

Las nuevas formas de socialización: Facebook¹

Daniela Moreno²

Introducción

Hoy en día las formas de socialización han cambiado y evolucionado, al igual que la sociedad en general, se dice que el desarrollo humano se mide bajo las “eras” y “modas” dentro de las cuales se mueve el mundo. Esta evolución abarca ámbitos sociales, políticos, culturales y, principalmente, comunicacionales; nuevos medios nacen a diario para ayudar a mejorar la comunicación a través del tiempo y espacio, permitiendo a cada sociedad descubrir y establecer nuevas formas de generar relaciones interpersonales.

Se dice que hoy vivimos la evolución de “la era digital y las nuevas tecnologías”, que cada día toman más fuerza y relevancia no solo en la creación de nuevas formas de socialización, sino en nuevas pautas culturales y morales que se vuelven la base principal dentro del marco de la interacción social. El desarrollo de esta era digital, que se vincula a Internet, ha traído consigo una serie de modificaciones a la forma en que se conocía la comunicación, desde el acceso a la información, la publicidad y, ahora, las formas de socialización con la Web 2.0, la cual permite la interacción entre grupos de personas en línea.

Las redes sociales son una de las aplicaciones de la Web 2.0. Facebook, una de las más exitosas a nivel mundial, actualmente cuenta con millones de cibernautas que la han convertido en una de las redes más exitosas. Caracterizada por sus constantes innovaciones a nivel gráfico, políticas de privacidad y una plataforma de fácil uso, Facebook ha marcado tendencias en el uso de las redes sociales.

El Salvador no es la excepción y en específico los jóvenes muestran características y tendencias ligadas a una mayor familiarización con estas nuevas tecnologías, en especial al fenómeno Facebook, que no solo han convulsionado las formas de socializarse y de comunicarse de sus usuarios, sino también las prácticas de aprendizaje social y cultural.

Por tanto, este estudio tiene como objetivo conocer cómo se da este proceso de socialización a través de las redes sociales, su impacto como ente socializador, profundizando en el uso y el manejo de la red del momento en toda la región; y cómo ésta incide en la interacción cultural, moral y social de jóvenes en los siguientes rangos de edad: 12 a 17 años, 18 a 25 años y 25 a 35 años.

¹Esta investigación fue desarrollada durante el ciclo I de 2009 en la asignatura de Investigación en Comunicación, perteneciente al cuarto año de la carrera de Comunicaciones Integradas de Marketing: Marta Alvarenga, Christian Barrientos, Jheimy Bonilla, Ernesto Parada, Leda Romero, Erika Zaldívar, Nicole Suadi, Fabiola Saade, Alejandro Gámez, Grazzia Gutiérrez, Macarena Flamenco, Beatrice Fernández, Wendy Espinoza, Elisa Hueck, Yolanda Guerra, Johanna Ramos, Ivania Recinos, Lee Aguiñada, Miriam Alas, Fátima Cerón, Camila Díaz, Gabriela Estrada, Luis Miguel Rivera.

² Alumna de quinto año de la carrera de Comunicaciones Integradas de Marketing, instructora de la asignatura y realizadora del presente informe.

Objetivo general

Identificar la relación e impacto de la red social Facebook en los procesos de socialización y preferencias de los jóvenes salvadoreños en sus formas de comunicación.

Objetivos específicos

- Detectar el nivel de aceptación o rechazo que los jóvenes tienen respecto a Facebook.
- Determinar cuáles son los hábitos y patrones de consumo tecnológico.
- Analizar cómo los jóvenes relacionan las nuevas tecnologías en sus actividades diarias.
- Analizar la influencia que tienen las variables sociales, culturales, y los significados que se manifiestan referente al uso y relación con Facebook.

Algunos conceptos clave

McLuhan³ y el determinismo tecnológico⁴

I. Las tres eras de la humanidad

• La era preliteraria o tribal: Antes de que la escritura se extendiera, la humanidad vivía en un espacio acústico, el espacio de la palabra hablada.

• La era de Gutenberg: La estructura transformó al espacio en algo limitado, lineal, ordenado, estructurado y racional. La página escrita, con sus bordes, márgenes y caracteres definidos en renglón tras renglón trajo una nueva forma de pensar el espacio. McLuhan sostenía que la movilidad del libro "fue como una bomba de hidrógeno" cuya consecuencia fue el surgimiento de un "entorno enteramente nuevo". Apareció un nuevo ambiente: el espacio ilustrado, el espacio urbano.

• La era electrónica: McLuhan especula sobre el potencial de la tecnología electrónica. Nos indica que debemos "sobrevivir" a los medios, evitar que estos nos ahoguen; su estrategia es la siguiente: si queremos salvarnos de morir ahogados por los medios que nosotros mismos hemos creado, primero debemos observarlos y luego entenderlos.

2. Los medios como extensiones del hombre

El pensamiento de McLuhan sobre los medios comienza con dos premisas: "somos lo que vemos", "formamos nuestras herramientas y luego son estas las que nos forman". McLuhan tenía su propia e ingeniosa definición de los medios. Para él, cualquiera sea la tecnología, todo medio es una extensión de nuestro cuerpo, mente o ser. Por ejemplo, la ropa es una extensión

3 Educador, filósofo y estudioso canadiense. Profesor de literatura inglesa, crítica literaria y teoría de las comunicaciones, McLuhan es reverenciado como uno de los fundadores de los estudios sobre los medios y ha pasado a la posteridad como uno de los grandes visionarios de la presente y futura sociedad de la información.

4 "La teoría de McLuhan", martes 16 de diciembre de 2008. Disponible en <http://urchil.blogspot.com/2008/12/la-teoria-de-mcluhan.html>.

de la piel. De esta manera, McLuhan redefine los medios y, en consecuencia, se hace necesario redefinir el mensaje. Internet, en este sentido, puede considerarse como una extensión de muchos sentidos, ya que existe una diversidad de acciones que sustentan la idea de interacción gracias a los medios.

3. El medio es el mensaje

Para llegar a esta conclusión, McLuhan parte de un nuevo concepto de "medio": "toda prolongación de nuestro propio ser debido a cada nueva técnica".

McLuhan cree que si únicamente entendemos el mensaje como contenido o información, dejamos de lado una de las características más importantes de los medios: su poder para modificar el curso y funcionamiento de las relaciones y actividades humanas. El mensaje de un medio es todo cambio que ese medio provoca en las sociedades o culturas. Por ejemplo, la respuesta de McLuhan a un periodista que le preguntó, en 1973: "¿Qué quiso decir con la afirmación 'el medio es el mensaje?'". "Déjeme explicárselo", respondió McLuhan, "tenemos, por ejemplo, un automóvil. El medio no es el coche, sino todo lo que existe debido al automóvil: las carreteras, las fábricas, las gasolineras, etc.; todo lo que se crea a su alrededor y que cambia la vida de la gente".

En este punto es importante señalar el papel que posee el medio en las transformaciones sociales: en este caso, Internet y las aplicaciones surgidas en torno a ella representan no solo un cambio en la forma de entretenimiento, sino en las formas de comportamiento, interacción social y, en sí, un cambio en el contexto global de las personas.

4. Medios calientes-medios fríos

La clasificación básica que McLuhan hace de los medios como "calientes" o "fríos" se apoya en significados especiales de las palabras "definición" e "información", y en nuestros sentidos físicos más que en el sentido de las palabras propiamente dichas. Para su definición, utiliza una terminología técnica que toma prestada de la televisión: en el mundo de la televisión, la alta definición significa bien definida, precisa, sólida, detallada, en referencia a cualquier cosa visual. Mientras que las formas, rasgos, imágenes que no se distinguen tanto son de baja definición.

Así, los medios de comunicación se clasifican en "fríos" o "calientes", según la participación o no de los sujetos a quienes van dirigidos. Internet, dadas las condiciones definidas con anterioridad, se puede clasificar como un medio frío, ya que requiere de muchos sentidos humanos para poder interactuar en ella.

5. La generación Einstein

Para McLuhan, la generación Einstein tiene un alto nivel de involucramiento con respecto del contexto en el cual interactúan; esto gracias a la apropiación de los nuevos medios digitales. Esta generación es sinónimo de los "nativos digitales", que se desenvuelven bajo una nueva ecología cultural dentro de la cual las comunicaciones digitales observan un rol protagónico: son hablantes nativos del lenguaje de las computadoras, los videojuegos e Internet.

Para estos nativos, lo digital es su primera lengua, este acento matiza todas sus actividades, utilizan Internet antes de remitirse a un libro, hacen primero y se preguntan después, aman la velocidad cuando de lidiar con la información se trata. Les encanta hacer varias cosas al mismo tiempo y todos ellos son multi-tasking, y, en muchos casos, multimedia, prefieren el universo gráfico al textual. Eligen el acceso aleatorio e hipertextual en vez del lineal. Funcionan mejor cuando operan en red y lo que más aprecian es la gratificación constante y las recompensas permanentes.

Además de las notables capacidades cognitivas de los miembros de la generación Einstein, resulta interesante advertir su disposición a asumir roles de prosumidores en los nuevos ambientes comunicativos que desplaza consigo el desarrollo de la Web 2.0. La generación Einstein se desenvuelve en una ecología cultural en la cual las comunicaciones digitales observan un rol protagónico en la formación de la percepción y la comprensión de la realidad.

Hacen intenso uso de las redes sociales y de los programas de mensajería instantánea, y emplean el teléfono móvil como disco duro para almacenar y trasladar información, intercambiando ficheros entre móviles a través de Bluetooth. Los miembros de la generación de "nativos digitales" saben que la cantidad de información disponible en Internet resulta imposible de agotar en su totalidad. Mientras esperan el advenimiento de la llamada "Web semántica", acceden a informantes confiables a través de sus redes sociales.

La presencia de los nuevos medios digitales en la vida diaria de los miembros de la generación Einstein favorece su activismo digital como prosumidores especializados. La repetición comunicativa ya no goza de aceptación, y en su lugar la participación y la interacción han entrado en escena. El ciudadano común es incluido en un nuevo paradigma comunicacional que exige retroalimentación y que ha cambiado la forma tradicional en que los medios daban a conocer la información.

La sociedad de la información y el conocimiento es también la sociedad de la ubicuidad. En el imaginario de la sociedad de la ubicuidad aprenderemos a desenvolvemos indistintamente en el mundo real y en los mundos virtuales.

Neil Postman⁵ y el cambio tecnológico

I. El cambio tecnológico proporciona costos y beneficios, y ambos se proyectan en la cultura

En el caso de Internet, el cambio tecnológico manifiesta cambios en el comportamiento y las formas de desarrollarse en la sociedad. Los costos son quizá el desapego que actualmente existe en torno a las relaciones interpersonales: los usuarios tienden a involucrarse tanto en algunas aplicaciones sociales de Internet, que dejan de lado sus actividades sociales reales. El beneficio que presenta Internet, además de ser un medio de comunicación interactivo, es la capacidad de comunicar a individuos que se

⁵ Discípulo de Marshall McLuhan, Neil Postman fue director del Departamento de Cultura y Comunicación de la Universidad de Nueva York, escribió importantes libros sobre educación (*Education as a Conserving Activity* y *The Disappearance of Childhood*), sobre los efectos de los medios (*Amusing Ourselves to Death*) y sobre los efectos globales de la tecnología (*Technopoly*). Véase Postman, N., "Las 5 advertencias del cambio tecnológico". Disponible en <http://www40.brinkster.com/celtiberia/neilpostman.html>

encuentran en diversas partes del mundo. Así mismo, esta tecnología permite la satisfacción de más necesidades no solo la de comunicación, sino también se considera el entretenimiento y el aprendizaje, dado el flujo masivo de información.

2. El cambio tecnológico beneficia a unos y perjudica a otros

Las nuevas tecnologías no son parte del contexto social de todos los seres humanos; si bien se propone un cambio para entender el entorno global, es necesario hacer énfasis en las diferencias sociales y económicas que indican que el acceso a las nuevas tecnologías no es similar para todos.

3. Detrás de cada tecnología existe una filosofía

En Internet, la filosofía que existe detrás es la de un cambio en todos los paradigmas de la vida social. No solo como un medio de comunicación, sino también como una forma para que los individuos construyan una identidad en torno a una nueva forma de vivir y de relacionarse con los demás. Internet amplía la socialización y detrás de este medio existe la filosofía de una nueva forma de vida social.

4. El cambio tecnológico es ecológico, no aditivo

El cambio tecnológico surgido gracias a Internet se mezcla con diversos aspectos de la vida social de los seres humanos en la actualidad. Los cambios propiciados por esta nueva tecnología no solo se desarrollan en el contexto social, sino también en el contexto político, económico y cultural.

5. Las tecnologías tienden a convertirse en algo mítico

La mitificación de Internet está sustentada en las innumerables aplicaciones a las que se tiene acceso en este medio. Actualmente, muchas de las actividades sociales se manifiestan en Internet, incluso el funcionamiento de la Red traería consigo catástrofes no solo a nivel personal, sino también a nivel nacional de algunos países desarrollados. Se ha considerado a Internet como un medio indispensable en el entorno de la vida social, se mantiene comunicación con otros seres humanos, se desarrolla un proceso de creación de identidad, se satisfacen necesidades de entretenimiento, y, sobre todo, funge como un medio en el que se pueden controlar diversos medios macrosociales (véase Postman, N., "Las 5 advertencias del cambio tecnológico". Disponible en <http://www40.brinkster.com/celtiberia/neilpostman.html>).

Metodología de la investigación

La investigación se implementó con el método cualitativo, realizando cuatro grupos focales para cada uno de los rangos de edad que se estudiaron.

RESULTADOS PERFIL POR EDAD

12-17 años			
<p>Uso de la tecnología</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiene contacto con más de 4 aparatos tecnológicos, al día. • El aparato tecnológico con mayor importancia es su teléfono celular. • El sinónimo de tecnología se asocia a su computadora. • Tener aparatos tecnológicos determina una forma de socialización. • Demandan productos tecnológicos que les permitan estar a la moda. • Para ellos es indispensable tener mp3 o <i>Ipod</i> y un celular. Los jóvenes valoran tener tiempo libre, el cual está directamente relacionado con la tecnología. • Diversión es sinónimo de divertirse con videojuegos, chatear con los amigos, ver fotos de conocidos y amigos por Facebook, escuchar música, ver televisión, hablar por teléfono. 	<p>Medios de comunicación virtual</p> <ul style="list-style-type: none"> • La forma de comunicación con sus amigos conlleva un alto grado de uso de la tecnología, lo hacen por más de un medio. • Se auxilian de medios como chats, redes sociales como <i>Facebook</i>, para aclarar dudas de las tareas y para estar al tanto de sus amistades. • Realizan tareas, descargas y chatean, simultáneamente. • Utilizan muy poco la herramienta del correo electrónico, prefieren hacerlo por el chat o por teléfono. • La comunicación es mediada por un tercero: un aparato tecnológico. • La comunicación se vuelve sinónimo de computadora, <i>Ipod</i>, celular, televisión, consolas. 	<p>Sitios de mayor frecuencia</p> <ul style="list-style-type: none"> • MSN Messenger • Facebook • YouTube • Wii • Xbox 	<p>Internet y los estilos de vida</p> <ul style="list-style-type: none"> • La computadora se vuelve su conexión social. • Presentan la característica del <i>multitask</i>, es decir, no solo se comunican por Internet, sino que realizan tareas, juegan, descargan música, etc., todo al mismo tiempo. • Mantenerse al día, en cuanto a música, productos nuevos y actualizaciones, es parte de su día a día. • Entre más aplicaciones les ofrezca un sitio web, más fieles son a este. • Generaciones pasadas solían decir: "no puedo vivir sin mi mejor amigo". Ahora, los jóvenes dicen: "me muero si no tengo mi <i>cel</i> y mi <i>compu</i>".

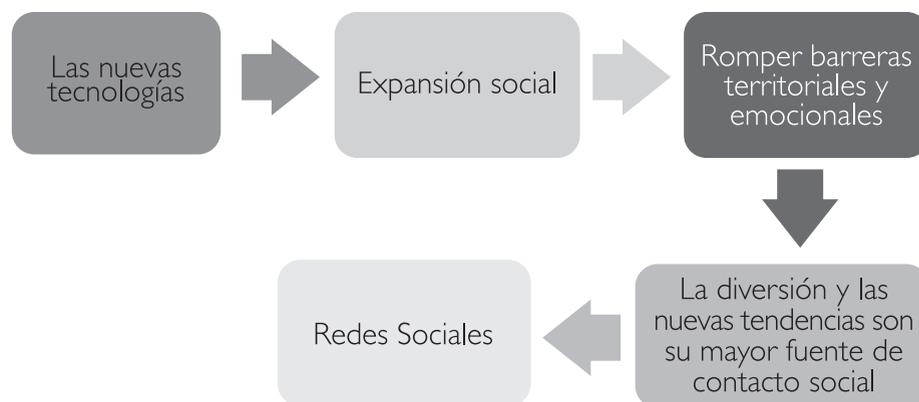
LOS JÓVENES DE 12 - 17 AÑOS Y SU VÍNCULO CON LAS REDES SOCIALES



LOS JOVENES DE 18 - 25 AÑOS Y SU VINCULO CON LAS REDES SOCIALES

Uso de la tecnología	Medios de comunicación virtual	Sitios y marcas preferidas	Internet y los estilos de vida
<ul style="list-style-type: none"> • Emociones materializadas por la tecnología, cuando esta se vuelve un sustituto de su vida real. • La tecnología se vuelve el complemento de sus actividades diarias, que facilita su desempeño y contacto en áreas laborales y personales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizan la comunicación virtual como una herramienta de comunicación continua. • La comunicación virtual les permite romper barreras de comunicación. • Existen nuevos códigos (abreviaciones de palabras, uso de emoticonos para ilustrar sentimientos) que se han convertido en una moda y que nacen gracias a la vida acelerada, pero que básicamente son para simplificar la producción de comunicación, dándole más rapidez al flujo del intercambio de información digital. • Existe un traspaso del lenguaje digital al mundo real. • El poder del mensaje no llega a su total comprensión debido a que el factor del lenguaje no verbal no se encuentra presente. 	<ul style="list-style-type: none"> • MSN Messenger • Facebook • YouTube • Foros • Blogs • Páginas de descargas • Wikis 	<ul style="list-style-type: none"> • Las nuevas generaciones están perdiendo una identidad y espíritu humano y están abriendo las puertas a una cultura digital en donde ellos pueden moldear su tiempo libre y controlar a su antojo su diversión. • Las redes sociales han hecho que su vida se vuelva virtual, que tiene mayor peso que su vida social física. • El uso de la computadora e Internet se ha vuelto una actividad cotidiana que les permite estar conectados con el mundo. • Para este segmento, Internet puede ser una manera de entretenimiento amigable, pero que no profundiza y evita que las personas tengan mayores compromisos o responsabilidades en el mundo real.

LOS JÓVENES DE 18 -25 AÑOS Y SU VÍNCULO CON LAS REDES SOCIALES



LOS JÓVENES DE 25 - 35 AÑOS Y SU VÍNCULO CON LAS REDES SOCIALES

Uso de la tecnología	Medios de comunicación virtual	Sitios y marcas preferidas	Internet y los estilos de vida
<ul style="list-style-type: none"> • Los nuevos modelos de celulares, proveedores de correos electrónicos, chats, aparatos tecnológicos, redes sociales son indispensables en sus vidas y se consideran dependientes de estos. • A pesar de que este grupo de jóvenes adultos no ha nacido en la "era tecnológica", esta es parte esencial de su desarrollo cotidiano, tanto a nivel laboral, económico y sociocultural. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las nuevas tecnologías son parte fundamental de sus formas de comunicación. • La consideran necesaria, ya sea por moda, como un accesorio o por el simple deseo (creado) de tenerla. • Prefieren, por "costumbre", los medios tradicionales, y aunque saben que están en una nueva era, que les ofrece nuevas formas de comunicación y que les facilita y ahorra tiempo, no todos lo explotan al máximo. 	<ul style="list-style-type: none"> • MSN Messenger • Facebook • YouTube • Foros • Blogs y sitios relacionados con sus trabajos • Wikis • Buscadores • Redes de intranet 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet como herramienta de trabajo para comunicarnos, obtener información, buscar nuevos contactos, lograr mejores relaciones a nivel de trabajo y expandir los vínculos personales. • Facebook se convierte en un conector con viejas y nuevas amistades. • Los mensajes se vuelven más estructurados a través de la comunicación virtual.

LOS JÓVENES DE 25 - 35 AÑOS Y SU VÍNCULO CON LAS REDES SOCIALES



Conclusiones

Los significados socialmente establecidos han dado un nuevo giro por las nuevas formas de comunicación en línea, para el segmento de 12 a 17 años; lo que comúnmente se conoce como diversión, contacto, ya no es lo físico, lo real, sino que está totalmente ligado al beneficio que les ofrece estar en red.

Conocidos actualmente como la generación Einstein por su alto grado de exposición a las TIC, hacen uso de la computadora y de Internet como una actividad tan cotidiana que no es considerada como un pasatiempo, sino como parte de su día a día, debido a que esta se vuelve una necesidad para poder mantenerlos conectados con el mundo.

Para el segmento de 18 a 25 años, las nuevas tecnologías y las redes sociales son sinónimo de vanguardia, simbolizan no solo una manera de interactuar, sino que se convierten en una herramienta que les permite acortar distancias transformando los procesos de comunicación en una forma de conocer, vivir y experimentar nuevas maneras de socialización.

Las TIC y las redes sociales son un medio de comunicación virtual que han cambiado su forma de entretenimiento, conducta e interacción social, es decir, han cambiado el contexto general de estos jóvenes adultos. La permanencia y popularidad de la red social se basa en la actualización, lo que los mantiene al pendiente para saber nuevas formas de hacer más atractiva y más fácil la comunicación digital.

Para el segmento de 25 a 35 años, Internet puede ser una manera de entretenimiento, sin embargo están conscientes de que no profundiza y evita que las personas tengan mayores compromisos o responsabilidades en el mundo real.

Las redes sociales únicamente se vuelven una herramienta de extensión, por medio de la cual cultivan relaciones laborales y personales, que los mantiene al tanto de la innovación y las nuevas tendencias. Para ellos, las redes sociales se vuelven funcionales en la medida en que estas sean más prácticas.

Fuentes de información

"La teoría de McLuhan", martes 16 de diciembre de 2008. Disponible en <http://urchil.blogspot.com/2008/12/la-teoria-de-mcluhan.html>. Recuperado el 25 de mayo de 2009.

McLuhan, M., La comprensión de los medios como extensiones del hombre, México D. F.: Diana, 1964.

Postman, N., "Las 5 advertencias del cambio tecnológico". Disponible en <http://www40.brinkster.com/celtiberia/neilpostman.html>. Recuperado el 25 de mayo de 2009.