



RESUMEN

Con la constante evolución del Internet y la aparición de la Web 2.0 el usuario pasó de pasivo a proactivo. Dentro de la Web 2.0 tenemos se encuentran as redes sociales virtuales como el Facebook que ha crecido tanto, en tan poco tiempo y con el ritmo tan acelerado de seguidores, es indudable que éste ha marcado un impacto dentro del ámbito de las comunicaciones del siglo XXI.

Al parecer la teoría de la evolución de las especies ha servido de inspiración para los Medios de Comunicación (Ecuavisa y Telem Amazonas), ya que al parecer intentan sacar provecho de plataformas como el Facebook, pues ambas emisoras poseen en la actualidad su respectivas páginas en dicho sitio, desgraciadamente para Telem Amazonas , Ecuavisa y la sociedad ecuatoriana en general no explota el 100% de las potenciales del Facebook: En primer lugar, las televisoras han inclinado el uso del Facebook como un medio de carácter comercial, dejando por un lado los temas que podrían dar solución a problemas para la comunidad. Y en segundo lugar la falta de ideas por parte de los usuarios que a su vez se limitan a utilizar dichas plataformas de comunicación para tocar temas de carácter lúdico o de entretenimiento.

PALABRAS CLAVES:

Nuevas Tecnologías de Información y la Comunicación, Internet, Web 2.0
Redes Sociales Virtuales, Facebook, Información, Ecuavisa, Telem Amazonas.

AUTORA:

LORENA RODRIGUEZ J.



INDICE

INTRODUCCION_____ 8

CAPITULO I

LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

1.1 Consideraciones Generales_____ 9
1.2 Evolución de las Nuevas Tecnologías_____ 10
1.3 Las Nuevas Tecnologías: implicación dentro de la sociedad____ 13
1.4 El Internet como soporte o medio de información_____ 16
1.5 El periodismo digital_____ 15
1.6 La Web 2.0 y la participación colectiva_____ 19

CAPITULO II

EL FACEBOOK

2.1 Conceptualización_____ 21
2.1.1. Evolución_____ 27
2.1.2 Expansión_____ 34
2.1.3. Servicio que ofrece_____ 35
2.1.4. Impacto internacional del Facebook_____ 37
2.1.5. Criticas al Facebook_____ 40
2.2 Tipos de información_____ 40
2.3 La información: redistribución_____ 42
2.4 El Facebook y la comunidad_____ 42
2.5 Las redes sociales: caracterización_____ 43

AUTORA:

LORENA RODRIGUEZ J. 2



CAPITULO III

ANALISIS DEL FACEBOOK: INTERACCION DE LOS MEDIOS TELEVISIVOS (ECUAVISA Y TELEAMAZONAS) CON LA AUDIENCIA

3.1 Canales de Televisión de Ecuador que usan Facebook: Características 45

3.2 Actitudes de los ciudadanos en el uso de Facebook_____ 45

3.3 Análisis de la información obtenida de la página de Facebook de Ecuavisa y Teleamazonas en el mes de Junio de 2010_____ 46

3.4 Análisis de la encuesta_____ 47

BIBLIOGRAFIA_____ 49

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES_____ 51

AUTORA:

LORENA RODRIGUEZ J.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

UNIVERSIDAD DE CUENCA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

**CURSO DE GRADUACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE FIN DE
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL 2009-2010**

NUEVAS TECNOLOGÍAS:

**“EL FACEBOOK COMO HERRAMIENTA DE INTERACCIÓN ENTRE
LOS CANALES DE TELEVISIÓN ECUAVISA Y TELEAMAZONAS Y LA
AUDIENCIA”**

**TRABAJO FINAL DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

LORENA RODRIGUEZ J.

AUTORA:

MASTER FERNANDO ORTIZ

DIRECTOR:

CUENCA- ECUADOR

2010

AUTORA:

LORENA RODRIGUEZ J.



AUTORIA

Todo el contenido de este trabajo es de
exclusiva responsabilidad de su autor



AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por permitirme existir, a mis padres Saúl Rodríguez y Blanca Jiménez por ayudarme moral y económicamente, a mis hermanos y hermana por ser unos verdaderos compañeros de vida, a toda mi familia por estar siempre a mi lado y finalmente a la persona más incondicional mi esposo Galo.

AUTORA:

LORENA RODRIGUEZ J.



DEDICATORIA

Dedico a todas las personas que se permiten soñar,
a todas las que realizan sus sueños, pero sobre todo
a las personas que deciden ser felices.



INTRODUCCION

Se debe considerar que el análisis de la influencia del avance tecnológico en la población, especialmente de la utilización de la internet como red social de apoyo a la comunidad es de vital importancia dentro de la labor informativa que promueven los medios de comunicación masiva en caso específico de la televisión, tomando en cuenta que generalmente para que una comunidad exponga su problemática se hace necesario de reportajes que en la mayoría de casos se hacen presentes cuando la situación es grave, problemas puntuales pasan desapercibidos y caen en el olvido.

Desde este punto de vista el análisis del Facebook en la solución de problemáticas comunitarias cobra importancia como un aporte motivador para crear conciencia en la población que dispone de esta herramienta, para involucrarse en la solución de problemas, pudiendo deducirse que el beneficio de la presente investigación se hace extensible a toda la población de nuestro país.

Por otro lado la experiencia adquirida como egresada de la Escuela de Comunicación Social me posibilita para realizar la investigación propuesta aportando con todos los conocimientos que poseo para el cumplimiento de la meta trazada.

La presente investigación también se justifica por su carácter de originalidad al no existir temas similares, constituyendo un aporte dentro de la labor de información periodística pues se toman dos casos de canales de televisión ecuatoriana Ecuavisa y Teleamazonas.

Finalmente la investigación se justifica por la disponibilidad de conocimientos, recursos humanos, económicos, técnicos y de tiempo para la obtención de datos y ejecución del trabajo de investigación.

AUTORA:

LORENA RODRIGUEZ J.



CAPITULO I

LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

1.1 Consideraciones Generales

A las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTICs) se puede definir como:

El conjunto de procesos y productos derivados de las nuevas herramientas informáticas que son: software (programas de pago ó gratuitos), hardware (equipos computacionales o “gadgets”); y las funcionalidades del Internet (página Web, correo electrónico, boletines electrónicos, foros virtuales, chat, videoconferencias, etc.)¹

Las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTICs) están permutando nuestras vidas, dando un cambio sustancial en la manera en que trabajamos, nos comunicamos, nos divertimos, nos educamos, etc.

El hombre modifica su medio ambiente de acuerdo a sus necesidades pero a su vez la satisfacción de estas necesidades transforma al ser humano afectando a la sociedad, la cultura, la economía, etc.

Profesionales de diferentes campos de las ciencias se preocupan cómo las nuevas tecnologías están modificando la manera de realizar su trabajo profesional y como la sociedad se esta viendo beneficiada o perjudicada por éstas.

Por ejemplo en la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información celebrada en Ginebra en el 2000 en la Declaración del Milenio los temas centrales a tratar fueron entre otros: tomar medidas para contrarrestar la

¹ <http://www.uib.es/depart/gte/edutec-e/revelec7/revelec7.html>



pobreza y desaparecer en gran medida la brecha digital pues según sin el aprovechamiento de estas herramientas el desarrollo y progreso no se vería presente.²

El esfuerzo por desaparecer esta brecha digital ya es prioridad en algunos países. Cito el ejemplo de España, donde se anunció que para el 2011 todos los ciudadanos de este país tendrán el derecho de acceder al Internet en banda ancha a bajo costo y sin importar su situación geografía. Este anuncio se dio a conocer durante la inauguración de la Feria de Contenidos Digitales (FICOD), Foro Internacional de Contenidos Digitales.³

Aunque las telecomunicaciones no se han visto siempre como un derecho de todo ciudadano como son los servicios básicos como luz y agua, últimamente los gobiernos están cada vez más interesados en cubrir estas necesidades de información y comunicación.

Así fue que a finales del año pasado, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) exigió el acceso a Internet de banda ancha para toda la región a precios más justos. La CEPAL señaló que la diferencia entre países ricos y pobres es que el costo del servicio de Internet en los primeros cuesta US\$19 mensuales y en los segundos sobrepasa los US\$35.⁴

De acuerdo a la Página Web *Internet World Stats* dentro de los 14 los países de Sudamérica que acceden al Internet, Ecuador ocupa el séptimo lugar con el 1.1 % por debajo se encuentran Uruguay, Bolivia y Paraguay, esta lista está encabezada por Brasil con el 50% de penetración en Internet.⁵

"Existe una relación estructural entre el crecimiento económico y la adopción de las TIC, ya que éstas resuelven los desafíos planteados

² <http://www.razonypalabra.org.mx/espejo/2004/mayo3.html>

³ <http://www.consumer.es/web/es/tecnologia/internet/2010/01/05/190005.php>

⁴ http://www.conatel.gov.ec/site_conatel/index.php?option=com_content&view=article&catid=300%3Anoticiero-digital&id=815%3Aamerica-latina-requiere-mejor-banda-ancha&Itemid=462

⁵ <http://www.internetworldstats.com/stats15.htm>

AUTORA:

LORENA RODRIGUEZ J.



*por la creciente complejidad de los procesos productivos", dijo Raúl Katz, autor de "El papel de las TIC en el desarrollo. Propuesta de América Latina a los retos económicos actuales". Para Katz, en América Latina se requiere de gobiernos que promuevan políticas públicas y programas de estímulo para impulsar la inversión en las Tecnologías de la Información y la Comunicación.*⁶

En Ecuador existe La Estrategia Ecuador Digital que es un conjunto de Políticas Sectoriales, que el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información MINTEL promueve con el objetivo de acortar la brecha digital e intenta que los ciudadanos sean promotores de información y conocimiento, mediante el aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y Comunicación, involucrándolos de manera dinámica en el ejercicio del crecimiento social y armónico del Ecuador.

Otro punto a señalar es que en el artículo de Adalid Contreras Baspineiro titulado Comunicación-desarrollo para "otro occidente" cuando habla acerca de la revolución de (in)comunicación usa la frase: "El ingreso compra acceso" En este artículo también hace referencia a una estratificación entre "inforicos" e "infopobres" quienes tienen acceso al conocimiento y a la información y quienes no la tienen. El poder monetario de quienes lo poseen permite acceder a la tecnología.⁷

6

http://www.conatel.gov.ec/site_conatel/index.php?option=com_content&view=article&catid=300%3Anoticiero-digital&id=815%3Aamerica-latina-requiere-mejor-banda-ancha&Itemid=462

⁷ <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n18/18acontreras.html>



1.2. Evolución de las nuevas Tecnologías

En la historia de la humanidad con la aparición de nuevas tecnologías llámese telégrafo, imprenta, radio, televisión han existido grandes cambios en la comunicación y en la información.

Estas nuevas tecnologías se han convertido hoy en día en parte de nuestra naturaleza, la usamos de manera casi inconsciente y no nos percatamos de lo fundamental que son en nuestra vida hasta que prescindimos de ellas.

Si hacemos un salto en la historia y llegamos a la aparición del Internet que ha sido y es motivo de muchos estudios por ramas como: la educación, la cultura, la economía, la psicología, etc. Podemos notar que en la actualidad el tema de mayor interés está en lo que se desarrolla en esta plataforma llamada Internet: blogs, redes sociales virtuales, wikis, etc.

Además cabe recalcar que en su tiempo estas tecnologías llámese radio o televisión obviamente no eran accesibles para todos, hoy en día no hay hogar que no tenga uno o varios receptores de radio o televisión en su casa. Pero si en su defecto hablamos de una computadora o el servicio de Internet no podemos decir lo mismo, las estadísticas hablan. En el Ecuador no alcanzamos ni al 2% de la población que accede al Internet. Por otro lado a pesar de que los costos son altos para acceder a estas nuevas tecnologías la población esta viéndose en la necesidad de comprar los ordenadores. Por ejemplo si antes era prioridad comprar una máquina de escribir para realizar tareas de la escuela o trabajo ahora es la computadora la prioridad, este es un claro ejemplo de cambio.

El objetivo de los líderes a través del mundo es romper con esa brecha digital, con la accesibilidad a la información y al conocimiento de la población. Eliminar la diferenciación de ricos y pobres en cuanto a la tecnología.

En nuestra sociedad cuencana podemos ver que se brinda servicios de

AUTORA:

LORENA RODRIGUEZ J.



Internet wifi en los hoteles, restaurantes, bibliotecas y hasta en sectores del Centro Histórico de Cuenca. Notándose un pequeño intento por romper esa brecha digital.

1.3. Las Nuevas Tecnologías dentro de la implicación de la sociedad

No sobrevive la especie más fuerte, tampoco la más inteligente, sobrevive la especie que mejor se adapte al cambio (Darwin, 1859)⁸

Citando esta frase la sociedad debe adaptarse a los cambios si quiere sobrevivir al mundo actual, en este caso sería la sociedad de la información. El hombre desde el inicio de la Humanidad ha tratado de comunicarse. Por tratar de cubrir esta necesidad se han dado grandes inventos que van desde el telégrafo hasta el Internet.

Podemos citar algunos ejemplos de cómo la sociedad esta modificando su manera de comunicarse y de informarse debido a las nuevas tecnologías. Por ejemplo con el teléfono celular no solo podemos comunicarnos de forma oral sino también a través del texto, podemos enviar y recibir mensajes, la manera de escribir es corta y abreviada y palabras como textear ya son parte de nuestro vocabulario y sin dejar de lado la manera impresionante del uso de los pulgares.

Si hablamos de las redes sociales-Facebook con la aplicación “eventos” podemos organizar una fiesta e invitar a nuestros amigos, familiares y conocidos a ésta celebración siendo factible hasta confirmar su asistencia hecho que en el pasado no hubiésemos podido lograr sin contar con el dinero para las invitaciones y el tiempo para repartirlos.

Estos son dos ejemplos -de los muchos que podríamos citar- de como la

⁸ http://eprints.ucm.es/9552/1/AnagramasNro.14-2009-Estudiantes_en_la_reinvencion_de_los_medios.pdf



sociedad esta cambiando la forma de comunicar, interactuar y sociabilizar.

Ahora si hacemos referencia a los medios de comunicación, en la actualidad el público puede fungir como periodista al subir a las Web noticias, notas, imágenes, videos, etc. sobre algún acontecimiento. Con las nuevas tecnologías al alcance de las manos, una cámara fotográfica, un software para editar, modificar y publicar puede servir para colaborar o competir con cualquier medio.

La necesidad de comunicarnos, de hacer nuestras tareas educativas, de cumplir con nuestras responsabilidades laborales ha hecho que cada vez más las personas recurra al uso del Internet. Por ejemplo el Internet desde sus inicios hasta el momento es poco accesible para la gran mayoría. Quienes acceden a este servicio lo hacen en café-nets, bibliotecas, parques, etc. y no desde su casa por los altos costos. Se habla del nuevo analfabeto informático, aquel que no sabe usar una computadora para funciones básicas como: escribir un texto, mandar un correo electrónico, usar páginas de búsqueda en Internet, etc.

Las nuevas tecnologías, en este caso el Internet ha cambiado nuestra forma de comunicarnos, pero al hablar de los medios de comunicación la pregunta es ¿Cómo estas nuevas tecnologías han cambiado los medios de comunicación?

Los medios de comunicación convencionales como prensa, radio y televisión se han visto afectadas de una u otra manera por el Internet, aunque se habla de que el Internet podía desplazar a los medios convencionales esto no ha ocurrido.

La radio y la televisión han sido los menos afectados por el Internet, pues estos medios han aprovechado la Web para crear su propia pagina y esta a su vez les ha servido como herramienta para promocionar o difundir programas en vivo y pregrabados, hacer encuestas, agregar texto, imágenes, etc. Además de interactuar con el público. En el caso de la prensa escrita

AUTORA:

LORENA RODRIGUEZ J.



este medio sí se ha visto afectado en cierta medida pues los usuarios muchas de las veces se informan a través del Internet y adquieren menos periódicos.

Considerando que las TICs ayudan al intercambio de información de manera mas dinámica y ofrecen un mayor número de alternativas que van desde mensajes de texto, imágenes o transmisión de teleconferencias por citar algunos ejemplos, nos encontramos con que a su vez estos representan en si un problema pues a la velocidad con la que se recibe todo este cúmulo de datos, se pierde la capacidad de análisis. Este proceso de decodificación del mensaje es vital para completar el ciclo de la comunicación. Es por esta razón que a los medios de comunicación tradicionales se les confiere un estatus de confiable mismo que asegura de alguna u otra forma su estancia dentro del ámbito de las comunicaciones sociales, la diferencia en la manipulación de la información estriba en la confiabilidad de la fuente. La credibilidad propia de algunos medios convencionales permite que el público recurra a ellos, es decir el público siempre buscará fuentes fidedignas.

Otra de las implicaciones de las TICs dentro de la sociedad es que las personas dejan de leer libros, esto se esta convirtiendo en un ámbito mas cotidiano de la cultura a nivel mundial, en su gran mayoría promovido por la comodidad que nos brinda el Internet donde la información fluye de manera más rápida, entretenida y reducida.

Si bien por un lado la audiencia se ve beneficiada por el uso de las Redes Sociales promoviendo la comunicación participativa e interactiva con su público por el otro se ve perjudicada ya que aspectos de su vida privada están expuestos, esto muchas veces refleja el grado de inconsciencia de los usuarios al no percatarse de este efecto negativo, esto es lo que ponen en contra punto a las redes sociales virtuales.

El modelo económico de la red social de comunicación es empresarialmente mucho más sostenible que otros servicios gratuitos de Internet o de radiotelevisión. Se fundamenta en tres interesantes

AUTORA:

LORENA RODRIGUEZ J.



principios de aportación de valor: La afiliación voluntaria que cada usuario realiza al agregarse a una red, la aportación colaborativa de contenido de cada uno (fotos, vídeos, información, comentarios, votaciones, participación) y la atención que todos prestan a la publicidad que la mayoría de ellas emiten. El registro de la identidad de afiliación, que en algunas redes llega a requerir hasta 17 tipos de datos personales, representa una impresionante fuente de valor comercial (para su capacidad de segmentación y monitorización) sobre el perfil de los usuarios, a la vez que un inquietante riesgo cívico, por la falta de suficientes políticas de seguridad para la protección de la identidad.⁹

1.4. El Internet como soporte o medio de información

El Internet brinda información a gran escala, hoy no es raro escuchar que al preguntar a alguien por algún tema que desconoce le conteste ¡ busca en el Internet ! Al parecer la información sobre cualquier tema lo podemos encontrar en el Internet.

El Internet es una fuente de información o desinformación muy grande. Si se ingresa a una página de búsqueda y se digita cualquier palabra se podrá encontrar mucha información en formato texto, audio, video, imágenes.

La red es un cúmulo de información se puede viajar de forma virtual a cualquier lugar del mundo visitar museos, hoteles, conocer ciudades, etc.

⁹ CAMPOS FREIRE, Francisco (2008): "Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales" en Revista Latina de Comunicación Social, 63, páginas 287 a 293. La Laguna (Tenerife): Universidad de la Laguna, recuperado el 1 de julio del 2010
http://www.ull.es/publicaciones/latina/_2008/23_34_Santiago/Francisco_Campos.html



Puedes adquirir casi cualquier bien sin salir de tu casa: un vestido, una computadora, un boleto de avión, hasta conseguir esposo, de hecho eso también es un buen negocio en Internet

Los medios de comunicación han tenido que adaptarse a la nueva tecnología pues ellos no quieren perder audiencia, al contrario quieren ganar más y hacen uso de estas tecnologías.

Además hay revistas circulando por las calles donde sus notas son obtenidas del Internet todavía se vende información copy-paste para aquellos que no pueden usar el Internet por el tiempo, desconocimiento o comodidad, obviamente el único fin de estas revistas es vender publicidad. Este es un ejemplo de cómo la información publicada de manera impresa se vende todavía aunque sea un copiado y pegado del Internet.

1.5. Periodismo Digital

Para Ramón Salaverría, ciberperiodismo es el término que mejor recoge el espíritu del nuevo medio, definido como "la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos" ¹⁰

Este nuevo fenómeno, periodismo digital o ciberperiodismo no es más que la adhesión de los medios de comunicación al ciberespacio dicho de otro modo se habla de que tanto la prensa, la radio como la televisión ya ocupan un espacio en el Internet. Espacio que no dejarán porque esto representaría pérdida de audiencia. Y ya han perdido mucha pues el Internet se ha convertido en un fuerte rival de los medios de comunicación. Un medio más que otro se ha visto afectado por el Internet por ejemplo los cambios que se

¹⁰http://www.unav.es/fcom/guia/docs/resena_comunicacionypluralismo2006.pdf



han dado en la prensa han sido considerables pues ya no tienen la misma venta de periódicos pues muchos leen la información en el Internet, mientras que la radio y la televisión han usado el Internet como herramienta para promover su programación, hacer encuestas, interactuar con el público, etc.

Aunque hay muchos pseudo-periodistas que se dedican a subir al Internet noticias, imágenes, videos con contraste noticioso la credibilidad y la labor social del verdadero periodista y de las empresas periodísticas es la que marca la diferencia entre unos y otros. El público siempre buscará confirmar una noticia recurriendo a canales, emisoras, periódicos que cuenten con años de credibilidad aunque sea en la misma red.

Es por eso que hoy en día la prensa, radio y televisión digital se han sumado a las nuevas tecnologías como el Internet para sobrevivir dentro de la sociedad.

En este sentido los medios de comunicación convencional convencidos de la gran popularidad y de el poder que están teniendo las redes sociales virtuales y preocupados por este hecho en el Foro Económico Mundial Davos en el 2007 en una sesión del consejo de medios internacionales el director de unos los principales medios estadounidenses pregunto al fundador de Facebook Mark Zuckerberg de cómo podría lograr que su periódico creara una comunidad como la de Facebook a lo que el joven respondió: *«los medios no pueden crear redes como Facebook... Sin embargo, sí pueden hacer lo que siempre han hecho: ayudar a organizar el conocimiento de la comunidad para que una sociedad mejor informada pueda lograr las metas que el propio periodismo se propone a sí mismo»*.¹¹

¹¹ FLORES VIVAR, Jesús Miguel. Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. Comunicar [en línea] 2009, vol. XVII [citado 2010-07-13]. Disponible en Internet: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=15812486009> . ISSN 1134-3478.

AUTORA:

LORENA RODRIGUEZ J.



1.6. La Web 2.0 dentro de la participación colectiva

“Web 2.0 es el nombre que el 'gurú' Tim O'Reilly inventó para designar a la última evolución técnica de Internet, que permite más comunicación entre los usuarios gracias a diferentes servicios entre los que se encuentran los blogs, los wikis y los sitios web que facilitan compartir diferentes contenidos: direcciones favoritas (del.icio.us), fotos (Flickr), vídeos (YouTube) o noticias (Digg, Menéame).”¹²

Primero anotemos que en la Web 1.0 la información es difundida por un administrador de Páginas Web y los usuarios solo reciben la información de forma pasiva. En el caso de la Web 2.0 los propios usuarios son quienes generan información y la distribuyen a otros usuarios por los mismos medios traduciéndose en proactividad

Dentro de la Web 2.0 están los blogs, wikis, redes sociales, etc. sitios como Facebook, Youtube, Wikipedia son muy conocidos dentro de esta red.

En la actualidad se puede subir, editar y publicar notas, videos, imágenes, audio. Tener su propio blog, su propio programa de radio podcast) etc. democratizando la información, esto es la Web 2.0.

La palabra prosumidor, prosumer, en inglés es la unión de dos palabras producir (productor) y consumer (consumidor). El concepto fue anticipado por Marshall McLuhan y Barrington Nevitt, quienes en el libro take today (1972) afirmaron que la tecnología electrónica permitiría al consumidor asumir simultáneamente los roles de productor y consumidor de contenidos ¹³

¹² <http://www.consumer.es/web/es/tecnologia/internet/2006/08/23/154903.php>

¹³ http://www.fundacion.telefonica.com/debateyconocimiento/eventos/eventos/2010/mayo/pdf/EVEN_DYC_ARG_El%20proyecto%20Facebook%20y%20la%20posuniversidad_07_05_10.pdf#page=203



La Web 2.0 no solo se esta viendo como una ventana para la democratización en donde pueden los usuarios acceder a la información así como también a producir y a distribuirla. También algunos la ven como la mejor manera de hacer negocio pues lucran con la información personal del usuario, la cooperación con información, imágenes, videos, y además genera más audiencia.



CAPITULO II

EL FACEBOOK

2.1 Conceptualización

EL Facebook es una red social virtual, creado por Mark Zuckerberg mismo que oficialmente entró en línea el 4 de Febrero del 2004 originalmente llamado “thefacebook.com”

En la página de bienvenida se podía leer: “thefacebook es un directorio en línea que conecta gente a través de las redes sociales en los colegios. Hemos abierto thefacebook para consumo popular de la Universidad de Harvard, tu puedes usar este servicio para: buscar compañeros en tu escuela, averiguar con quien compartes clases, buscar a los amigos de tus amigos, y echar un vistazo a tu círculo de amistades.”¹⁴

Actualmente este sitio es tan popular que ofrece a todos la oportunidad de ser parte de esta red social tan solo con una cuenta de correo electrónico, al ser parte de esta comunidad el usuario puede invitar a su grupo de amigos a integrarse al Facebook y a su vez da la posibilidad de buscar a viejos conocidos, además abre la puerta para conocer un grupo nuevo de personas, a través del buscador que forma parte de la plataforma. Para hacer esto se ingresa un nombre y aparece una página llena con los resultados de la búsqueda, resultados que van acompañados de fotos, la forma en que trabaja el buscador es similar al usado por Google o Yahoo. Facebook posee una casilla de búsqueda donde la usuario ingresa el nombre y apellido de las personas a las que queremos encontrar, amigos, escritores, músicos, políticos o simplemente nombres al azar el buscador se encargara de desplegar una lista con los nombres y si el usuario actualizó su información en el perfil es posible que aparezcan las fotos asociadas a este.

¹⁴ <http://www.blogsocialmedia.es> (leído el 21 de Junio de 2010)

AUTORA:

LORENA RODRIGUEZ J.



Para darnos una idea estos son algunos ejemplos de los nombres que podemos encontrar en la red: Mahmoud Ahmadinejad, Papa Benedicto XVI, o Rafael Correa, también cabe destacar que existen muchos seudónimos y si la persona que buscamos no forma parte de la base de datos obviamente no nos será posible ubicarla.

Facebook actualmente no solo es un lugar de encuentro y búsqueda de amigos, también sirve como un medio donde se promueven artículos de consumo además los gigantes del mass media, como el CNN promueven información, inclusive imita la base de datos del famoso wikipedia, donde podemos encontrar páginas con información relevante de temas que van desde lo más triviales hasta temas de interés actual.

En Abril 21 de 2010 Mark Zuckerberg ofrece: “Una conferencia donde los desarrolladores y empresarios colaboran en el futuro de las tecnologías personalizadas y sociales. Esta conferencia se llama f8, los miembros del equipo de Facebook y la comunidad de desarrolladores explorarán varios temas, entre los que se incluyen nuevas herramientas y técnicas, estrategias de crecimiento empresarial y tecnologías abiertas.” Este año expuso que Facebook no solo transformó la manera en que las redes sociales se comportaban, sentando un modelo a seguir, explicó que en su primera etapa como gigante de la industria en ese rubro todos los esfuerzos iban orientados a modificar y a mejorar las redes sociales como tales, ahora el siguiente paso es mucho más ambicioso pues en esta nueva etapa el reto es modificar la dinámica con la que la Web se conduce. Para ello según Zuckerberg se valdrá de tres conceptos mismos que estarán a cargo de tres equipos de desarrolladores de sistemas o “developers” este es un movimiento sumamente importante para poder competir con empresas de éxito como Google o Myspace pues por medio de estas alianzas se abre un mundo de posibilidades para Facebook

Los tres conceptos que en palabras del propio Mark Zuckerberg harán que la Web se revolucione son: Open Graph, Instantly Social, Simple.

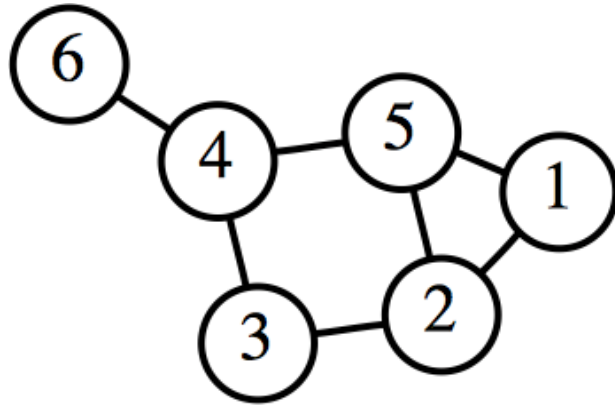
AUTORA:

LORENA RODRIGUEZ J.



Open Graph.- es la idea con la que se desarrolló en un principio la red social, este concepto está basado en la “Teoría de Gráfos”: sirve para describir gráficamente la manera en que interactúan los elementos de las redes sociales, utilizando como principales elementos: los “nodos” y las “aristas”, en las redes sociales los nodos somos los usuarios y las aristas son los puentes que nos comunican con otros “nodos” o usuarios”¹⁵

La red social es un mundo donde se comparten ideas, gustos, se hacen bromas, se coquetea, se informa, se puede discutir de temas que van desde lo trivial hasta los temas que afectan al mundo. Además



cuenta con la famosa sección multimedia que consiste en subir fotos o videos, otro fenómeno interesante es que dejó de ser de uso exclusivo de los adolescentes pues cada vez más adultos comenzaron a engrosar las filas que conforman este nuevo mundo virtual.

Instantly Social.- En castellano se traduciría como en “instantáneamente social” la idea de este concepto es incorporarlo de manera inmediata al grupo de usuarios que forman parte de la comunidad en Facebook, conectar e invitar a más gente a ser partícipe de cosas que nos gustan, por decir vivo en Cuenca y me gusta comer en “X” restaurant en mi página principal tendré la opción de compartir mi restaurante favorito, sirviendo de vínculo entre mi grupo de amigos y el negocio al que asisto, incorporándolo de manera instantánea a mi círculo social.

Simple.- Esta idea de simple es un concepto que más bien envuelve y se centra en el grupo de diseñadores de sistemas, pues involucra el desarrollo

¹⁵ **Abellanas, M. y Lodares, D.:** "Análisis de Algoritmos y Teoría de grafos".Ed. Ra-ma, 1990

<http://www.facebook.com/f8/> (Acceso a transmisión 23 de Junio 2010)

AUTORA:

LORENA RODRIGUEZ J.



de diagramas de flujo, códigos con los que programadores en el área de sistemas informáticos están más familiarizados, sin embargo la simplicidad se hace extensiva al usuario común, pues consiste en compartir e integrar contenidos como noticias o películas que capturan nuestra atención y lo hace extensivo al círculo de amistades.

Con la incorporación de un botón que estará en cada una de los servicios que hallamos en Internet, digamos que nos llamó la atención un artículo en CNN lo único que tengo que hacer para compartirlo sin tener conocimientos básicos de computación es darle un click al botón “LIKE” con la frase “me gusta” de esa manera se incorpora y se difunde la información de manera sencilla e instantánea, y se aplica para casi toda la información que navega en Internet. A las 24 horas de hacerse el anuncio ya se habían incorporado 1 millón del “botón me gusta” o “I like button” ubicados en sitios Web que navegan en Internet.¹⁶

En el caso de los dos canales de televisión de Ecuador encontramos que 8,656 usuarios de la página de Facebook de Teleamazonas oprimieron el botón me gusta mientras que 21,479 usuarios de Ecuavisa por su parte también usaron este botón.¹⁷

Un poco de historia.

Siendo estudiante en Ciencias de la Computación, Mark Zuckerberg pasaba las tardes en su dormitorio universitario, desarrollando ideas en una pizarra blanca de 2 metro de largo. Era Septiembre del 2003, según describe Dustin

¹⁶ <http://www.facebook.com/f8/> (Acceso a transmisión 23 de Junio 2010)

¹⁷ <http://www.facebook.com/pages/Quito-Ecuador-Guayaquil-Ecuador/Teleamazonas/237673324113>

<http://www.facebook.com/pages/Ecuavisa/205046278080>



Moskovitz compañero de dormitorio de Zuck, “El siempre quería bocetar sus ideas, aunque no necesariamente, le ayudara a clarificarlas”.

Muchas de estas ideas se centraban en hallar nuevas formas de servicio en el Internet. El pasaba miles de horas escribiendo códigos de ingeniería en computación, sin importar cuantas clases que nada tuvieran que ver con su pasión tuviese que tomar, para él dormir no era una prioridad. Si él no estaba escribiendo en su pizarra blanca, seguro estaría buscando algo en su computadora frente al monitor, como hipnotizado.

Inmediatamente esa primera semana en su segundo año de colegio, Zuckerberg elaboró un programa de computación el cual llamó Course Match, algo así como Curso para encontrar pareja. El lo hizo por diversión. La idea era ayudar a los estudiantes a escoger clases basándose con la premisa de saber quién formarían parte de esa clase específica, no por sus aptitudes académicas si no más bien motivados por la apariencia de las chicas o chicos (según sea el caso) que resultarían de alguna forma atractivas(os).

Se escogía un curso se hacía clic y de esa manera se podía ver quién más se había matriculado, su idea era buscar aquella chica linda que se sentaba a su lado en el curso de Topología, y de esa manera no perder contacto social el próximo semestre. La otra opción era buscar el nombre de la chica y averiguar en que clases se había registrado. En palabras del propio Zuckerberg como orgulloso de su intuición dice “tu podrías relacionarte con gente a través de cosas en común”. Miles de estudiantes inmediatamente comenzaron a utilizar Course Match.¹⁸

Este es el momento en el que sin aún el mundo saberlo y talvez ni el propio Zuckerberg sembraba la semilla de un concepto que habría de revolucionar el mundo de las comunicaciones.

Tras del éxito obtenido con Course Match, Zuckerberg decide poner en práctica otras ideas. Su próximo proyecto, que iniciaría en Octubre lo llamó

¹⁸ <http://www.blogsocialmedia.es/?p=78> (leído el 14 de Junio de 2010)



Facemash, este mostraría a la comunidad de Harvard una faceta un tanto irreverente del prolífico joven, el propósito era averiguar quien era la chica o chico más popular del campus, el código que habría de utilizar era similar al usado para averiguar el rango de jugadores de ajedrez, el invitó a usuarios a participar en una especie de encuesta mostrando las fotos de dos estudiantes del mismo sexo, mismos que serian puestos a votación para determinar quien era el más atractivo(a), era una especie de concurso por eliminatorias a medida que ganaban más votos aumentaban las posibilidades de ganar.

Las fotos que formarían parte del concurso por llamarlo de alguna manera fueron tomadas de los originalmente llamados “facebook” o registro de estudiantes de pregrado, éstas fotos son tomadas el mismo día que los matriculados asisten a orientación. Zuckerberg siendo un apasionado de las computadoras no encontró ningún obstáculo para obtener 9 versiones digitales de los llamados facebook de un total de doce. La Gaceta Universitaria *Harvard Crimson* da fe de este hecho titulándolo como “guerrilla computing” a lo sucedido. Tras resolver toda la serie de complicaciones técnicas finalmente lograr arrancar el sitio Web Facemash desde su laptop, Zuckerberg envia enlaces vía email a algunos de sus amigos, con la supuesta idea de poner a prueba este nuevo experimento en un lapso de 5 horas aproximadamente, tras de regresar de una junta, se encuentra con que su laptop esta saturada de mensajes según cita la gaceta de la Universidad “Alrededor de las 10:30 el Web Site ha sido visitado por unos 450 estudiantes”, esto fue todo un suceso no solo desde el punto de vista técnico, sino legal pues la Universidad lo acusó de violar el código de conducta así como derechos de autor y otros cargos como violación a las normas de seguridad, si esto no fuera poco dos grupos de mujeres de la misma universidad Fuerza Latina y la Asociación de Mujeres Negras de Harvard lo acusaban de promover una postura sexista y antiracista.¹⁹

¹⁹ <http://www.thecrimson.n.harvard.edu/article/2003/11/6/mash-for-the-most-monastic-undergraduates/>



Lo que era indiscutible era que Mark Zuckerberg tenía una habilidad nata de crear programas que la gente no podía dejar de utilizar.

2.1.1. Evolución

Las Redes Sociales y el Internet comparten una especie de relación simbiótica, pues no podríamos concebir la una sin la otra.

Cronología

Los conceptos de red social no son nuevos y muchos de los componentes del concepto Facebook fueron originalmente iniciados por otros. Zuckerberg ha sido acusado más de una vez de haber robado ideas para la creación de su producto. Pero de hecho el Facebook es una manera de honrar las ideas de aquellos que concibieron el concepto de un mundo conectado a través de la tecnología hace aproximadamente cuarenta años.

Algo similar a Facebook fue visualizado por Ingenieros quienes prepararon el terreno para lo que luego conoceríamos como Internet. *En un ensayo realizado por J.C.R. Licklider y Robert W* titulado “La Computadora como Instrumento de Comunicación” los autores se preguntan “Como serian las interacción de comunidades por medio de computadoras conectadas entre si?” *“What will on-line interactive communities be like?”* “En el mayor de los casos los miembros de estas comunidades (on-line) estarían separados geográficamente, reunidos en pequeños grupos , y algunas veces trabajando de manera individual.

Estas serían comunidades que no comparten el mismo espacio físico, pero comparten los mismos intereses.”El artículo se inclina sutilmente hacia el concepto de red social cuando menciona un ejemplo “En el futuro los individuos no mandaran una carta o un telegrama; simplemente se identificarán los unos a los otros gracias al intercambio de archivos”



Como empleado clave en los Proyectos de Investigación Avanzada en el Organismo del Departamento de Defensa, Licklider ayudó a concebir y crear la primera red de computadoras conectadas entre sí capaces de intercambiar información. conocida bajo el nombre de ARPAnet por sus siglas en inglés (**Advance Research Projects Agency Network**) que posteriormente sentaría la bases para el surgimiento de lo que hoy conocemos como el Internet.

En 1979, casi una década después de la aparición del ARPAnet un grupo de pioneros comenzaron a formar parte de las llamadas comunidades “online” o en línea, el primer servicio en Internet que capturó un número substancial de usuarios no considerados dentro del ámbito de los técnicos y antes de la aparición del World Wide Web fue “**Usenet**” mismo que permitía al usuario poner mensajes orientados a determinado grupo de personas con temas específicos mismos que determinaban los gustos y afinidades de los usuarios.²⁰

Definición de “El Internet”

El Internet, algunas veces llamado simplemente "La Red", es un sistema mundial de redes de computadoras, un conjunto integrado por las diferentes redes de cada país del mundo, por medio del cual un usuario en cualquier computadora puede, en caso de contar con los permisos apropiados, acceder información de otra computadora y poder tener inclusive comunicación directa con otros usuarios en otras computadoras.

Definición de “World Wide Web”

World Wide Web, o simplemente Web, es el universo de información accesible a través de Internet, una fuente inagotable del conocimiento humano. El componente más usado en el Internet es definitivamente el Web. En la mayoría de los Sitios Web, ciertas palabras aparecen en texto de otro

²⁰http://www.cc.gatech.edu/classes/cs6751_97_fall/projects/follow_me/hw4/licklider.htm



color diferente al resto del documento. Por lo general, este texto es subrayado. Al seleccionar una palabra o frase, uno es transferido al sitio o página relacionado a esa frase.

porejemplo@ucuenca.edu.ec

Usando el Web, se tiene acceso a millones de páginas de información. La exploración en el Web se realiza por medio de un software especial denominado Browser o Explorador. La apariencia de un Sitio Web puede variar ligeramente dependiendo del explorador que use. Así mismo, las versiones más recientes disponen de una funcionalidad mucho mayor tal como animación, realidad virtual, sonido y música.

Usenet

El sitio Usenet aún existe y explica el concepto bajo el que fue creado.

“En algún lugar de Hong Kong, un estudiante de física tiene una pregunta, en Canadá, alguien contesta a ella. Por otra parte, un debate se está librando: ¿Hubo realmente un rey Arturo? Es sólo otro día en Usenet. Lo que empezó hace 35 años para satisfacer una necesidad técnica sencilla se ha extendido a todos los rincones del mundo libre, un monumento a la imperiosa necesidad humana de comunicarse. Usenet se inició a finales de 1979, cuando dos estudiantes de postgrado de la Universidad de Duke, Tom Truscott y Jim Ellis, tuvieron la idea de conectar los sistemas informáticos como una forma de compartir información, utilizando el sistema operativo UNIX. Mientras tanto, en la cercana Universidad de Carolina del Norte, un estudiante graduado Steve Bellovin desarrolla lo que sería el software lector de noticias, tras de esta serie de eventos repentinamente las dos universidades estaban conectadas.”²¹

²¹ http://www.usenet.com/usenet_history.html (Leído el 24 de Junio 2010)

AUTORA:

LORENA RODRIGUEZ J.



La columna vertebral Usenet estaba constituida por voluntarios distribuidos en puntos clave, se guió por los administradores de red en los puntos de distribución y gracias al desarrollo de los sistemas.

En 1985, Stewart Brand, Larry Brilliant, en compañía de un grupo de colaboradores lanzaron un boletín electrónico llamado Whole Earth Electronic Link, ahora conocido como Well, en San Francisco. Hacia 1987, Howard Rheingold, un asiduo usuario del sitio, publicó un ensayo en el cual acuña el término **comunidad virtual** para describir esta nueva experiencia. En sus palabras: "Una comunidad virtual es un grupo de gente el cual podríamos o no conocer cara a cara, y con el cual habremos de intercambiar palabras y compartir ideas a través de la reflexión utilizando como medio la computadora, todo esto a través de boletines electrónicos transmitidos vía Network."²²

Más y más gente se volvió familiar con la comunicación electrónica, inicialmente comentando en grupos en línea y las salas de conversación mejor conocidas como chat rooms. Ese mismo año America Online comenzó bajo otro nombre.

En 1988, IBM y SEARS crearon un ambicioso servicio de carácter comercial vía Internet llamado Prodigy. Sin embargo poco tiempo después AOL se encargó de dominar el mercado Estadounidense una particularidad en este periodo es que la gente típicamente utilizaba un seudónimo para identificarse a si mismos y para a su vez interactuar con otras personas.

En 1990 el uso del correo electrónico se hace cada vez más común prevalece la costumbre de usar seudónimos que en nada se asemejaban a sus nombres reales.

En 1992 aparece la World Wide Web y con ello la noción de comunidad en línea avanza un poco más lejos. Servicios como The Globe. Com, Geocities,

²² <http://www.well.com/> (Leído el 25 de Junio 2010)



y Tripod surgen y brindan al usuario la posibilidad de establecer una página personalizada que en algunos casos esta ligada a páginas creadas por otros miembros.

En 1994 El primer sitio web de Mark Zuckerberg es creado en Geocities siendo alumno del junior high school. Ese mismo año aparece Match.com un sitio con fines de lucro y creado con un propósito específico el de buscar pareja.

En 1995 Aparece Classmates.com debutando como un sitio donde el usuario podría elegir el uso de su nombre real con la finalidad de hallar a excompañeros de escuela.

En 1997 La era de las redes sociales finalmente comienza, cuando aparece un sitio llamado Sixdegrees.com con base en Nueva York, y dónde la premisa es ofrecer servicio a los usuarios tomando como base nombres reales. Este es un elemento que definitivamente influye sobre la manera en que Facebook se conduce incorporando un perfil en línea basado en la identidad verdadera del usuario, la era de los seudónimos quedo atrás, pasamos de ser un ser “imaginario virtual” a un “ser real virtual”.El nombre de seis grado lo retoma de un concepto que fuera propuesto en el cuento llamado “Chains” (cadenas) de 1929 escrito por el poeta y dramaturgo de origen Húngaro Frigyes Karinthy.²³

La idea parte de la base de que “Cualquier persona puede conectarse con un desconocido en cualquier parte del mundo, para lograr tal fin lo único que se

²³ <http://www.karinthy.hu/pages/kf/en/> (Leído el 25 de Junio 2010)



requiere es de cinco intermediarios, con lo cual se cierra un ciclo de 6 elementos”²⁴

Posteriormente este concepto en el año de 1950 llamo la atención de dos científicos de reconocido nombre Ithiel de Sola Pool del Instituto Tecnológico de Masachusets y Manfred Kochen de la Universidad de Michigan pasan veinte años tratando de probar a través de una ardua investigación científica que esta teoría era posible, sin embargo las conclusiones no fueron contundentes.²⁵

Posteriormente el multgalardonado Stanley Miligram Sociólogo Estadounidense llevó acabo otro experimento con la finalidad de comprobar la teoría iniciada años atrás por el Sola Pool y Kochen, los resultados fueron publicado en la conocida revista “Psichology Today” ,dicho experimento fue conducido en el año de 1967 a este lo llamó “el mundo pequeño” mucho se habló dentro de la comunidad científica acerca del método utilizado para comprobar dicha experimento sin embargo lo interesante del caso es que vuelve aparecer una variante de entre 5 y 7 elementos ²⁶

Él selecciono al azar personas que vivían en el medio-oeste de los Estados Unidos para enviar paquetes a un extraño situado en Massachusetts. Los remitentes conocían el nombre del destinatario, su ocupación y ubicación general. Se les instruyó para enviar el paquete a esa persona, escogiendo a un extraño, fuera del círculo de amigos, la única condición es que eligieran a esa persona apostando a la probabilidad que este desconocido pudiese conocer al destinatario, (usando el criterio que aplicamos en los juegos de azar). Esa persona podría hacer lo mismo, y así sucesivamente, hasta que el paquete fue entregado personalmente a su destinatario final.

²⁴ <http://www.sixdegrees.com/> (Solo acceso al sitio) requiere invitación sitio visitado 25 de Junio 2010

²⁵ <http://www.garfield.library.upenn.edu/essays/v12p166y1989.pdf> (Leído el 26 de Junio 2010)

²⁶ http://www3.niu.edu/acad/psych/Millis/History/2003/stanley_milgram.htm Biografía del Psicólogo Stanley Milgram (Leído el 27 de Junio 2010)

AUTORA:

LORENA RODRIGUEZ J.



Aunque los participantes esperaban que la cadena deberá incluir al menos un centenar de intermediarios, sólo tomó (en promedio) entre cinco y siete personas es ahí donde nace la frase "seis grados de separación". El dramaturgo John Guare popularizó la frase cuando la escogió como título para su película de 1990 del mismo nombre donde Will Smith protagoniza dicha película. Los hallazgos de Milgram fueron descartados por la comunidad científica, tras descubrir que él basó su conclusión en un número muy reducido de paquetes, seis grados de separación se convirtió en una idea aceptada en la cultura popular.²⁷

En el 2002 Friendster es fundada por los diseñadores en sistemas de computo Jonathan Abrams y Cris Emmanuel en la ciudad de Mountain View California este servicio sigue la fórmula que caracteriza a las redes sociales , se crea un perfil con los datos del usuario, además de información tales como gustos musicales entre otras cosas. Pero una característica que identifica a estos primeros sitios sociales es que casi todos están orientados a la idea de encontrar una pareja. Fue un éxito en su primer año de operaciones pero con tal cantidad de usuarios pronto el servicio se volvió lento.²⁸ En agosto de este mismo año Myspace se lanza al mercado y logra un millón de usuarios.

En el 2004 **thefacebook.com** aparece en la Web, con la idea de ayudar a los miembros de la Universidad de Harvard a conocer que es lo que pasaba en ella la diferencia entre Myspace y Friendster con thefacebook es que no era como las otras redes sociales un lugar para encontrar pareja. Era una herramienta de comunicación visto desde el punto de vista académico, pues brindaba información acerca de clases como horarios, o listas de alumnos matriculados en dichas clases.

²⁷ <http://www.enotes.com/six-degrees> (Leído el 28 de Junio 2010)

²⁸ <http://www.inc.com/magazine/20070601/features-how-to-kill-a-great-idea.html> (Leído el 28 de Junio 2010)

AUTORA:

LORENA RODRIGUEZ J.



2.1.2 Expansión

El 11 de enero , Zuckerberg ingresa vía Internet a un sitio llamado Register.com y paga 30 dólares para registrar un sitio en la Web bajo el nombre de “thefacebook.com” con contrato de un año, posteriormente encuentra un servidor llamado Manage.com y paga 85 dólares de renta mensual con la finalidad de tener un lugar confiable que pueda almacenar “data” y donde además resida la base de datos del sitio, a pesar de que serviría a la comunidad de Harvard este movimiento le daría libertad para operar pues no estaría alojado en la red de la institución.

Mark Zuckerberg se asocia con Eduardo Saverin ofreciéndole un tercio de las ganancias que el sitio generara a cambio de una pequeña inversión. Eduardo Saverin, hijo de un acaudalado empresario Brasileño y el cual conociera en la fraternidad Alpha Epsilon Pi, fraternidad de estudiantes judíos de la cual ambos eran miembros, Saverin era miembro del club de inversión del colegio, además de ser un excelente jugador de ajedrez y que era reconocido entre sus amigos como un genio de las matemáticas .Los dos jóvenes empresarios tenían a penas 19 años de edad.

Thefacebook registraba después de un mes 10,000 usuarios activos, thefacebook empezó a extenderse a otras universidades, el 25 de febrero la Universidad de Columbia era parte de la red, cuatro días después el 29 de febrero se unió la Universidad de Stanfrd, con tantos nuevos miembros en la red Zuckerberg invitó a sus compañeros de cuarto de la Universidad entre los que se destaca el nombre de Chris Huges, Hughes se convirtió en el vocero oficial de “thefacebook” para ese entonces la Universidad de Yale ya era parte de la red.

La lista de Universidades integradas a la red eran MIT, Pennsylvania, Princenton, Brown,y Boston, estamos hablando de que para el mes de Marzo la red de usuarios la conformaban 30,000 estudiantes. Para entonces Zuckerberg y Saverin estuvieron de acuerdo en invertir 10,000 dólares, mientras tanto este último comenzó a vender un poco de publicidad y

AUTORA:

LORENA RODRIGUEZ J.



pequeños contratos a empresas que se dedicaban a ofrecer productos a estudiantes, en Junio le ofrecen 10,000 de dólares por la compañía.²⁹

2.1.3 Servicios que ofrece

- Buscador
 1. Perfil del Usuario
 2. Página de Bienvenida
 3. Centro de Mensajes
 4. Eventos
 5. Sección de Fotos
 6. Sección de Amigos
 7. Aplicaciones
 8. Juegos
 9. News Feed
- Buscador o Search

Funciona como maquinaria de búsqueda, se ingresa un nombre y ésta genera una respuesta donde aparecen las listas de miembros registrados acompañados de fotografía en el caso de que el usuario halla actualizado la información del perfil principal.

1.- Perfil del Usuario

Esta sección se llena con los datos básicos del usuario y se divide en dos columnas principales:

Lado Izquierdo está:

1.-Información Básica

2.-Foto de Usuario

²⁹ KIRKPATRICK, David. 2010 *The Facebook Effect* . New York, Simon & Schuster.

AUTORA:

LORENA RODRIGUEZ J.



3.-Vinculo a circulo de amistades

4.-Gustos e intereses

5.-Educación & Empleos

6.-Hoja con información de contacto: teléfonos, cuenta de correo u otros según aplique.

7.-Control de Privacidad

Lado derecho contiene:

1- Nombre Apellido

2,-Ciudad de residencia

3.-Ciudad de nacimiento

4.-Fecha de nacimiento

5.-Género

6.-Intención de la búsqueda

7.-Postura política

8.-Religión

9.-Biografía

Grupos y Páginas.- Aquí se pueden ver los **grupos** a las que se está suscrito este sirve como punto de encuentro con personas que pueden estar dentro y fuera de mi grupo de “amistades” es decir puede que encuentre a amigos aquí, pero existe la posibilidad de conocer nuevas personas pues el factor común es el tópico que se toca como ejemplo al ingresar a la página de Ecuavisa se puede encontrar a personas que no se conoce pero que por

AUTORA:

LORENA RODRIGUEZ J.



compartir un interés común son potenciales candidatos a aumentar el círculo de “amigos” .

Páginas.- Las páginas es una nueva modalidad dentro de la plataforma de Facebook pues a diferencia de “los grupos”, “las páginas “ no contienen grupos de discusión aquí se difunde información de personajes o temas de todo tipo,

2.1.4 Impacto internacional de Facebook

En 1931, Arthur C. Nielsen, escribió el Código Nielsen, donde definió los principios que guiarían a Nielsen para el liderazgo global en investigación de mercados. El Código continúa teniendo importancia en nuestros días y sigue guiando nuestro negocio.

La Empresa Nielsen afirma en Marzo 2009 que :

1. “Un cambio de dimensiones épicas esta por acontecer , en la manera en que el ser humano dedica tiempo en Internet,”
2. “Surge una nueva forma de comunicación que se incorpora a la lista de nuestras actividades cotidianas” .

Esta afirmación es digna de análisis para poder entender el impacto que el Facebook tiene en la sociedad parafraseando según la afirmación de la Empresa Nielsen, una cambio de dimensiones épicas esta modificando la manera en la que el ciudadano común distribuye su tiempo, esto se desprende del análisis de mercado que hiciera la compañía mismo que arrojo información que cito textual:

“Time spent on social networks by internet users worldwide had for first time exceeded the amount of time Internet users spent on email.”

“El tiempo utilizado en las redes sociales por los usuarios de Internet en todo el mundo por primera vez ha superado la cantidad de usuarios de Internet que dedicaban tiempo al uso del correo electrónico”

AUTORA:

LORENA RODRIGUEZ J.



Esto quizás aún no nos diga nada pero con la ayuda de las estadísticas quizás podamos comprender un poco mejor el punto de vista que definió semejantes aseveraciones.

El tiempo promedio utilizado en las llamadas “redes sociales” crecía a un ritmo digamos saludable del 63% alrededor del mundo en el año 2008.

Facebook sin embargo se encontraba en otro nivel, rebasaba todos los parámetros conocidos en cuanto a estadísticas de crecimiento que esta empresa había hecho, y vaya que estamos hablando de una empresa bastante sería reconocida en por lo menos 100 países y con una reputación intachable.

El tiempo promedio utilizado en Facebook se había incrementado en un 566% en el mismo año, tiempo que medido en minutos elevaba la cifra a 20.5 billones de minutos.

Podríamos citar más y más estadísticas sin embargo concluiremos con que para agosto del año 2009 la cifra se estimaba en 350 millones de usuarios según la firma Nielsen.²⁹

Hacia el mes de Abril del año 2010 en la conferencia convocada por Facebook conocida bajo el nombre de **f8** el mismo Mark Zuckerberg declara que la cifra de usuarios activos en este sitio asciende a 400 millones de usuarios.

El impacto internacional de Facebook tiene casos como el de Oscar Morales, un Ingeniero Civil que además de su profesión tenía una pasión por el uso de las computadoras otro elemento entro en la escena para poder explicar como el Facebook puede impactar a la sociedad como medio de comunicación. Este elemento al que nos referimos es el caso de Emanuel Rojas de cuatro años de edad hijo de Clara Rojas, mismos que fueran hechos prisioneros y

²⁹ <http://cl.nielsen.com/company/nielsen.shtml>



permanecieran cautivos en la jungla de Colombia a manos del grupo guerrillero FARC, en total el FARC o Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia mantenían cautivos a un total de 700 prisioneros que fueron secuestrados entre los que se encontraba la candidata presidencial por Colombia Ingrid Betancourt misma que fue capturada durante su campaña en el año 2002. Oscar Morales abre una página en Facebook y convoca a movilizaciones que logran un quórum de 4 millones de personas alrededor del mundo, esto si tomamos en cuenta que para entonces los sitios de Facebook no tenían ni la popularidad ni el apoyo logístico necesario para hacerse de fácil acceso a la población hispanoparlantes del planeta, sin duda marco un Impacto Internacional de esta plataforma.³⁰

VKohtakte

Desde el punto de vista como comunicadores sociales nos permite ver cómo el Facebook hace un esfuerzo por ser una verdadera herramienta de comunicación a nivel internacional.

En mayo del 2009 Mark Zuckerberg se anota otro éxito, además de que en términos de impacto internacional esto es otro claro ejemplo de cómo el fenómeno Facebook va dejando huella más allá de las fronteras.

En Moscú la empresa Dígital Sky Technologies invierte \$200 millones de dólares con el fin de llevarse una tajada del pastel llamado Facebook esta empresa se encarga de invertir dinero exclusivamente en compañías que están orientadas al desarrollo de tecnologías en Internet, DST es el propietario del clon Ruso de Facebook llamado “ВКонтакте” o Vkontakte que traducido sería “En contacto”. Lo que motivo al Director en Jefe de Digital Sky Technologies para hacer dicha inversión es su rentabilidad como negocio, el director se llama Yuri Milner.³¹

³⁰ KIRKPATRICK, David. 2010 **The Facebook Effect . New York, Simon & Schuste**

³¹ <http://www.crunchbase.com/person/yuri-milner> (Leído el 28 de Junio 2010)

AUTORA:

LORENA RODRIGUEZ J.



Un dato curioso es que al ingresar el nombre del director en jefe de DST Yuri Milner en la casilla de búsqueda de Facebook no arrojo datos.

2.1.5 Críticas al Facebook

No pude acceder a una cuenta de Facebook, sin antes poseer una cuenta de correo válida, esto en si ya es un inconveniente por que al asociar las cuentas de correo electrónico sin pedir permiso, automáticamente extraen información de el perfil de dicha cuenta, y logran vincular con la lista de contactos del usuario, es decir si se ingresa una cuenta de correo electrónico real con la solicitud para ser parte de Facebook, sin preguntar automáticamente ya tendrían una manera de ubicar al usuario y no solo eso , además tendrían una lista de nombres ligados a la lista de contactos propia del correo electrónico, esto es la primera crítica que a manera de titulo personal yo he de enunciar, pues es una invasión a la privacidad de los usuarios. Es increíble como es casi imposible navegar de incógnito a través de estos sitios

Yahoo da la opción de que el nombre y la información del usuario pueda ser o no encontrada en Internet, así como advierte de que el usuario está aceptando los términos de servicio del propietario del sitio que en este caso es Yahoo.

La última casilla se da permiso para que la información del usuario sea compartida por prestadores de servicio aún cuando estos no sean desarrollados o controlados por Yahoo.

2.2 Tipos de información

La información que se brinda en el Facebook va desde datos del usuario, hasta noticias. Esta se divide en varias categorías

1. Perfil de usuario
2. Noticias
3. Mensajes

AUTORA:

LORENA RODRIGUEZ J.



4. Eventos
5. Fotos
6. Amigos

1.- Perfil de usuario, aquí residen nuestros datos generales: Sexo, fecha de nacimiento, educación, empleos, gustos e intereses, información de contacto, correo(s) teléfono, fax, según aplique.

2.- Noticias, esta página es un foro de expresión que reúne todos los comentarios de mi cadena de contactos así como también de las personas que yo no conozco pero que son parte de los contactos de mis “amigos” además nos permite expresar lo que estamos pensando, o haciendo.

3.- Mensajes, ésta sección es más personal, es similar al concepto que se utiliza en los correos electrónicos pues solo el emisor y el receptor tienen acceso a ellos.

4.- Eventos aquí se puede crear eventos, como reuniones, en los cuales se escribe la información correspondiente, como lugar, hora, motivo de la reunión, así como una lista de invitados.

5.- Fotos, en esta la comunicación se complementa por medios gráficos se comparten fotos de todo tipo, de eventos, de amigos, puede ser del último cumpleaños o de lugares que visitamos, en fin todo lo que podamos bajar de una cámara fotográfica, además se complementa con textos. Las fotos también tienen la opción de ser compartidas, en el foro común y son objeto de comentarios por parte de la comunidad.

6.- Amigos, en esta sección se puede ver la lista de personas que pertenecen a mi red, a su vez se puede ingresar a la lista de amigos de mis amigos, siempre y cuando los niveles de seguridad que uno mismo fija se lo permitan.

AUTORA:

LORENA RODRIGUEZ J.



2.3 La información: redistribución

De la misma manera que compartimos nuestros pensamientos, también podemos compartir artículos, videos, noticias, documentos, programas de televisión o todo lo que tenga una dirección electrónica, en este caso : Tuve a bien compartir esta dirección que corresponde a un artículo del escritor Mexicano Carlos Monsiváis el link o vínculo abre la página donde se encuentra el documento a continuación anexo un fragmento:

<http://fbshare.me/APG5D>

Carlos Monsiváis

Distrito Federal, México

Todavía hace medio siglo persistía la certeza: escribir bien era un deber de los periodistas, al ser la prensa el medio de la fuerza cotidiana de la expresión social, el gran modelo verbal que complementa al básico (la literatura), el ámbito donde la redacción correcta y elegante de las noticias es un instrumento informativo y formativo.

Entonces, el comentario más elogioso sobre un articulista es “tiene buena prosa”, y a un reportero se le festejan la oportunidad, el valor de la denuncia y la calidad de su impulso narrativo (antes de continuar, me sigue llamando la atención el uso del término “prensa escrita”, que festeja el pleonasma por miedo a declararse en desventaja ante la televisión).

2.4 El Facebook y la comunidad

Una vez comprobado el éxito de esta plataforma llamada Facebook, que fue todo un éxito en los Estados Unidos, y tras de su desproporcionada velocidad de crecimiento, al grupo de dirigentes del gigante de las redes sociales les asalta otra idea, la de abrirse camino alrededor del mundo.

AUTORA:

LORENA RODRIGUEZ J.



Uno de los elementos que llevaron a la rápida propagación del Facebook entre comunidades es la habilidad para comunicarse entre si.

Ahora el siguiente gran reto era el de romper las barreras del idioma, esto a su vez permitió que ese denominador común el idioma permitiera coexistir en comunidades con un elemento básico para lograr una comunicación exitosa.

Es así como en el año 2008 Facebook lanza una aplicación que tiene como objetivo invitar a los usuarios bilingües (ingles-español) a colaborar con sus conocimientos en traducción. Por ejemplo en el foro se escribía una palabra y los usuarios participantes traducían dicha palabra , posteriormente se realizaba una votación para elegir la mejor traducción. Después de que 2.8 millones de hispanoparlantes participaran traduciendo y votando, los ingenieros de Facebook recabaron esos datos y el 11 de febrero aparece por primera vez Facebook en español. Hallada la fórmula, Facebook inicia su vertiginosa expansión en el mundo.³²

2.5 Las Redes Sociales: caracterización

Hasta ahora hemos hablado una y otra vez de redes sociales pero finalmente ¿Qué son las redes sociales? Es realmente difícil encontrar una definición de este concepto si pretendemos utilizar los medios tradicionales de definición de términos tales como el diccionario pues por citar un ejemplo: La Real Academia de La Lengua Española no nos brinda una definición que nos aproxime ni un poco al concepto del cual estamos hablando, es importante destacar que la velocidad con la que la tecnología y las instituciones se desplazan es una especie de “ritmo sincopado”.

En el año 2007 Danah Boyd en colaboración con Nicole Ellison, realiza un estudio muy bien estructurado destacando los elementos más sobresalientes de lo que una verdadera red social debe poseer además de ofrecer una definición acerca de lo es una red social.

³² <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics> (Leído 4 de Julio 2010)



Las Redes Sociales o (SNSs) son servicios ubicados en la Web (World, Wide, Web) que permiten a los individuos construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con quienes se comparte una conexión, ver y recorrer su lista de conexiones y aquellas hechas por otros usuarios dentro del sistema. La naturaleza y nomenclatura de esas conexiones puede variar de sitio a sitio.”³³

Las Redes Sociales o “SNSs” por sus siglas en inglés: “Social Network Services”, están atrayendo cada vez más la atención de los investigadores académicos e industriales intrigados por el cúmulo de posibilidades que estos ofrecen además de los alcances que estos ofrecen.

³³ http://www.zephoria.org/thoughts/archives/2008/01/18/lets_define_our.html



CAPITULO III

ANALISIS DEL FACEBOOK EN EL PERIODISMO TELEVISIVO

3.1 Canales de Televisión que usan Facebook: Características

La selección que se hizo fueron de dos canales de televisión de Ecuador que usan Facebook pero que además es considerable la participación de los usuarios dejando comentarios en esta Red Social Virtual.

El primer canal es Ecuavisa, miembro de la Organización de Televisión Iberoamericana fundada el 1 de marzo de 1967 por Xavier Alvarado Roca, sus instalaciones están situadas en el Cerro del Carmen Guayaquil, también cuenta tiene transmisión Internacional.

El segundo canal es Teleamazonas también miembro de la Organización de Televisión Iberoamericana, el cual en 1972 se le conoció como Amazonas, proyecto de una comisión evangélica, para luego si llamarse como actualmente se le conoce como Teleamazonas, fundada por Antonio Granda Centeno empezó sus transmisiones en 1974, un hecho a destacar es que es el primer canal en transmitir las imágenes en color.³⁴

3.2 Actitudes de los ciudadanos en el uso de Facebook

Según la pagina Web About.com la red social virtual más popular alrededor del mundo es Facebook seguida de MySpace y Twitter.³⁵ Ahora en la propia página de Facebook en la sección “facebakers” que es una pagina en donde se publica estadísticas sobre los adeptos de esta página en cada país.

³⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Ecuavisa#Noticieros_y_programas_de_opini.C3.B3n

http://es.wikipedia.org/wiki/Teleamazonas#Otros_programas

³⁵ <http://webtrends.about.com/b/2010/03/15/the-top-10-most-popular-social-networks.htm>



Encontramos que en Ecuador la penetración de la población que usa Facebook es de 9.21 %, sobrepasando el millón de usuarios. También se puede ver que la población que más usa Facebook están entre las edades de 18 a 24 con el 36% seguido por edades que van entre los 25 a 34 años, con el 27%. Entre hombres y mujeres no hay diferencia pues comparten el 50% cada uno.³⁶

Tomando en cuenta las estadísticas y la popularidad del Facebook no solo los usuarios, ciudadanos o público en general quieren ser parte de esta red social tan popular sino los medios de comunicación también quieren ser miembro de esta comunidad. Claro ejemplo de esto son los canales Ecuavisa y Teleamazonas.

3.3 Análisis de la información obtenida de la página de Facebook de Ecuavisa y Teleamazonas en el mes de Junio del 2010.

En el mes de Junio en la página de Facebook de Ecuavisa fueron dejados 1424 mensajes de los cuales 724 pertenecen a mensajes de usuarios mientras que los 700 mensajes restantes pertenecen a mensajes dejados por el mismo canal de Ecuavisa. Los mensajes son cortos, anunciando noticias, invitación a participar en algún concurso y sobre todo anuncios sobre la programación. En estos mensajes Ecuavisa agrega un link para que los usuarios accedan a la página principal de dicho canal.

En cuanto a los usuarios los 722 mensajes son acerca de la programación: que cambien el horario de una novela, que lo devuelvan al horario anterior, quejándose que el canal no hace caso a sus peticiones y comentarios, que no les importa la opinión del televidente. Además amenazan organizarse para que los televidentes que se ven perjudicados por la falta de atención a sus peticiones ya no sintonicen más el canal, no solo se quejan de la poca acción

³⁶ <http://www.facebakers.com/countries-with-facebook/EC/>



ante sus sugerencias sino del poco interés en responder, porque se dan cambios sin previo aviso, irrespetando de esta manera a la teleaudiencia. Los 2 mensajes de los 724 que corresponde a los usuarios hablaban de problemas sociales.

En el caso de Teleamazonas en el mes de junio los usuarios que ingresaron a la página de Facebook del canal y dejaron mensajes fueron 440, de las cuales 312 fueron usuarios de diferentes partes del país y 128 fueron de Teleamazonas dejando mensajes sobre su programación. Solo 13 de estos mensajes fueron para hacer denuncias o pedir atención del medio y la ciudadanía para tratar algún problema social.

Como podemos notar el 70% de los usuarios que ingresaron a la página de Facebook de Teleamazonas lo hicieron con el fin de felicitar, comentar o sugerir acerca de la programación, y dentro de este 70 % solo 13 personas ingresan para hacer una denuncia o para pedir atención de los medios. El 30% restante fueron mensajes dejados por Teleamazonas promocionando e invitando a la audiencia a ver sus programas de televisión.

Como podemos constatar la población ecuatoriana usa el Facebook de un canal de televisión en este caso Ecuavisa y Teleamazonas para opinar sobre la programación del canal y no para tratar temas de interés social a favor del progreso de la comunidad, no lo ve como medio para comentar, analizar sobre los problemas que afectan a la sociedad ecuatoriana ellos se enfocan en comentar sobre temas superficiales como novelas, artistas de moda, entre otros También hay unos pocos usuarios que lo usan como herramienta de publicidad para promocionar sus negocios.

3.4 Análisis de la encuesta

En la encuesta realizada en la ciudad de Cuenca en el Centro histórico pudimos constatar que el 43% de los encuestados usan el Internet desde su casa, seguido por un 32% que lo usan en café nets. Con respecto al tiempo

AUTORA:

LORENA RODRIGUEZ J.



de uso del Internet el 42% usa los 7 días de la semana seguido de el 14 % de lo usan de 3 a 4 días, a los encuestados le preguntamos para que ingresan al Internet el 33 % contesto por entretenimiento y el 29% en búsqueda de información mientras que el 19% lo comparten educación y comunicación. Mientras que si Google ocupa el primer lugar con el 75% en la página de búsqueda el 25% nombraron páginas como Yahoo, Altavista, Wikipedia, entre otras. Al preguntar si tienen o utilizan la red social facebook el 51 % contestaron que si frente al 28% que no usan Facebook y el 21 % usan otras redes sociales como Hi5 y Sónico. El 73% lo usa para interactuar con sus amigos, buscar conocidos, y comunicarse con sus familiares que viven en el extranjero, mientras que 11% lo usa como un medio información y el 16% ingresa por entretenimiento. Ante la pregunta de si ¿utilizaría el Facebook de los medios de comunicación para denunciar problemas sociales? el 53% dijo que si, sería una buena opción porque es un medio popular y serviría para informar a toda la ciudadanía de los problemas de la sociedad frente al 47 % que dijo que no lo harían pues no creen que sea un buen medio porque el Facebook es una red social de entretenimiento nada más.

En conclusión el 50% la sociedad cuencana entrevistada si utilizaría el Facebook de los medios de comunicación para expresar sus preocupaciones, hacer sugerencias y comentarios. Aunque este porcentaje constituye mas del 50 % , en el momento de entrevistarlos ninguno de los entrevistados había hecho ninguna denuncia o comentario acerca de temas que afectan a la sociedad cuencana y ecuatoriana, al parecer les parece muy buena la idea de usar la herramienta del Facebook para hacer escuchar su voz pero al parecer no lo hacen.

AUTORA:

LORENA RODRIGUEZ J.



BIBLIOGRAFIA

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n18/18acontreras.html>

http://eprints.ucm.es/9552/1/AnagramasNro.14-2009-Estudiantes_en_la_reinvencion_de_los_medios.pdf

CAMPOS FREIRE, Francisco (2008): "Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales" en Revista Latina de Comunicación Social, 63, páginas 287 a 293. La Laguna (Tenerife): Universidad de la Laguna, recuperado el 1 de julio del 2010
http://www.ull.es/publicaciones/latina/_2008/23_34_Santiago/Francisco_Campos.html

http://www.unav.es/fcom/guia/docs/resena_comunicacionypluralismo2006.pdf

FLORES VIVAR, Jesús Miguel. Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. Comunicar [en línea] 2009, vol. XVII [citado 2010-07-13]. Disponible en Internet:
<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=15812486009> . ISSN 1134-3478.

<http://www.consumer.es/web/es/tecnologia/internet/2006/08/23/154903.php>

http://www.fundacion.telefonica.com/debateyconocimiento/eventos/eventos/2010/mayo/pdf/EVEN_DYC_ARG_EI%20proyecto%20Facebook%20y%20la%20posuniversidad_07_05_10.pdf#page=203

<http://www.blogsocialmedia.es> (leído el 21 de Junio de 2010)

ABELLANAS, M. y LODARES, D.: "*Análisis de Algoritmos y Teoría de grafos*".Ed. Rama, 1990

<http://www.facebook.com/f8>(Acceso a transmisión 23 de Junio 2010)

<http://www.facebook.com/f8>(Acceso a transmisión 23 de Junio 2010)

<http://www.facebook.com/pages/Quito-Ecuador-Guayaquil-Ecuador/Teleamazonas/237673324113>

<http://www.facebook.com/pages/Ecuavisa/205046278080>

<http://www.blogsocialmedia.es/?p=78> (leído el 14 de Junio de 2010)

<http://www.thecrimson.harvard.edu/article/2003/11/6/mash-for-the-most-monastic-undergraduates/>

http://www.cc.gatech.edu/classes/cs6751_97_fall/projects/follow_me/hw4/licklider.htm

http://www.usenet.com/usenet_history.html (Leído el 24 de Junio 2010)

<http://www.well.com/> (Leído el 25 de Junio 2010)

AUTORA:

LORENA RODRIGUEZ J.



<http://www.sixdegrees.com/> (Solo acceso al sitio) requiere invitación sitio visitado 25 de Junio 2010

<http://www.garfield.library.upenn.edu/essays/v12p166y1989.pdf> (Leído el 26 de Junio 2010)

http://www3.niu.edu/acad/psych/Millis/History/2003/stanley_milgram.htm
Biografía del Psicólogo Stanley Milgram (Leído el 27 de Junio 2010)

<http://www.karinthy.hu/pages/kf/en/> (Leído el 25 de Junio 2010)

<http://www.enotes.com/six-degrees> (Leído el 28 de Junio 2010)

<http://www.inc.com/magazine/20070601/features-how-to-kill-a-great-idea.html> (Leído el 28 de Junio 2010)

<http://cl.nielsen.com/company/nielsen.shtml>

<http://www.crunchbase.com/person/yuri-milner> (Leído el 28 de Junio 2010)

<http://www.facebook.com/press/info.php?statistics> (Leído 4 de Julio 2010)

http://www.zephoria.org/thoughts/archives/2008/01/18/lets_define_our.html

http://es.wikipedia.org/wiki/Ecuavisa#Noticieros_y_programas_de_opini.C3.B3n

http://es.wikipedia.org/wiki/Teleamazonas#Otros_programas

<http://webtrends.about.com/b/2010/03/15/the-top-10-most-popular-social-networks.htm>

<http://www.facebakers.com/countries-with-facebook/EC/>



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La penetración del Internet en Ecuador es del 1.1 %, dentro de los países de Sudamérica, comparados con otros países como Brasil que acceden al servicio Internet en 50%, se puede notar así la gran brecha digital de la que hablan muchos autores. Encontrándose el Ecuador con respecto a otros países dentro de los “infopobres.”

El impacto de la Web 2.0 en el mundo es de vital importancia puesto que antes la sociedad que usaba el Internet solo era receptor de información, en la actualidad gracias a la Web 2.0 los usuarios se convierten en “prosumidores” es decir se vuelven consumidores y a la vez productores de información y contenido.

Dentro de lo que se conoce como redes sociales virtuales el Facebook ha tomado gran impacto en el mundo de la comunicación y la información pues por medio de esta plataforma se puede difundir y compartir información, así como también comunicar de maneras distintas lo que acontece en nuestras vidas.

El Facebook se ha posesionado en el Ecuador, siendo la red social más popular en la actualidad, conscientes de esto los medios de comunicación y en este caso mas concreto Ecuavisa y Teleamazonas han definido bien como utilizar esta herramienta pues lo hacen para publicitar su programación (noticias, deportes, entretenimiento, etc.). Constituyéndose el Facebook como una página extra para estos medios, logrando así captar más audiencia.

Los ecuatorianos que usan el Facebook de estos medios (Ecuavisa, Teleamazonas) lo hacen con el objetivo de comentar sobre la programación de estos canales, además de dar sus comentarios sobre hechos de poco contenido social. Entendiéndose que los ciudadanos no le ven al Facebook como un medio para comentar, analizar y difundir temas de interés social que afectan a la comunidad.

AUTORA:

LORENA RODRIGUEZ J.



A pesar de que algunos usuarios de la red social Facebook (Ecuavisa, Teleamazonas) dan su opinión, sugerencias, quejas sobre la programación, estos no reciben la atención apropiada por parte de los administradores de la página. Notándose así la falta de interés de parte de estos gigantes de la comunicación ecuatoriana por responder a sus inquietudes y a pesar de que son temas sobre su misma programación.

Si bien la población ecuatoriana hace uso del Facebook para expresar sus sentimientos, inquietudes, pensamientos, etc. hasta ahora no han sabido explotar sus verdaderos potenciales como herramienta de comunicación social y como medio de convocatoria y organización social.



OBJETIVO GENERAL

- Analizar como el Facebook sirve de herramienta de interacción entre la audiencia y los canales más sobresalientes del Ecuador (Ecuavisa y Teleamazonas)

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fundamentar teóricamente las nuevas tecnologías de la información y el Facebook dentro de la sociedad.
- Analizar la manera en que el público interactúa con los dos principales canales de televisión utilizando como herramienta el Facebook
- Identificar el aporte de los canales de televisión en la solución de problemas de la audiencia a través del Facebook.
- Analizar el comportamiento de la Audiencia en el uso del Facebook de los canales televisivos.