

Redes sociales: su uso más allá del entretenimiento

JUDITH MORÁN*

Cuando Facebook y Twitter se abrieron al uso de miles de internautas no era posible vislumbrar, ni siquiera por sus creadores, que llegarían a modificar las relaciones interpersonales, la publicidad, los medios de comunicación y la política, y pondrían a ingenieros a estudiar cómo evolucionan los movimientos sociales en esos espacios.

Diez años han pasado desde que Mark Zuckerberg y sus compañeros de escuela fundaron Facebook y ocho años desde que Jack Dorsey lanzó Twitter, aunque la historia de las redes sociales podría rastrearse desde 1971 cuando se envió el primer correo electrónico, sin omitir que Friendster alcanzó a tener 3'000,000 de usuarios en tres meses en 2002.

Once años después este récord quedó muy por debajo de las cifras que las redes sociales registraron en 2013:¹

- 1,856'000,000 de personas en el mundo (26% de la población) tiene un perfil en una red social.
- Facebook cuenta con 1,150'000,000 de usuarios activos de los cuales, 751'000,000 se conectan desde un dispositivo móvil.

* Es egresada de la licenciatura en Ciencias de Comunicación del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Fue editora *web* en el periódico *Mural*, de Grupo Reforma, donde también estuvo a cargo del portal y de sus redes sociales. También trabajó para UNIÓN Jalisco, el medio digital de *El Universal* y UNO TV en la entidad. Actualmente labora en la Oficina de Comunicación Social del ITESO.

1. Jonathan Bernstein. "Social media in 2013: by the numbers", en *Socialmedia Today*, 6 de noviembre de 2013 [DE disponible en: <http://socialmediatoday.com/jonathan-bernstein/1894441/social-media-stats-facts-2013>].

- Twitter tiene más de 500'000,000 de usuarios, cada segundo se crean 250 cuentas y al día se publican 400'000,000 de tuits.
- En LinkedIn se cuentan 238'000,000 de usuarios de los que 42% actualiza su información de manera constante.
- YouTube tiene 1,000'000,000 de vistas únicas al mes.
- Instagram cuenta con 130'000,000 de usuarios que en 2013 postearon 35'000,000 de *selfies*, según publicó *Forbes*.

En los últimos ocho años no solo aumentó el número de personas que están en redes sociales, también en los últimos cinco años se duplicó el tiempo que pasan conectados. En 2006 los estadounidenses se conectaban un promedio de 2.7 horas al mes y para 2011 ya pasaban 6.9 horas mensuales, sobre todo en Facebook. En contraparte, el tiempo destinado para socializar en persona se redujo una hora en el mismo periodo de acuerdo con el blog Socially Aware de la firma Morrison & Foerster.²

En el caso de México, en promedio una persona pasa seis horas al mes en alguna red social, una hora más que el promedio mundial (5.2 horas) y tres menos que el promedio en Latinoamérica (9.4 horas) según el reporte más reciente de *Futuro Digital México* de ComScore,³ que además indica que Facebook es la red que encabeza las preferencias de los usuarios de la Internet mexicanos. Esto a pesar de los cambios que se han implementado en la plataforma y que provocan quejas por parte de los usuarios. En el país las redes tienen 23'000,000 de visitantes únicos que, del tiempo que pasan en redes sociales, 94% está en la red de Zuckerberg. Todas las páginas *web* llevan un conteo de visitas únicas, es decir, cuando un usuario entra por primera vez cuenta como una visita única, si regresa usando el mismo dispositivo o computadora esta entrada ya no se contabiliza así.

2. Véase "Infographic: the growing impact of social media", en *Downgraf*, 29 de noviembre de 2012 [DE disponible en: <http://www.downgraf.com/inspiration/how-much-time-you-spend/>].

3. Iván Marchant. *Futuro Digital México 2013*, ComScore Media Metrix, México, 2013 [DE disponible en: http://usmediaconsulting.com/img/uploads/pdf/Futuro_Digital_Mexico_2013.pdf].

En la escena hay nuevos actores en redes sociales que buscan situarse en el gusto de los más de 51'000,000 de internautas que hay en México según la Asociación Mexicana de Internet (Amipci).⁴ Tal es el caso de ask.fm, una red hecha para que los usuarios respondan preguntas aleatorias sobre diversos temas y que logró ubicarse en cuarto lugar de las redes más usadas según el estudio de ComScore, todavía por debajo de LinkedIn y Twitter.

Son los usuarios quienes han definido los usos que hoy tienen las redes sociales: compartir cuestiones personales, convocar a manifestaciones y hasta ser fuentes de información. En la actualidad los medios de comunicación tienen en su agenda el monitoreo de lo que sucede en esta área, no hacerlo implica la posibilidad de quedarse fuera de lo que hoy se considera noticioso.

Twitter, la red del microblogging, puede conectar a personas con intereses similares, pero también llevó al empoderamiento de movimientos sociales que hace 15 años no habrían tenido tanto eco en los medios de comunicación y su visibilización no habría sido mundial: la Primavera Árabe, Occupy Wall Street o la convocatoria para marchar contra las reformas a la Ley de Telecomunicaciones en México son una muestra del potencial de estas multitudes inteligentes, término que acuñó el sociólogo Howard Rheingold en su libro *Multitudes inteligentes: la próxima revolución social*. “Tenemos mucho que aprender sobre las tecnologías de cooperación. Creo que las personas pueden usar este conocimiento para construir un poder democrático”.⁵

4. Asociación Mexicana de Internet, Amipci. *Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2014*, Amipci, México, 2014 [DE disponible en: <http://www.amipci.org.mx/?P=esthabitos>].

5. Howard Rheingold. *Multitudes inteligentes: la próxima revolución social*, Gedisa, Barcelona, 2004, p.185.

1. LA AUTORGANIZACIÓN DE MOVIMIENTOS SOCIALES

El poder ha infravalorado la solidaridad humana que se genera con las redes sociales

TORET MEDINA.

En el ámbito social y de la política, las redes sociales han permitido desde ganar elecciones (Barack Obama) hasta ser el medio por el cual se han articulado movimientos que han derrocado presidentes.

Su influencia y evolución ha llamado la atención de especialistas de ámbitos como la ingeniería de datos, la psicología, la sociología y la filosofía política, quienes han identificado patrones de comportamiento colectivo que preceden a las manifestaciones.

En 2013, con el título *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida*,⁶ el grupo @DatAnalysis publicó una radiografía sobre cómo se gestó y evolucionó ese movimiento en redes sociales también conocido como el de los Indignados en España. En el documento que puede consultarse en línea (<http://datanalysis15m.wordpress.com/>), propone redefinir a los nuevos movimientos sociales o movimientos sociales en red, en su lugar utiliza el concepto tecnopolítica “entendido como el uso táctico y estratégico de dispositivos tecnológicos (incluyendo redes sociales) para la organización, comunicación y acción colectiva”.⁷ También se aclara que no se trata del ciberactivismo o clicktivismo —un ejemplo de este tipo de prácticas es la colecta de firmas virtuales para apoyar alguna causa pero que no implica una acción extra, como lo sería salir a la calle a manifestarse.

6. Javier Toret (coord). *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida*, IN3 / UOC / Datanalysis15M, Barcelona, 2013.

7. *Ibid.*, p.20.

“La tecnopolítica apunta a una serie de prácticas colectivas que pueden darse o partir de Internet, pero que no acaban en ella”, dice el estudio.⁸ Es decir, se hace uso táctico de las redes y los perfiles para llevar a una acción colectiva. En el caso del 15M se tomó más que solo el espacio digital, tuvieron presencia en lugares públicos y en medios de comunicación.

Javier Toret Medina, licenciado en Psicología por la Universidad de Málaga y activista de movimientos políticos y comunicativos, define a la tecnopolítica como una nueva forma de organización. “Esto ha venido para quedarse y es el nuevo movimiento que va a haber en nuestra sociedad de aquí al próximo decenio”, afirmó durante una conferencia en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) ante la comunidad universitaria.

El estudio de la tecnopolítica aborda cómo el flujo de información en redes sociales en los movimientos como el 15M tienen una carga emocional. “La carga emocional de un movimiento como el 15M es la clave: la emoción orienta a la acción”, aseveró Javier Toret.

Como resultado del análisis emocional del 15M, se encontró que los sentimientos dominantes en distintos momentos fueron indignación y empoderamiento: “La mente colectiva del 15M se construye bajo la experiencia concreta de una multitud conectada que experimenta la capacidad de sentir, como un conjunto, vibrando entre emociones que alteran la normalidad y regulación de los deseos y los enunciados dominantes”.⁹

El augurio de Javier Toret es que acontecimientos como la Primavera Árabe, Occupy Wall Street y #YoSoy132 “van a reproducirse en otros países porque existen las condiciones en la medida de que hay malestar social y conectividad”. El malestar se convierte en empoderamiento colectivo. Al hablar del uso de la tecnología para el autoempoderamiento

8. *Ibid*, p.21.

9. *Ibid*, p.133.

señaló que no solo basta con que haya conectividad, “es más bien el uso y la cultura de lo que se hace en la red”.

Las acciones del 15M no solo se limitaron a la convocatoria para salir a las calles. Se hizo uso de lo que Javier Toret define como imaginación política, se creó la campaña 15MpaRato (<http://15mparato.wordpress.com/>) en la que recaudaron fondos que se destinaron para demandar legalmente a Rodrigo Rato, presidente del banco español Bankia, por malos manejos, pues en 2011 reportó pérdidas por 2'900,000 de euros mientras el directivo percibía un sueldo de 2'300,000 euros al año. La campaña recaudó 15,000 euros en un día.

Una plataforma que también fue usada por el 15M fue la transmisión de video en vivo (*streaming*), que está considerada entre las estrategias de defensa para los movimientos en red. Lo que sucede en las manifestaciones puede ser visto en directo y sin edición.

En el estudio se muestra que en este tipo de movimientos, como el 15M, no hay un líder único, el liderazgo se distribuye y los líderes de la red que en determinado momento llevan la conversación pueden ‘ceder’ el liderazgo a otros. Fenómeno que el estudio del 15M llama “protagonismo social descentralizado”.¹⁰

La crisis de España dejó de contarse solo desde los partidos y los medios de comunicación. En su visita a México, Javier Toret mostró una gráfica de qué usuarios o nodos llevaban la conversación en movimientos como el de #YoSoy132 en México, donde las cuentas de medios de comunicación y de periodistas que tienen miles de seguidores se situaron lejos no solo de los líderes de la red sino de la conversación central.

“El 15M ha mostrado una democratización profunda de la producción de sentido en la disputa por la producción de la realidad, convirtiéndose en uno de sus grandes poderes; producir un flujo de informa-

¹⁰. *Ibid*, p.137.

ción y comunicación que devora, desbanca y desactiva la propaganda”, se lee en el estudio.¹¹

Además se trata de movimientos que son locales y globales al mismo tiempo, como señala Manuel Castells. “Son también globales porque están conectados en todo el mundo, aprenden de las experiencias de los demás y de hecho se inspiran en esas experiencias para movilizarse”.¹²

El grupo de @Dataanalysis plantea algunas futuras líneas de investigación, como estudiar la propagación de emociones y comportamientos en la red con modelos matemáticos de epidemiología, y a estos conceptualizarlos “como fenómenos de contagio social”.¹³

2. UNA ASAMBLEA CONSTITUCIONAL 3.0

Los movimientos sociales que tienen repercusión en las redes sociales primero ganaron espacio en los medios de comunicación y tienen posibilidades de ser tomados en cuenta en las decisiones de gobierno, en concreto en Islandia donde se usaron para hacer las propuestas de reforma a su Constitución de 1944 que, además de solo haber sido reformada en cuatro ocasiones, procede de la carta magna danesa.

Durante 50 años en Islandia no se registraron manifestaciones masivas hasta que en 2008 la crisis económica motivó al músico Hördur Torfason a invitar a los ciudadanos a tomar las calles y manifestarse durante semanas para que expresaran lo que sentían sobre la situación económica del país. El resultado fue la renuncia del primer ministro Geir H. Haarde a un año de haber sido elegido y las demandas a banqueros en las cortes islandesas.

Jóhanna Sigurðardóttir, sucesora de Haarde, propuso un proyecto de ley para que se convocara a una asamblea constitucional que fue abierta al público y se grabó en video, mientras que las actas se subieron a la Internet. La ministra fue más allá: abrió la discusión a la ciudadanía vía

11. *Idem.*

12. Manuel Castells. *Redes de indignación y esperanza*, Alianza, Madrid, 2012, p.213.

13. Javier Toret. *Op. cit.*, p.140.

Twitter, YouTube y Facebook, con la condición de que las propuestas no se hicieran desde el anonimato.

“Si no hacemos que la gente participe ahora no va a existir un sentimiento de propiedad hacia el nuevo documento”, declaró Katrín Oddsdóttir al diario español *El País*. Ella fue una de los 25 integrantes del consejo constituyente de Islandia.¹⁴

En el sitio <http://stjornlagarad.is/english/> los ciudadanos podían leer las propuestas y hacer sus sugerencias en temas como la separación del Poder Legislativo y el gobierno, el papel de la religión y el medio ambiente. “Si puedo decir algo tras la experiencia vivida en estos dos meses es que se puede confiar en la gente”, declaró Oddsdóttir.¹⁵

En total se recibieron 3,600 comentarios y 370 sugerencias en un país con 320,000 habitantes, de los cuales 213,000 son usuarios de Facebook.

El sitio sigue abierto y se puede descargar la propuesta final de la reforma que fue aprobada en 2011, donde en el preámbulo se puede leer: “Nosotros, las personas que habitamos en Islandia, deseamos crear una sociedad justa donde todas las personas tengan las mismas oportunidades”.¹⁶

El documento fue sometido a un referéndum entre la población islandesa y obtuvo 66% de los votos a favor con la participación de la mitad de los ciudadanos con derecho a voto (235,000 personas). Sin embargo, la propuesta pasó a la cancha de los políticos y fue “congelada” por el parlamento.¹⁷

Aunque el documento de reforma a la Constitución que tomó en cuenta la opinión de la ciudadanía todavía no se aprueba, es un primer

14. Óscar Gutiérrez. “Islandia reforma la Constitución vía Facebook”, en *El País*, Madrid, 27 de junio de 2011 [DE disponible en: http://internacional.elpais.com/internacional/2011/06/27/actualidad/1309125602_850215.html].

15. *Idem*.

16. Stjórnlagaráð. “A proposal for a new Constitution for the Republic of Iceland”, en *Stjórnlagaráð*, 29 de julio de 2011 [DE disponible en: http://stjornlagarad.is/other_files/stjornlagarad/Frumvarp-enska.pdf].

17. Thorvaldur Gylfason. “Democracy on ice: a post-mortem of the Icelandic constitution”, en *Open Democracy*, 19 de junio de 2013 [DE disponible en: <http://www.opendemocracy.net/can-europe-make-it/thorvaldur-gylfason/democracy-on-ice-post-mortem-of-icelandic-constitution>].

paso hacia una nueva manera de hacer política y de dirigir un país, con más voces que las de unos cuantos.

3. MÁS ALLÁ DE LOS MOVIMIENTOS INTELIGENTES (SMART MOBS)

En la actualidad resulta natural que los medios de comunicación estén al tanto de la información que circula en redes sociales, en parte porque sus fuentes informativas tienen perfiles en Facebook y Twitter, por los que dan a conocer sus noticias, búsqueda de historias, lo que les permite recopilar comentarios sobre temas polémicos y hacer una selección de memes (ideas que se propagan en la Internet por medio de una imagen o un video).

Más allá de este uso, meramente de recolección de información, las redes ofrecen otros recursos que pueden explotarse con otros fines. Como sucedió en 2012, en el 40 aniversario del caso Watergate, cuando el diario estadounidense *The Washington Post* creó una línea de tiempo en la que recuperaron el material que ese medio había publicado como las entrevistas de Bob Woodward, reportero, y Ben Bradlee, quien supervisó las publicaciones de ese entonces.¹⁸

En un ejercicio similar, pero con fines educativos, se realizó en la escuela 4e Gymnasium en Amsterdam, Holanda. Los estudiantes de historia narran en cuatro líneas de tiempo el florecimiento y la caída de la Unión Soviética, los inventos del siglo XX, los viajes de Magallanes y la evolución de la moda desde 1950. La narración fue, por supuesto, multimedia, echaron mano de documentos, videos, audios y mapas.¹⁹

En Estados Unidos los resultados de una encuesta en el nivel de educación superior reveló que cada vez hay más profesores que usan

18. The Washington Post. "Watergate Timeline", en Facebook [DE disponible en: <https://www.facebook.com/WatergateTimeline>].

19. Véase "4e Gymnasium Amsterdam: Timeline History Lesson", en *Creativity*, 12 de septiembre de 2012 [DE disponible en: <http://creativity-online.com/work/4e-gymnasium-amsterdam-timeline-history-lesson--best-of-2012-ix-7/29147>].

las redes sociales como auxiliar en sus clases y en su uso ven un incremento en la comunicación con los estudiantes.²⁰

En 2012, 34% de los encuestados dijo usar alguna red con fines educativos y para 2013 este uso creció hasta 41%. Aunque en la creación de contenidos y discusiones todavía los blogs (sitio *web* donde los usuarios publican cronológicamente textos o artículos) y los *wikis* (sitio *web* cuyas páginas pueden ser editadas por los usuarios) son las plataformas preferidas en el ámbito educativo, Facebook y Twitter comienzan a tener presencia por lo que ya se han escrito algunos manuales en línea para auxiliar a los profesores a eficientar el uso de estas redes.

El New Media Consortium es una comunidad de expertos internacionales que cada año publica un reporte donde se explora qué tecnologías son vanguardistas en educación superior y en la edición de 2014 ubica a las redes sociales como la tendencia que con mayor rapidez transformará a la educación en los siguientes años.²¹

En el reporte no solo se reconoce que las redes sociales son un recurso que ya está bien posicionado en los sectores de la publicidad y el entretenimiento sino que se destaca que “se están integrando rápidamente en todos los aspectos de la vida universitaria”²² y espera que su máximo impacto lo consiga en un año.

“Para las instituciones educativas las redes sociales entablan el diálogo de ida y vuelta entre estudiantes, futuros alumnos, profesores y la institución educativa de manera mucho más informal que con otros medios”, dice el reporte.²³

Entre los esfuerzos que el New Media Consortium destaca está el uso de YouTube en la Universidad de Vanderbilt, ubicada en Nashville, Estados Unidos. En su canal (<https://www.youtube.com/user/VanderbiltUniversity>) se sube material acerca del trabajo que se realiza en el

20. Katie Lepi. “How social media is being used in education”, en *Edudemic*, 29 de octubre de 2013 [DE disponible en: <http://www.edudemic.com/social-media-in-education/>].

21. Larry Johnson et al. *The NMC Horizon Report: 2014 Higher Education Edition*, Austin, The New Media Consortium [DE disponible en: <http://www.nmc.org/pdf/2014-nmc-horizon-report-he-EN.pdf>].

22. *Ibid.*, p.6.

23. *Ibid.*, p.8.

campus, ya tiene 7,700 suscriptores y sus videos se han visto más de 4'000,000 de veces. Un uso alternativo al informativo es el que realiza la Universidad del Estado de Texas que se apoya en Facebook y Twitter para realizar discusiones.

El reporte del New Media Consortium señala que las redes sociales fomentan la oportunidad para que cientos de estudiantes colaboren incluso entre instituciones, como lo hace la Universidad Murdoch de Australia, que se asoció con la Universidad Duke de Estados Unidos en un proyecto de mapeo en el que los estudiantes contribuyen con sus observaciones sobre el ecosistema de la parte noroeste de Australia. Además, resalta la posibilidad de contactar a expertos de diferentes áreas por medio de las redes sociales para que su opinión complemente el conocimiento que se adquiere de manera formal en las horas de clase.

Esa característica que tienen los movimientos sociales en las redes de ser locales y globales de la que habla Manuel Castells también se aplica al caso de la Universidad de Hawai, donde se abrió una serie de discusiones sobre liderazgo a las que se invitó a los campus a reimaginar el futuro de la labor educativa con las redes sociales como un componente importante. Las sesiones no solo se grabaron, también se transmitieron en vivo a través de YouTube y cualquier persona podía participar en la discusión por medio de Twitter.

El New Media Consortium concluye que las redes sociales ya transformaron la naturaleza de estas discusiones que, si bien no se llevaban a cabo a puerta cerrada, ahora son una oportunidad de reflexión y de acciones colectivas.

4. LA DECISIÓN EN MANOS DEL USUARIO

Las redes sociales han sido objeto de múltiples críticas, como que su uso excesivo termina por desconectar a las personas de su entorno y que son causa de una ansiedad llamada el miedo de estar desconectado (*fear of missing out*, como se le conoce en inglés). Todos estos temas han sido abordados en diversos estudios y artículos que tienen una

gran difusión en las redes sociales y que seguirán sumando voces en contra como en su momento lo hicieron con la televisión.

La peculiaridad de las redes sociales es que, a diferencia de la televisión o la radio, son sus usuarios los que han ido dándoles forma y definiendo su uso de acuerdo con sus intereses y necesidades. La posibilidad de conectarse e interactuar con otros que comparten ideales, gustos, denuncias, es lo que empodera y abre horizontes.

En una década las redes sociales se posicionaron como una plataforma que, como ninguna otra, facilitó la difusión de ideas e hicieron que en pro de ideales se lleguen a tomar las calles, incluso de manera simultánea en varias ciudades, sin depender de que un medio de comunicación lo valide como un tema de interés para darle difusión e informar a la ciudadanía de estas convocatorias.

Hoy un medio de información que se permita omitir en su edición una manifestación cuyo eco llega a ser tendencia nacional o mundial en redes sociales es un permiso que cada vez tomarán menos, está en juego la reputación y credibilidad.

En el ámbito de la denuncia, los ejemplos de funcionarios exhibidos y hasta retirados de sus cargos por prácticas como la corrupción que, aunque no son nuevas, al viralizarse y quedar al descubierto ante miles de usuarios en redes sociales, adquieren nuevas dimensiones.

Predecir hacia dónde evolucionarán las redes sociales y qué otros terrenos revolucionarán es un asunto complejo puesto que no hay un ente que las controle y moldee, es la imaginación de los usuarios la que seguirá abriendo el abanico de influencia y de acciones a realizar por medio de ellas. Por supuesto, habrá nuevos usos cuya finalidad sea mero entretenimiento, pero ello no suprime que puedan ser detonantes de cambios.