esta investigación, el de razonar, de decidir, como enfrentar las nuevas tecnologías y el nuevo contexto comunicacional, conociendo bien primero el escenario donde se quiere trabajar, para así dar un buen resultado pensando siempre en el público al quien se quiere llegar.

Discusión

El desarrollo y análisis esta investigación permitió dilucidar, hacer un levantamiento de la información necesaria para determinar las principales manifestaciones comunicacionales, y de uso que permitan definir el nuevo rol del diseño⁷² en el contexto de las redes sociales en Internet.

En lo que respecta a la bibliografía, pareciera haber un consenso en relación a los avances técnicos y su incidencia en las personas, es decir, existe una conciencia de las oportunidades que otorga la tecnología y como eso influye en las personas, por eso nos encontramos con libros, como “*Ciberculturas: La Cultura De La Sociedad Digital*” de Pierre Lévy, plantea un nuevo escenario con el que tenemos que lidiar como sociedad. El señala la importancia declarando que “*La cultura se desarrolla conjuntamente con el crecimiento del ciberespacio*”.

Por otra parte la expectación que presenta el tema de las redes sociales en Internet y todo lo que significa ello, soporte de software, conductas, tendencia, en la opinión publica, se manifiesta en la cantidad de blog relacionado al tema de tecnología y nuevos medios, una cantidad también importante de canales de expresión y participación, y la mediatización reforzadas con la difusión de noticias relacionadas con el tema, que de algún modo validan que esta pasando algo y que es preciso, levantar esa información, para contextualizar la situación actual en el que deben desenvolverse las personas y mas aún la comunicación, es decir el diseño.

En lo que respecta a la disciplina de diseño, se le exige estar a la vanguardia desde el punto de vista técnico, y aunque expertos como Gerry MCGovern, creen que este “no tiene cabida en el diseño de paginas”, si se hace necesario establecer nuevas competencias a nuestro desarrollo y más aún validarnos como comunicadores.

[72]Declaración del objetivo general.

Conclusiones generales

El desarrollo y análisis de esta investigación entrega una serie de certidumbres entorno a las temáticas abordadas para este trabajo.

Se observan tres enfoques fundamentales para explicar el fenómeno investigado, uno desde el punto de vista comunicacional otro de corte motivacional, ambos son determinantes al tercer enfoque, el cual comprende al rol del diseño.

Desde el punto de vista de la comunicación, se manifiesta una condición, al momento de relacionarnos entre nuestros pares, esta es la información, estamos condicionados por datos, fotografías de los otros, inmiscuirnos y saber todo del resto, a veces ni siquiera hablar, o comunicarnos pero si estar actualizado de los últimos movimientos hechos por el otro, de ahí se desprende la inexistencia de la intimidad, nuestra vida se torna publica y al acceso de todos en cualquier momento, ya sea por una opción personal, es decir entregando los datos en la Web, personalizando espacios personales. O bien porque en este mundo globalizado todos somos parte de un todo, somos colectivos y protagonistas, alimentadores de una red, que permite técnicamente comunicarnos y relacionarnos por la vía de la información.

Desde el punto de vista motivacional, se vislumbra una conducta exhibicionista y de buscar reconocimiento en la red, esa pareciera ser la premisa que se busca saciar al momento de participar en Web de redes sociales, las personas buscan ser conocidas y por eso participan entregando datos personales a un lugar que pareciera no haber nadie, pero que en el fondo posee concentrada la mayor cantidad de personas pensadas en el mundo. Este reconocimiento y exhibicionismo tiene un trasfondo mas complejo aun, que se vio evidenciado al conversar con los expertos, que es el sentido de pertenencia, es decir que este reconocimiento podría estar conectado con el ser aceptado y validado en la sociedad, ser parte de lo que se esta usando, tener tema de conversación con los amigos o simplemente, tener la sensación que ante mundo tan desechable un espacio es de nuestra propiedad, en el escribo lo que siento, lo que me parece importante y comparto mi intimidad con el resto, logro reconocimiento, puedo lograr ser líder sin moverme de mi casa, ideal en este mundo tan rápido, con un solo comentario tengo la oportunidad de hacerme conocido, es decir salgo del anonimato de mis cuatro paredes y paso a ser parte de un todo con un solo Clik. En definitiva las redes sociales, bajo mi parecer se han desplegado y motivado conductas de participación por el hecho de alimentar el sentido gregario, aspiracional y de pertenencia que todo ser humano tiene, y que en la actualidad globalizada exige tener.

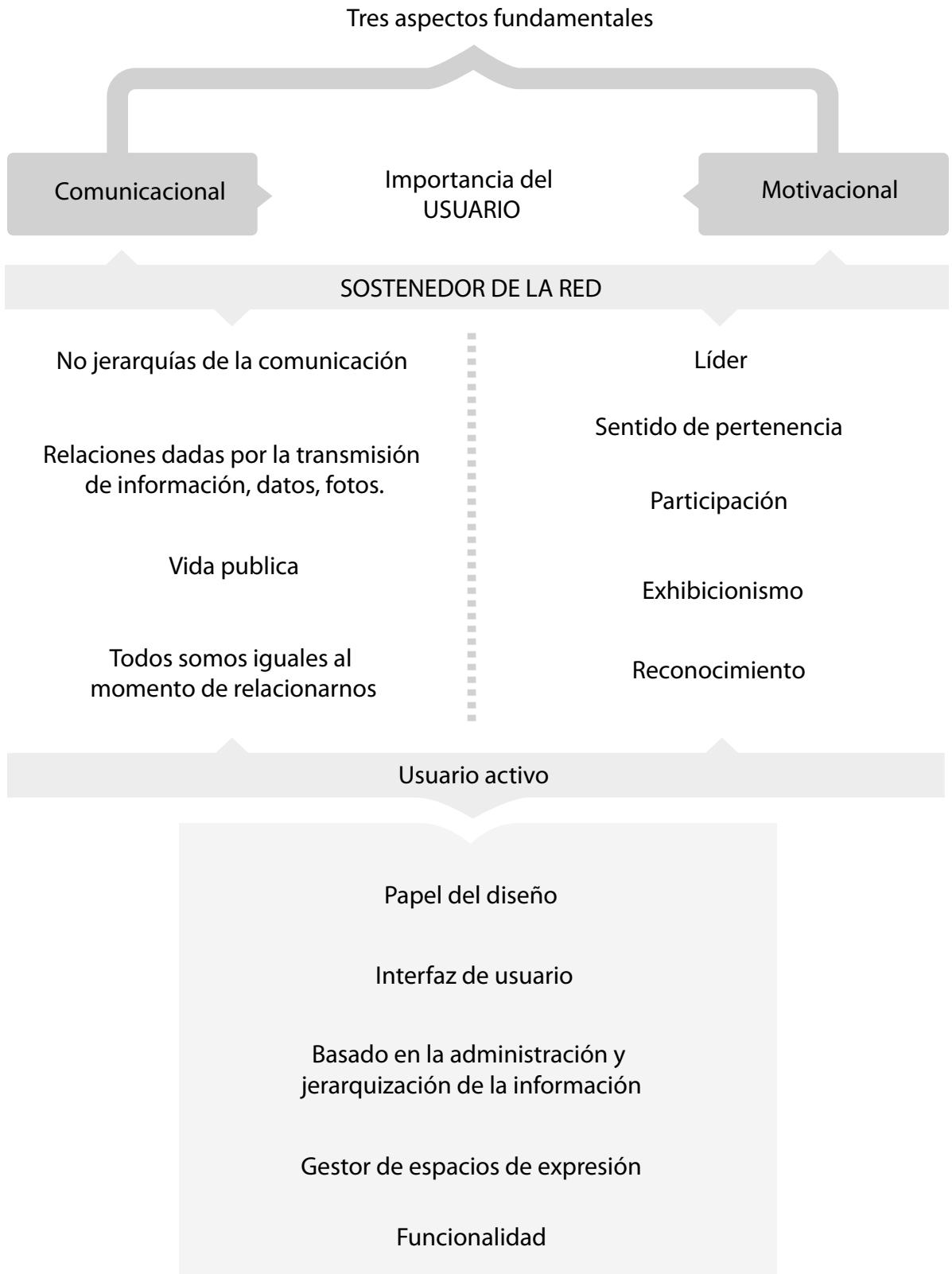
En lo que le compete netamente a la labor disciplinaria del diseño, se puede comprobar del análisis, la premisa hecha en la hipótesis de trabajo la cual planteaba que, *“En el contexto de las redes sociales, el diseñador debe participar como un comunicador capaz de crear interfases WEB que permitan al usuario mayor grado de personalización e intervención, para así lograr una aceptación en la red”*.

Esto debido principalmente por las nuevas expectativas que tienen las personas al momento de utilizar los nuevos medios, y en especial, al momento de utilizar en Internet. Por tanto el diseñador debe ser capaz no solo de generar entornos atractivos sino, que también debe optimizar la manera de entregar información en Internet, y lo mas importante entregarles a los usuarios herramientas que les permita participar de la red. Por ello es que se le exige estar a la vanguardia de nuevos lenguajes técnicos usados en Internet, y de nuevos contenidos para apuntar así a posibles públicos.

En lo que le respecta a la disciplina de diseño, se presenta un escenario, lleno de oportunidades y nichos en relación a temáticas y de públicos, por explotar, pero no muy tomado en cuenta como un gestor integral de canales de expresión, por una misma visión, empleada desde nosotros mismos y que no hemos sido capaces de revertir.

En definitiva, y para responder al objetivo general de esta investigación, el área de desarrollo en que debe desenvolverse el diseñador, en el contexto de las redes sociales en Internet, es sin lugar a dudas y según lo expresado en todo el análisis de esta investigación, el de ser un gestor de contenidos y espacios que satisfagan las necesidades de un publico ansioso por exponerse, sediento por participar para manifestarse y mostrarse al mundo, y mas importantemente aún, que ya a adquirido practicas de administración que son susceptibles de atraer frente a proyectos de participación, que los den a conocer.

Conclusión



Bibliografía

“El impacto socio político de Internet”, Grupo Informática y Sociedad, Ediciones del CCC Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini , Noviembre de 2006.

“Ciberculturas 2.0: En La Era De Las Maquinas Inteligentes”, Javier Royo, Paídos, Edición 2002.

“¿Una sociedad de comunicación?, Una sociedad de autores autónomos e interactivos”, Eric Neveu, Hernán Soto, LOM ediciones 2006.

“Alfabetización digital. Algo más que ratones y teclas”, Barcelona: Gedisa. 2003.

“Las nuevas tecnologías de la comunicación”, Paídos, Barcelona, 1995.

“Diseño Mapa Web 2.0”,Antonio Fumero y Genís Roca,2002.

“Ciberculturas: La Cultura De La Sociedad Digital”, Pierre Lévy, año de edición 2007.

“Internet... una vía al futuro”, Ediciones Gestión 2000, Barcelona 1995.

“Computando la vida social: el nuevo papel de los métodos de análisis sociológicos en Internet”, Pablo Navarro-2004.

“El mundo digital”, Nicholas Negroponte, Barcelona,1995.

“Internet, La Imprenta Del Siglo XXI”, Alejandro Piscitelli, Editorial Gedisa, S.A., 2005.

Mediamorfosis, comprender los nuevos medios, Roger Fidler, Granica S.A., 1997.

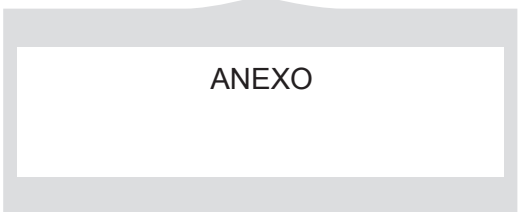
Artículos electrónicos.

“Diseño Web Centrado en el Usuario: Usabilidad y Arquitectura de la Información”, Yusef Hassan, Francisco J. Martín y Ghzala Iazza. <http://www.hipertext.net/web/pag206.htm>.

“El ecosistema digital: modelos de comunicación”, Guillermo López García (ed.), 2005.
<http://www.uv.es/demopode/libro1/EcosistemaDigital.pdf>.

“Niveles de interacción en la comunicación en Internet”, Diana M. Kiss de Alejandro, Año 2006. <http://www.sociedaddelainformacionycibercultura.org.mx/actividades.html>.

“BOYD, S.: «Are You Ready for Social Software?», Darwin Magazine, mayo 2003.
<http://www.darwinmag.com/read/050103/social.html>.



Entrevistas

Anita Valdés Jahnsen, directora del Programa Desarrollo Científico Escolar, PROCE, Coordinadora Programa Explora-CONICYT.

1-Desde el punto de vista comunicacional, ¿Cuál cree usted, es el concepto que mejor definiría el fenómeno de las redes sociales?

[Anita Valdés] Como señala el Dr. Oblitas en su tesis doctoral, la comunicación es el ADN de la vida social y por lo tanto el sistema de interacciones que es la vida en sociedad se manifiesta en la formación de Redes Sociales, las que existen en diferentes dimensiones.

2-A su juicio ¿Por qué la gente participa en las redes sociales?

[Anita Valdés] Pienso que no es una opción es una forma de vivir en sociedad, siempre somos parte de redes sociales, nuestro nivel de participación puede ser más o menos activo, pero estás allí.

3-A su juicio, ¿Cómo influye la masificación y uso de las redes sociales, en la manera de relacionarnos con los otros?

[Anita Valdés] Sospecho que cuando hablas de redes sociales estás hablando de sistemas fundamentalmente tecnológicos y yo cuando hablo de redes sociales incorpora todos los sistemas de interacción, de hecho si te das cuenta en el artículo que leíste está claro que las interacciones cara a cara y otras, contribuyen a fortalecer las redes.

Pienso que siempre hemos vivido en un sistema de redes sociales, hoy en la sociedad de la información hemos tomado conciencia de gran valor y han pasado a ser la esencia, por otra parte el desarrollo de las TIC`s es un elemento que ha contribuido a fortalecerlas y a darles ese protagonismo.

Leo prieto, experto en tecnología fundador de grandes portales como www.fayer wayer.com y www.zimio.com

1-¿Cuáles serian, bajo su criterio, las características que distinguen al usuario de hoy? (Mencione al menos un concepto que lo distinga)

Hoy los usuarios están buscando el tener una mayor participación y protagonismo de sus vidas a través de Internet. El poder estar y ser parte una comunidad.

2-Desde el punto de vista comunicacional, ¿Cuál cree usted, es el concepto que mejor definiría el fenómeno de las redes sociales?

Que a través de Internet las redes sociales no tienen límites, todos tienen un espacio en ella, opinión y todos pueden participar.

3-A su juicio ¿Por qué la gente participa en las redes sociales?

Porque existe un espacio para ellos y pueden participar libremente.

4-A su juicio, ¿Cómo influye la masificación y uso de las redes sociales, en la manera de relacionarnos con los otros?

La democratización de las tecnologías y el encontrar un espacio social en donde participar
Hola Rocío:

Christian Leal, Periodista egresado de la Universidad Católica de la Santísima Concepción, Chile, desde 2001 se ha desempeñado tanto en medios impresos como electrónicos y audiovisuales, junto con participar en numerosos proyectos de desarrollo y docencia Web, autor del blog de tecnología www.elfrancotirador.cl, y columnista de Mouse digital¹.

1-¿Cuáles serían, bajo su criterio, las características que distinguen al usuario de hoy? (Mencione al menos un concepto que lo distinga)

Sin lugar a dudas ese concepto distintivo es la participación.

Cuando Internet comenzó a masificarse, el usuario tenía una actitud de descubrimiento (lo que entre otras cosas ayudó al éxito de los portales horizontales como Yahoo o StarMedia, que te “mostraban” sitios). A medida que nos fuimos apropiando del espacio, no sólo encontramos herramientas útiles (diarios, aplicaciones web, trámites en línea, etc), sino que empezamos a encontrar espacios de participación.

Hoy el usuario demanda participar. Exige dejar comentarios, enviar opiniones, publicar en un blog, crear álbumes de fotos, subir videos, abrir grupos y anunciar eventos en redes sociales. Es una tendencia irreversible.

2-Desde el punto de vista comunicacional, ¿Cuál cree usted, es el concepto que mejor definiría el fenómeno de las redes sociales?

Si te respondo formalmente es por supuesto la comunicación: la posibilidad de estar siempre atentos a lo que sucede en nuestro entorno, vinculados a nuestros cercanos e interactuando con ellos de forma asíncrona (sin necesidad de que sea en tiempo real), como una especie de “gran susurro” interminable entre una multitud.

Sin embargo el concepto que más me gusta es la “interconexión” de la gente, es decir, cómo los distintos grupos que componen las redes sociales se interconectan y logran una difusión impensable en otros tiempos. Ejemplo: el otro día toqué un tema en mi bitácora (que está centrada en tecnología) sobre un concurso de videos de Intel. Siguiendo vínculos me di cuenta que lo replicaron en una bitácora personal, a ella, en una bitácora de comunicación audiovisual y a ésta, en un foro sobre hip-hop y rap.

¿El punto? Quizá nadie de ese foro de hip-hop lee mi bitácora sobre tecnología, pero gracias a que las comunidades de los sitios anteriores se “tocan” en algún punto, se establece un puente de comunicación. Imagínate cómo afectará esto las informaciones en el futuro. Es grandioso.

3-A su juicio ¿Por qué la gente participa en las redes sociales?

Depende de la persona: tienes a los pioneros entusiastas, los que quieren estar en contacto con sus cercanos, los que quieren mantenerse al día, los que las ven

[1] Revista electrónica dedicada a la tecnología y tendencias Web, www.mousedigital.cl.

como una posibilidad de negocios, etcétera.

Pero si quieres una respuesta más concreta, me la dio el otro día una amiga y ex-compañera de Universidad que no es muy adepta a la tecnología. Sin embargo me dijo que se vio “obligada” a inscribirse en Facebook porque las conversaciones y eventos le hacían sentir que se estaba quedando fuera de su círculo.

Es decir, el sentido de pertenencia.

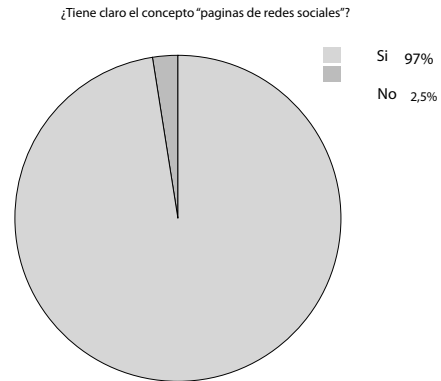
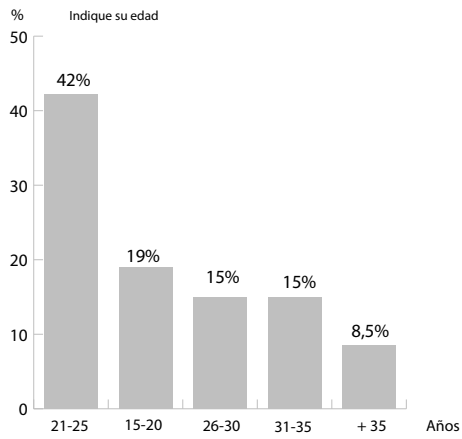
4-A su juicio, ¿Cómo influye la masificación y uso de las redes sociales, en la manera de relacionarnos con los otros?

Como se desprende de lo anterior, la comunicación se está haciendo más fluida, más intensa y omnipresente. Puedes participar de un debate que se lleva a cabo a miles de kilómetros de distancia, entre personas que jamás se han conocido y que incluso viven en husos horarios opuestos. Puedes saber -al mismo nivel- lo que pasa diariamente en la vida de tu compañero de oficina o de tu amigo que no ves hace 10 años y vive en Francia.

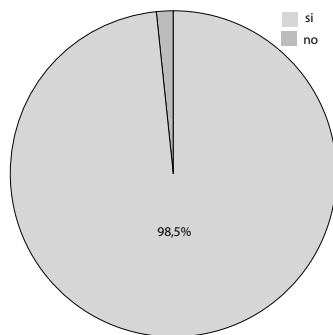
Pero sobre todo, las redes sociales están comenzando a consolidarse como medios de organización ciudadana y de expresión como nunca antes habíamos visto (ver revolución pingüina, acuerdo Microsoft-Gob. de Chile, atentados 11-M en Madrid). Confío en que los nuevos medios y por supuesto las redes sociales serán la herramienta definitiva en la cesión de poder a la ciudadanía y el resguardo legítimo de sus intereses.

Un buen futuro, como comprenderás :)

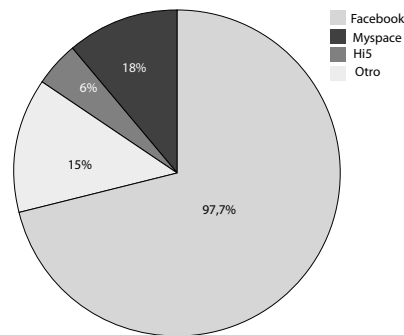
Resultados de la encuesta



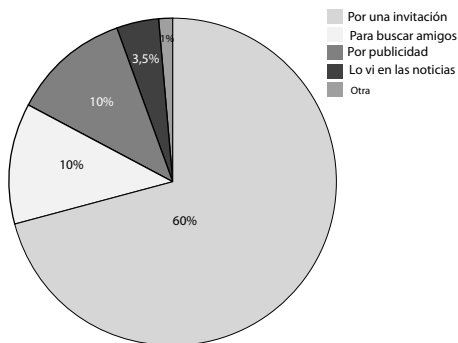
¿Utiliza alguna?



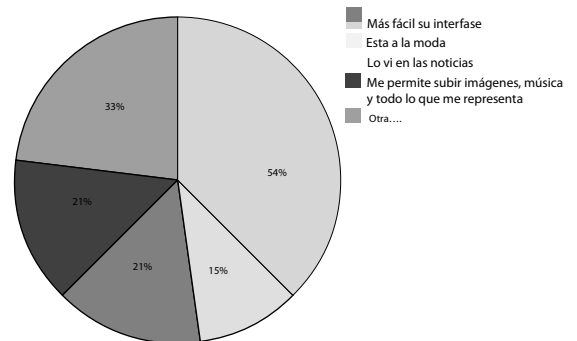
Solo si su respuesta numero 2 es positiva, puede seguir la encuesta
Si utiliza alguna, cual pagina de redes sociales utiliza.



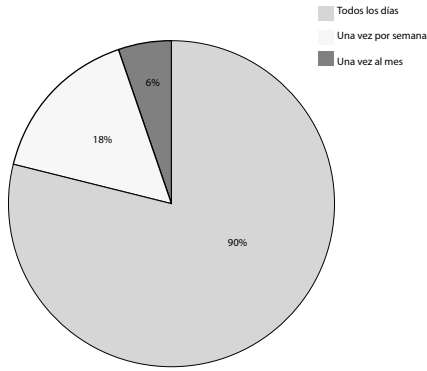
¿Cómo se llegó a esa plataforma?



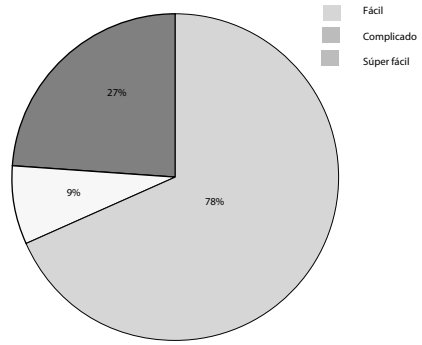
¿Por qué utiliza esa y no otra?



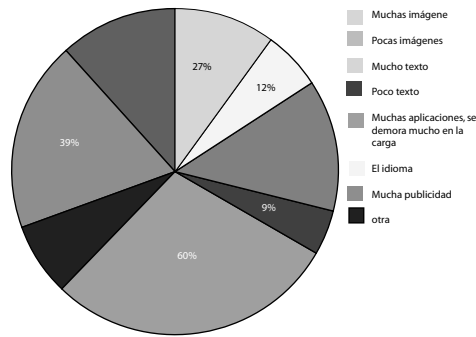
¿Cada cuánto tiempo la revisas o actualizas?



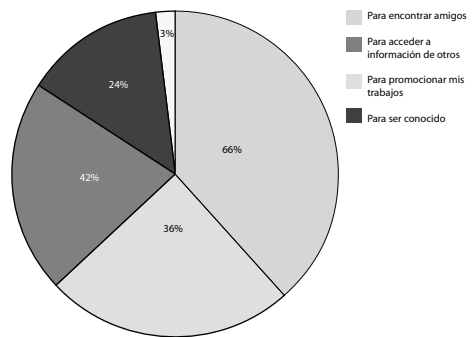
¿Cómo considera usted el grado de dificultad para acceder y navegar en las plataformas de este tipo? (redes sociales)



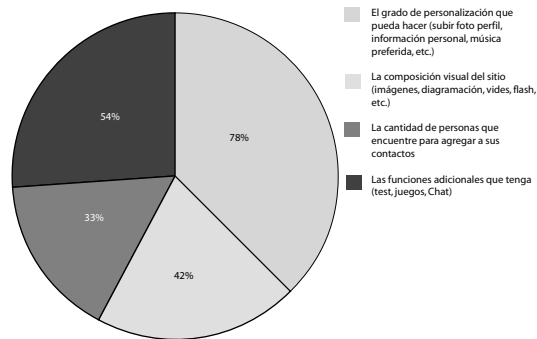
A su criterio, qué influye en el grado de dificultad



¿Para qué usted utiliza este medio(página de redes sociales)?



¿Qué es lo más significativo para que usted, permanezca conectado navegando, en estas páginas?



¿Qué tan importante es el diseño en una página de estas características(redes sociales)?

