



UNIVERSIDAD DE JAÉN
Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación

Trabajo Fin de Grado

Las redes sociales en la actualidad.

Raquel Molina Pardo

Tutor/a: Prof. D.^a Genara Pulido Tirado
Dpto.: Filología Hispánica

Mayo, 2018

Índice

1.	Introducción	4
2.	Justificación	4
3.	Objetivos	5
4.	Metodología	5
5.	Desarrollo de la investigación	5
5.1	Historia de las redes sociales	12
5.2	Clasificación de las redes sociales	13
5.3	Las redes sociales en la educación	13
5.4	Las redes sociales en las universidades españolas	15
5.5	Facebook	16
5.6	Lenguaje en redes sociales	17
5.7	Acoso a través de las redes sociales	20
5.8	Las redes sociales en la iglesia	22
5.9	El terrorismo <i>yihadista</i> en internet	23
5.10	Redes sociales: privacidad	25
6.	Conclusión	26
7.	Referencias bibliográficas	28

Resumen

En este trabajo estudio la influencia que ejercen las “redes sociales” en la actualidad y trato diversos aspectos en relación con ellas.

Pretendemos obtener un conocimiento adecuado del estado actual de las redes sociales virtuales en relación con la comunicación. Y es que desde hace unos años, el fenómeno más destacado de internet ha sido el rápido crecimiento de dichas redes. Centramos también la atención en aquellas redes sociales que sean de mayor uso en la sociedad, como será el caso de “Facebook” principalmente, aunque comentaremos algunas más.

Esta inmersión de las redes sociales en nuestra actual vida cotidiana se ha ido dando de una manera progresiva a medida que pasa el tiempo. Esta es una nueva forma de comunicación: asincrónica, rápida y efectiva.

Palabras clave: Redes sociales, comunicación, Facebook, Internet, sociedad.

Abstract

According to this research, I have studied how social media can affect our daily lives and how deal with it.

We try to stablish an appropriate knowledge in today's virtual social media directly related to communication. Due to the last few years, social media has suffered a great and fast development. My research would be focus on those social media applications that are used the most, such as Facebook that is an open and free book of communication. Social media has been under a progressive advance and development along daily lives. I would say that most of the population would be unable to survive without social media. Therefore, social media is a new way of communication: asynchronous, quick, and effective.

Key words: Social media, communication, Facebook, Internet, society.

1. Introducción

El término “red social” es definido por la *Real Academia Española* (RAE) como “plataforma digital de comunicación global que pone en contacto a un gran número de usuarios”. Actualmente, es tal la importancia de las redes que llega a ser una obligación para sentirse integrado en la sociedad, para poder comunicarte, como si no existiese otra forma de hacerlo. Esto ocurre, en gran medida, en la población más joven. Puede ser que en algunos casos acabemos obteniendo mayor información relacionándonos de este modo que teniendo a la persona de manera física.

Uno de los problemas a los que se enfrentan los investigadores sobre estos temas es un fenómeno que avanza de una manera tan rápida que cuando se quiere realizar un estudio sobre él, el fenómeno ya ha cambiado. El desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación (TICS) han dado lugar a grandes cambios tecnológicos y sociales, las cuales favorecen a su vez nuevas plataformas comunicativas. Esto conlleva una transformación global que provoca cambios importantes a la hora de comunicarnos. Por ello pretendemos abordar este fenómeno a partir de los algunos enfoques y perspectivas destacadas y tratar de explorar y profundizar en las transformaciones que provocan estos entornos.

2. Justificación

He querido trabajar sobre este tema porque considero que es muy relevante en la sociedad en la que vivimos actualmente, inmersos continuamente en estas nuevas redes sociales. Hoy en día pasamos demasiadas horas conectados queriendo estar informados constantemente dándole demasiada importancia a lo virtual. Por ello he querido analizar con mayor detalle y profundidad algunos aspectos que caracterizan a las redes sociales para poder comprobar con certeza la influencia que ejercen en nuestro día a día y la dependencia que en muchos casos se produce en algunas personas, la mayoría adolescentes.

En estos últimos años el impacto causado por las redes sociales deja su reflejo en la comunicación. Se caracteriza por su respuesta rápida, la interactividad y las múltiples actividades que ofrece.

3. Objetivos

Tenemos como objetivos principales:

- Definir las redes sociales
- Conocer con mayor profundidad la repercusión que tienen actualmente en la sociedad.
- Su aparición y la función que ejercen en la sociedad
- La relación existente entre las redes sociales y la educación

4. Metodología

Para esta investigación hemos realizado un análisis de las redes sociales que cuentan con un mayor número de usuarios, por tanto de uno mayor uso, las cuales son principalmente Facebook y Twitter. También hemos centrado la atención en algunas encuestas que sean realizadas de interés sobre qué redes sociales utilizan los periodistas, si es que utilizan alguna. Prestamos también atención a la importancia que se le da a dichas redes en la educación, concretamente en algunas Universidades de España.

Este estudio se trata de un estudio cultural. Este tipo de estudios se centran en el campo de investigación de carácter interdisciplinario con el fin de explorar las formas de producción o creación de significados y de difusión del mismo en la sociedad. El ámbito de los estudios culturales combina la economía política, la comunicación, la historia, la teoría social y literaria, la teoría de los medios de comunicación, entre otros.

5. Desarrollo de la investigación

Las redes sociales han supuesto un gran impacto para nuestra sociedad actual, y la más internacional es “Facebook”, mundialmente conocida junto con “Twitter”. Ambas sabemos que tienen como usuarios fijos a políticos, gente del cine, el teatro, etc. Estas redes ofrecen al usuario la posibilidad de obtener y recibir información de manera tan sencilla que llega a ser adictivo. No presentan dificultades ya que está disponible para distintitos categorías sociales y culturales. Lo que realmente importa es el mensaje que se quiere transmitir, de manera que no

tiene porque tener una realización compleja, esto precisamente es lo que lo hace tan atractivo para la población.

En este mundo de las redes sociales se utilizan los términos “amigos/contactos” dependiendo de la red social. Actualmente una persona cuenta con un gran número de contactos llamados “amigos” en su red social. Esto resulta bastante paradójico, ya que la mayoría son personas con las que en la mayoría de los casos no se establece ninguna relación, ninguna comunicación en el mundo físico.

En un estudio realizado por Luis Antonio Lucio López (2012), atendiendo a las razones que les mueve a los usuarios de las redes sociales a aceptar amigos en Facebook, un 53,1% respondió que acepta a algunas personas por el siempre hecho de que le enviaron la solicitud; un 60,8% acepta a algunas personas porque le parecía atractivo(a); otro 25,1% confesó aceptar dichas solicitudes para aumentar su número de amigos y ser así más popular. Gracias a estos datos es evidente que no se trata de una verdadera amistad en lo que se refiere a las relaciones que se crean en dicha red social. Cabe destacar que en este mundo se da un tipo de comunicación diacrónica, ya que cada uno es libre de contestar a los mensajes que va recibiendo y en qué momento quiere hacerlo. No se da esa comunicación sincrónica del mundo físico.

Hace un tiempo, las tres redes sociales más activas eran Facebook, Twitter y Tuenti (esta última está cerrada actualmente), en este orden. Contra Facebook ninguna red social puede competir por el momento, ya que, a diferencia de Tuenti, una cuenta de Facebook puede tenerla cualquier persona que posea una cuenta de correo electrónico activa o un teléfono móvil, por lo que esta red social ofrece mayores facilidades a aquellos nuevos usuarios.

En el caso de las redes sociales, el mensaje es el medio, a diferencia de aquello que decía McLuhan de “el medio es el mensaje” porque lo importante en estos casos es la información que recibimos por parte de otros usuarios de manera sencilla.

A mi parecer, la red social Instagram está subiendo puestos a gran velocidad. Esta red social engloba características que eran propias de otras redes sociales. En un primer momento en Instagram solo se podía subir fotos o videos como publicación, pero ahora existen las llamadas “stories” que aparecen durante un día y nos ofrece la posibilidad de conocer el día a día de las personas que seguimos, lo cual era algo propio de la red social “Snapchat”. Como vemos, a diferencia de Facebook que utiliza el término “amigos”, Instagram los llama “seguidores”. Facebook, al ver esa innovación por parte de Instagram también hizo uso de esas “historias” que aparecen durante 24 horas en el perfil de los usuarios.

Como decíamos antes, el medio en estos casos es el mensaje y por ello estas redes sociales permiten transmitir el mensaje de una manera tan innovadora, a través de fotos, videos, etc y no solo por medio de palabras. Esto es la clave de su éxito.

El tener una cuenta en una red social u otra depende sobre todo de cual tenga la mayoría de tu círculo social. Por muy avanzada que esté una red social, si la mayoría de tus amigos/familiares/conocidos usan otra diferente terminas creándote una cuenta en esa otra, porque en este caso el poder está en los usuarios, no en la red social.

Aludiendo a aquellos términos citados anteriormente “amigos/contactos”, como decíamos, redes sociales como Facebook utiliza el término “amigo” para hacer referencia a ese número de personas que uno tiene en su cuenta. Atribuimos la palabra “amigo” a cualquier persona cuando aceptamos su “petición de amistad” incluso a veces a gente desconocida. Da igual si no los conoces, o si es simplemente un conocido o un familiar o amigo, a todos se les identifica del mismo modo.

A diferencia de esta red social, Twitter prefiere utilizar el término “seguidores”. En este caso se les otorga a los contactos una confianza diferente. En esta red social se utiliza este término porque principalmente se suele seguir a celebridades o a personas que para uno tienen un gran interés y de ese modo puedes conocer un poco más de ellos pero en ningún momento les une un lazo de amistad.

En algunas redes sociales se restringe un poco la información del usuario, como en Facebook a diferencia de Twitter. En este tipo de redes sociales podemos ver los lazos débiles con los que cuenta un individuo, la conexión entre dos personas que intercambian información de manera poco comprometida.

Llama la atención a la sociedad la posibilidad de poder establecer una relación desligada del espacio y el tiempo con una persona que no está próxima a ti. Ya que, como comentábamos anteriormente, se tiene la posibilidad de contestar a un mensaje en el momento que mejor le convenga a uno o incluso de no contestar.

Algo realmente ventajoso de este tema es esa posibilidad de comunicación, unión, conexión que se nos permite a través de estas redes sociales con gente con la que no podríamos contactar en el mundo real por barreras geográficas (el correo postal o el teléfono clásico se quedan obsoletos). A través de dichas redes, que generalmente se utilizan con la finalidad de comunicarse, se ha llegado también a poder compartir intereses comunes creando comunidades virtuales.

No debe entenderse este mundo de las redes sociales como algo opuesto a las relaciones que tenemos en el mundo físico; en muchas ocasiones, las relaciones que se dan en

dichas redes son un complemento de aquellas que se tienen en el mundo real. En muchos casos estas relaciones virtuales se dan con personas de la vida cotidiana para por ejemplo planear alguna actividad. De forma que debemos saber que ambos se complementan.

La mayoría de las cosas que uno puede encontrarse en el espacio virtual repercute de manera directa en nuestras vidas y viceversa. Actualmente, y cada vez más se percibe esa unión entre ambas esferas sobre todo en la manera en la que se expresan las nuevas generaciones. Está muy a la moda eso de escribir de la misma forma en la que se habla coloquialmente, y esto se da en cualquier contexto, por ejemplo en estudiantes universitarios. A mi juicio, en este caso, la inmersión de las redes virtuales en determinados contextos es algo bastante negativo, ya que se le acaba restando importancia a la gramática y sus estructuras y no hay que olvidar la importancia de una buena expresión y más aún en determinados contextos, por ejemplo a la hora de mandar un correo electrónico a un profesor no podemos olvidar que se tiene que hacer uso de un lenguaje formal, que no estamos hablando con nuestros amigos.

En cuanto a la identidad de los perfiles que observamos en redes sociales, se aprecia cierta distorsión con la realidad en algunos casos. La gente cuida demasiado la imagen que vayan a dar de su persona en esa red social ya que a raíz de ella es como el resto de usuarios te van a identificar. Por ello, en ocasiones la persona se hace ver no como es, sino como el resto querría verla, para tener una mejor aceptación social.

No es cierto el mito de que podamos adoptar una identidad diferente, pero si es cierto que al elegir nosotros mismos de qué manera se nos va a conocer, uno puede ocultar algunos aspectos que en la mundo físico serían imposibles de disimular y también podemos realzar aquellos otros aspectos o cualidades que a simple vista pasarían desapercibidos para el resto.

Tenemos la oportunidad de elegir nuestra propia identidad. Por tanto en estos aspectos se demuestra la gran importancia que se le da a la imagen de uno mismo, como decía Aguilar Rodríguez y Hung (2010, 3) las redes sociales están llenas de identidades “rebotantes de virtudes y carentes de defectos”.

Un tema muy importante es la elección de la foto de perfil o avatar que te va a representar. Las fotos por tanto, tienen una gran trascendencia, llaman bastante la atención entre los usuarios. Por ejemplo, a la hora de subir una foto a “Instagram”, la gente le dedica bastante tiempo a elegir cuál es la mejor y una vez elegida aplicarle varios efectos (retoques) para conseguir así una foto perfecta y poder mostrar a sus “seguidores” esa perfección.

Un tema crucial dentro de las redes virtuales es la privacidad. Cada vez más la gente publica en sus cuentas todo tipo de información y ya acabamos olvidando la barrera que

existe entre lo público y lo privado. La mayoría de los jóvenes se están convirtiendo totalmente dependientes de estas redes sociales. Se debe publicar todo lo que uno hace para que los seguidores puedan ver como es tu vida y olvidamos la importancia de nuestra privacidad. Un ejemplo perfecto de ello son las llamadas “stories o historias” de Instagram o Facebook, esas imágenes que aparecen en tu perfil durante un máximo de 24 horas para que todos tus seguidores estén informados de lo que haces y a cada instante estamos pendientes de quien ha visitado esas imágenes. Nos podemos pasar horas buscando la foto perfecta de un lugar perfecto para que todo el mundo la vea y acabamos perdiéndonos nosotros ese momento.

De manera que en las redes sociales se ofrece demasiada información personal sin reparar en ello. Conseguimos conectarnos y relacionarnos con muchas personas pero a cambio de dar información privada de nosotros mismos. Esto también sucede en el momento de crearte una cuenta en una red social, en la que cada vez te piden más información personal desprotegiendo así nuestra identidad. En cierto modo, estamos siendo controlados. El uso y venta de esos datos ha sido reconocido por el mismo creador de Facebook, Mark Zuckerberg tras el escándalo de Cambridge Analytica.

Otro aspecto destacable en las redes sociales es que actualmente se hace uso de ellas incluso para vender. “Tener una estrategia de ventas a través de las redes sociales es lo más parecido a tener una cámara oculta entre tus clientes, prospectos y competidores” (Jim Keenan, *The Rise of Social Salespeople* (“El auge de los vendedores en las redes sociales”). Vender utilizando el amplio abanico de posibilidades que ofrecen las redes sociales es cada vez más frecuente, es lo que se denomina “Social Selling”. Cada vez más empresas hacen uso de esta nueva fuente de la que se puede obtener un buen beneficio. Gracias a estas redes, han empezado a surgir los llamados “influencers” que se encargan de promocionar a varias marcas. Estas marcas se encargan de seleccionar a aquellas personas influyentes actualmente entre los usuarios y eso se aprecia perfectamente a través del número de seguidores que estos tengan. Con esta táctica, estos “influencers” cada vez obtienen más seguidores y por tanto mayor número de promociones se hacen. Con estas promociones, los “influencers” cobran buenas cantidades de dinero. Es una nueva forma de llegar al consumidor y resulta efectiva. A la par que promocionan a diversas marcas, algunos de ellos aprovechan y crean nuevas marcas de moda, las cuales obtienen una grata respuesta por parte de sus fieles seguidores. Hay cada vez más usuarios de dichas redes sociales que trabajan únicamente mediante este medio.

Por tanto, vemos como las redes sociales son una fuente de gran ayuda para los *markeeters*, ya que las utilizan como su principal herramienta. Estas redes sirven para vender, mostrar productos y ganar popularidad, se utilizan principalmente Instagram y Facebook. Es cierto que es más frecuente que hagan uso de dichas redes las pequeñas empresas. Las grandes empresas prefieren mayoritariamente el trato personal.

Eva Herrero Curiel (2012) nos ofrece un estudio sobre el impacto que suponen las redes sociales en el periodismo, donde cobran gran importancia sobre todo Facebook y Twitter. Actualmente, los medios de comunicación están cambiando. Ese modelo clásico del periodismo de “uno a muchos” ha ido cambiando por ese de “muchos a muchos”, ya todo el mundo tiene la posibilidad de ofrecer información y a través de cualquier medio. Ya no tenemos porqué estar frente al televisor en un momento concreto esperando las noticias, ahora cualquiera puede obtener información de manera individual, en cualquier lugar y circunstancia. Por tanto es obvio el cambio que se está produciendo en la emisión, recepción y en la interpretación de un mensaje.

Algo clave en la comunicación es la interacción, pero esto no sucede de tal manera en el caso de internet. La finalidad en la acción comunicativa es el intercambio de mensajes que se conviertan en preguntas y respuestas. A pesar de la fuerza que tiene hoy día internet, que hasta los periodistas lanzan información a través de sus cuentas, esos mensajes suponen una interacción muy descompensada entre preguntas y respuestas, pues el periodista en este caso, publica una información y esta es comentada por los lectores pero el periodista no llega a contestarlas. Lo que sucede es que otro lector acaba respondiendo al comentario del primero y entre todos ellos se produce una retroalimentación de la que el periodista está al margen.

También existen ahora ediciones digitales de los medios de comunicación. Anteriormente solo podías leer el periódico si lo comprabas en las papelerías o quioscos. Hoy en día esto no es necesario, no hace falta que salgas de casa ni gaste dinero, puedes leerlo a través de internet en el momento que quieras. Con la llegada de las redes sociales se crea una mayor participación. Y aquí ya no solo ofrece información el periodista, sino que la persona que consume dicha información ahora es también productora de la misma. Ya no se da una comunicación cerrada, ahora se multiplican los mensajes y los intercambios.

La aparición de las redes sociales ha provocado un cambio en el papel entre emisor y receptor. Ahora las herramientas de las que se sirven los medios están al alcance del público para que este también pueda difundir la información. Debido a la sociedad actual tan digitalizada, los medios de comunicación se ven obligados a crear estrategias que le acerquen más al público. Hoy día no podemos imaginarnos el mundo sin la presencia de internet porque

lo encontramos en cada quehacer diario. Por ello los medios trabajan diariamente para seguir captando la atención del público y que no se produzca una reducción de plantilla ya que estas redes sociales son ahora para muchísimas personas fuentes primarias de información y entretenimiento.

Finalmente, aunque la llegada de algo nuevo siempre supone un miedo inicial, los medios de comunicación han tenido que adaptarse a la llegada de esta innovación tecnológica y no verlo como algo negativo u opuesto al periodismo, sino saber sacarle partido, ver las ventajas de esta nueva aparición. Hay que entender que las redes sociales son un canal más de redistribución de noticias.

Un estudio realizado en la Universidad Carlos III de Madrid que forma parte de la tesis doctoral “Periodistas y redes sociales en España” expone los resultados realizados en una encuesta dirigida a 410 periodistas españoles con la finalidad de representar en cierto modo al mundo del periodismo español.(Herrero, 2013).En dicha investigación se nos ofrecen porcentajes sobre los periodistas que cuentan con algún perfil en más de una red social. Las más destacadas son Facebook y Twitter: un 90.73% tienen cuenta en Facebook y un 88,29% en Twitter. Esto se debe a que si la mayoría de la población cuenta con un perfil en alguna red social, el periodista debe estar donde se encuentra la mayoría de esta para poder estar así conectados con ella y saber sus preferencias para adaptar así la información a las necesidades de la población.

Otra cuestión de bastante interés son las estrategias televisivas para promover la programación. Cada vez le dan mayor visibilidad a la interacción en redes sociales en los programas de televisión. Ejemplo muy claro de ello es el caso de la red social Twitter, donde los programas ya proponen el llamado “hashtag” para que así el espectador pueda ir comentando en su red social todo lo que le parezca oportuno sobre el programa. Se fomenta así lo que decíamos anteriormente, la participación por parte del espectador que este mismo ya se convierte también en emisor del mensaje. Se observa así una implicación más activa del público, hecho que da lugar al sentimiento de comunidad y que nos hace sentir que nuestra opinión también cuenta, pero un aspecto muy importante de ello es que de esta manera también estamos promocionando la programación.

Velazco (2008) se basa en la idea de que la relación entre las personas, es más importante que sus características individuales. De acuerdo a la teoría de los grafos, las relaciones fuertes entre personas, por ejemplo un matrimonio, conforman aristas fuertes. Las aristas débiles muchas veces tienen mayor importancia que las fuertes, ya que proveen un atajo entre personas que de otra forma no estarían conectadas, generando así mayores

oportunidades de exposición a nuevas ideas y grupos de influencia. De esta manera Juan, estudiante de economía, puede conocer a Laura, doctora en estadística localizada en España, gracias a Manuel, estudiante de Mecatrónica, ubicado en Australia. Cada uno de ellos forma un nodo y la relación que existe entre ellos se le da el nombre de arista, si seguimos la guía de la teoría de los grafos. Cada uno de ellos pueden recomendarse amigos entre sí, de tal manera que en poco tiempo pueden crear una inmensa red social, en la que cada uno de ellos estará expuesto a las ideas o emociones que cada uno transmita en su muro, si aplicamos esto a la red social de Facebook. Esto no quiere decir que las personas actúen de inmediato, pues la emociones e ideas son transmitidas y cada quien decide su postura. Alguien convoca y alguien decide si se suma o no la propuesta.

5.1 Historia de las redes sociales

La historia de las aplicaciones sociales tiene su comienzo en 2003. Es aquí cuando aparecen las tres primeras redes sociales de internet (Tribe.net, LinkedIn y Friendster). El objetivo de estas era trasladar a la red una teoría sociológica conocida como “los seis grados de separación”, a partir de la cual era posible llegar a contactar con cualquier persona del mundo como máximo a través de otras cinco personas. Como es evidente, estas tres redes sociales van incrementando su número de usuarios de manera que los servidores no aguantaban y caían continuamente.

Cuando estas tres ya son conocidas a nivel mundial, aparecen otras como eConozco (diciembre 2003) y Orkut (2004) orientadas una al uso profesional y la otra a los contactos de tipo personal y solo eran admitidos aquellos que recibían una invitación.

Otras redes sociales, en este caso en EEUU fueron MySpace (julio 2003) relacionada con la distribución de música y es la segunda red social más visitada de internet la cual se entiende como un “lugar de amigos” donde se chatea, se envían mensajes, puedes crear blogs, invitar a amigos e incluso personalizar la pagina, subir fotos y videos. Ya en febrero 2004 llega la famosa red social Facebook en un primer momento, utilizada como un lugar de encuentro entre estudiantes universitarios. Aunque actualmente está abierta a cualquiera que desee formar parte de ella. Profundizaremos en ella más adelante.

El fenómeno de las redes sociales es evidente que se ha propagado rápidamente con una aportación muy vinculada a Google, los “tags” o etiquetas (palabras asociadas a una página web que permiten acortar su búsqueda). A través de dichos “tags” también se

establecen relaciones entre las personas que emplean las mismas lo que da lugar al surgimiento de una nueva serie de redes sociales como por ejemplo “YouTube” o “Flickr” las cuales son al mismo tiempo una enorme red social en la que se establecen vínculos personales basados en que se hayan empleado etiquetas parecidas. Esto da lugar a lo que se llama “inteligencia colectiva” (generación de bases de datos de contenidos a partir de lo que múltiples usuarios han ido depositando a lo largo del tiempo).

5.2 Clasificación de las redes sociales

Todas estas redes sociales se pueden clasificar atendiendo a dicha tipología: Tenemos las redes para encuentros amorosos. Aquí destacan principalmente *Match* y *Meetic*. Las dos son de pago aunque en *Meetic* las mujeres pueden utilizarla gratuitamente. En ellas se tiene como objetivo único entrar en contacto con alguien con el fin de establecer una relación afectiva.

Algo realmente llamativo es el hecho de que las mujeres no tengan que pagar por registrarse. ¿A qué puede deberse este hecho? Es posible pensar en la idea de que a este tipo de empresas les interesa tener un gran número de mujeres registradas en sus páginas para que así los hombres accedan rápidamente a crearse una cuenta con ellos. Por tanto, es un hecho puramente de *marketing*. Analizando la situación vemos como se utiliza a la mujer como un objeto para poder sacar un beneficio propio.

También tenemos las redes profesionales (*Linkedin*, *OpenBC*, *Neurona* y *Conozco*). Estas redes buscan unir profesionales entre sí. Y por último nos encontramos con las comunidades de amigos, las más conocidas por los jóvenes. Son las que permiten conocer a gente. En este tipo de redes encontramos *MySpace*, *Facebook*, *Instagram*, y *Twitter*.

5.3 Las redes sociales en la educación

El concepto de redes de aprendizaje lo podemos enmarcar como un espacio compartido por un grupo de individuos, en el que se propicia el aprendizaje conjunto a través del uso de herramientas que potencian la interacción. Estas herramientas son de índole muy variada, contemplando desde el debate en grupo sobre un tema previamente informado, hasta dinámicas de trabajo que favorecen la participación activa. (Vidal Ledo M, 2012). Estas redes de aprendizaje lo que permiten es fomentar el conocimiento, propiciando diversas formas de

interactuar y poder relacionarse en nuevos espacios virtuales en los que los individuos crean su propio conocimiento.

Las redes sociales se han implementado en diferentes niveles educativos desde tres perspectivas: como complemento a los cursos presenciales, como entorno principal para la enseñanza y como un foro de comunicación para intercambios de información y conocimiento en red. Estas redes han buscado el acercamiento de las personas con un propósito común, y han manifestado un gran crecimiento que acompaña a las nuevas tendencias de educación en el siglo XXI y los estilos de vida de la humanidad.

Vemos como ya no se encuentra el conocimiento únicamente en las bibliotecas universitarias. Cuando compartimos información, estos se pueden destruir o reconstruir a través de las opiniones de los demás. El aprendizaje en este caso va más allá de los espacios tradicionales como el aula o el campus virtual de la universidad.

Las redes sociales ofrecen la posibilidad de intercambiar conocimientos y experiencias a nivel académico dando lugar a la reflexión o la posibilidad de realizar análisis en torno a temas específicos. El mundo educativo actual no puede dejar de lado este fenómeno social y comunicacional. La educación del siglo XXI con el auge de Internet soporta sus procesos en la información multimedia y la comunicación digital.

Las redes sociales ofrecen una gran variedad de herramientas al sector educativo. En una red social aplicada a la educación, los nodos están formados por el profesorado y el alumnado y las aristas por relaciones educativas, como por ejemplo los cursos impartidos, tutorías, grupos de trabajo interdisciplinar, etc. Algunas redes sociales como Facebook, Ning o Elgg permiten una gestión muy eficiente cuando hay implicado un gran número de alumnos y profesores. Las redes sociales generan un gran atractivo, por ello, cuanto mayor sea el número de usuarios que posee dicha red, será mayor el interés de los alumnos al poder estar en contacto directo con sus profesores, amigos y compañeros de otros cursos. Esto permite crear un ambiente de trabajo muy agradable, por ello cuentan las redes sociales con tanto éxito en el sector educativo. Aun así, las redes sociales siguen siendo todavía algo poco presente en el ámbito escolar.

Las redes sociales permiten un acceso ilimitado a la información, por ello es un buen material de estudio entre los estudiantes, porque como ya sabemos, la ciudadanía que tiene una mayor información estará mejor preparada para comunicar sus ideas, participar en decisiones democráticas, velar por sus derechos, etc. Por tanto, cabe decir que las redes sociales posibilitan el fácil acceso ilimitado a la información. La variedad de fuentes de información es cuantiosa.

Pero hay que destacar que al menos la mitad de los vínculos de Twitter y Facebook remiten a grandes medios de comunicación que monopolizan la información, con lo cual lo que están haciendo es condicionar la interpretación de la realidad en la que vivimos. También en ellas encontramos una sobresaturación de información, lo que da lugar a que nos cansemos más rápidamente y que no estemos atentos al 100%. Por ello hay profesores que temen a dichas redes sociales. Y es que es cierto que en las redes es muy complicado estar leyendo un texto durante un largo periodo de tiempo sin vernos interrumpidos porque haya aparecido un mensaje de chat. Se habla sobre una adicción a estar interconectados con muchos amigos y el consecuente descenso de la atención en el contexto de la educación formal. Debido a esto, hay centros educativos que prefieren aplicar algún tipo de filtro en el acceso libre a la Red.

Por otro lado, existe esa parte del profesorado que defiende el uso de las redes sociales porque para ellos se favorece así la creación de comunidades virtuales de aprendizaje, se facilita el trabajo colaborativo, etc. El objetivo principal de la educación es formar a seres humanos para el hoy y el mañana tanto en su ser como en su saber. Es evidente que las redes sociales tienen un potencial comunicador. Las redes sociales ocupan un papel importante en la Educación Superior en el siglo XXI.

5.4 Las redes sociales en universidades españolas

Las redes sociales se utilizan hoy para el aprendizaje en las universidades en el que se integran los objetivos del Espacio Europeo de Educación Superior y las necesidades actualmente de la sociedad para comunicarse. Es por tanto una herramienta básica del aprendizaje activo.

Castells (2001) nos habla de “sociedad red”, la cual es una sociedad cuya estructura está construida en torno a redes de información a partir de las tecnologías. Actualmente internet es el medio que contribuye una parte muy importante de la forma organizativa en nuestra sociedad.

Hay autores que aportan su propia definición de “red social”, por ejemplo, Celaya (2008, 92) comentaba que dicha red es un lugar que permite a las personas publicar y compartir información de todo tipo, tanto personal como profesional y con personas tanto conocidas como desconocidas, y está en lo cierto. Por otro lado, Orihuela decía en el año 2008 que se trata de nuevos espacios virtuales en los que nos relacionamos y donde construimos nuestra identidad. Esto también es cierto.

5.5 Facebook

Facebook es la red social que cuenta con más usuarios, unos 500 millones y está disponible en 64 idiomas. Como ya hemos comentado, triunfa por la sencillez en su diseño y su utilidad. Facebook es por tanto la extensión social de las personas al cubrir sus necesidades expresivas.

El creador de esta magnífica web fue Mark Elliot Zuckerberg. En un primer momento se dedicó a subir fotos privadas de alumnos de la Universidad de Harvard en una página web que él mismo creó y a la que llamó “Facemash”. Fue motivado por el despecho ante una ruptura amorosa. Esta noticia se hizo viral y cuando quiso rectificar era demasiado tarde, había ganado demasiada fama entre críticas y elogios. Tras esto, estuvo a punto de ser expulsado pero no llegó a ser así. Él, en su defensa dijo que sentía verdadero interés por la computación y que debido al aburrimiento decidió crear esa web (Facemash). Esta idea fue clave para la creación de lo que actualmente es mundialmente conocido, Facebook.

Mark desde los 12 años ya programaba ordenadores. Tras lo ocurrido con Facemash, el diario de la universidad dijo que algunos problemas se habrían resuelto si la gente hubiese subido sus propias fotos de forma voluntaria. Dicha universidad contaba con un directorio centralizado de los alumnos, de manera que Mark trabajó con un código fuente para crear un directorio de toda la universidad. Trabajó junto a sus compañeros Dustin Moskovitz y Chris Hughes y terminaron el directorio en una semana dándole el nombre de “Thefacebook”.

A partir de este momento, había nacido la red social más famosa del mundo que cambiará la forma en que las personas nos relacionamos. En un primer momento solo estaba disponible para los estudiantes de dicha universidad. Muy pronto, el campus se les quedó chico y se expandieron a otras universidades.

Con 20 años, sin terminar sus estudios, Mark decidió centrarse en este proyecto y se mudó a California y allí instaló su oficina. Junto con él fueron sus dos compañeros que le habían ayudado a crear dicha red social. Hubo quien le ofreció hasta unos 10 millones de dólares para apropiarse de la idea pero Mark lo rechazó, sabía que podía conseguir mucho más con ella.

La rapidez con la que crecía la página suponía grandes costes que Mark no podía permitirse. En 2005 Zuckerberg conoce a Peter Thiel, ex CEOA DE Pay Pal y este le ofreció 500 mil dólares por el 10,2% de la compañía. Este hecho es recordado como una de las mejores inversiones, ya que las acciones ahora valen cientos de millones de dólares.

Hemos visto como de una pequeña idea, nació algo que es muladímente conocido y que ha repercutido tanto en nuestra forma de vida. Mark es el ejemplo de que con una gran idea y gran talento se puede llegar a crear grandísimos proyectos.

En el estudio mencionado anteriormente realizado por Luis Antonio Lucio López (2012) se les planteó la pregunta a los encuestados de si creían ser adictos a Facebook. El 30,4% respondieron sí y un 1% confesó haber faltado a clases por estar utilizando Facebook y otro 29% afirmó tener trastornos del sueño. Un 30% dijo dedicar dos horas diarias a convivir en Facebook, un 20% señaló dedicar tres horas diarias, un 15% dijo dedicar cuatro horas diarias, un 10.5% de la muestra informó estar 5 horas conviviendo en la red social, un 9.5% de 6 a 9 horas y un 12,1% dedica una hora. Estudios internacionales indican que más de cinco horas diarias dedicadas a la red, es indicativo del desarrollo de una adicción, por lo que se puede inferir que al menos uno de cada diez alumnos podría estar en situación de riesgo.

Los jóvenes encuestados tienen una edad que fluctúa entre los 15 y los 25 años, aunque se registraron tres casos de personas con 31 años de edad. El uso compulsivo de la red ha provocado problemas de tipo personal con sus relaciones juveniles, pues un 32.1% se muestra preocupado porque ha dedicado poco tiempo a convivir físicamente con sus amigos. En cuanto a las relaciones de noviazgo, un 31.1%, es decir, tres de cada 10 alumnos, ha tenido problemas con su novio(a) por aceptar amigos que no son de su agrado.

El uso de dicha red social, como de tantas otras trae como consecuencia un uso desmedido de la esta forma de comunicación que genera el desarrollo de una especie de adicción a la red, trastornos de sueño, exposición de su la vida íntima, etc.

5.6 Lenguaje en las redes sociales

Se produce variación en la lengua dependiendo del tiempo, el espacio y el ambiente o situación en la que se encuentre un hablante. Hablamos de *variación diacrónica* cuando tratamos sobre la evolución que sufre la lengua en el tiempo. El paso de los años supone un cambio también en la ortografía.

En *El español coloquial en redes sociales* (2013) aparece recopilado unos seiscientos textos publicados en Facebook, Tuenti y Twitter entre 2011 y 2013 para ofrecer una muestra de cómo se desarrolla el discurso. Para ello, los textos escogidos pertenecen a personas muy diferentes (jóvenes, políticos, escritores, periodistas, amas de casa, etc). Las muestras que se

ha escogido se plasmaron tal y como fueron publicados, sin omitir los errores ortográficos ni aquellas muestras representativas del subcódigo escrito que se da en Internet.

Diariamente, muchos hablantes españoles navegan por las redes sociales haciendo un uso inadecuado de la ortografía debido a su afán por querer plasmar en la lengua escrita la oralidad, es decir, por querer escribir como hablamos.

Hemos seleccionado algunos de los ejemplos más llamativos:

La sustitución del fonema lateral /l/ por el vibrante simple /r/ en posición implosiva:
gorfo felicidad (Tuenti, 21-07-2012).

La pérdida de la -d intervocálica en los participios:

He leído caseta y pensaba que habías *organizao* algo pa'feria...cago'en... (Facebook, 22-03-2013).

También es llamativo el uso de la hache en palabras que no la llevan, quizás para simbolizar una aspiración:

derroche de *harte* (Facebook, 18-03-2013)

La monoptongación del diptongo [ue] para imitar el habla vulgar:

pos gordi aqui llueve y no sale ni los pasos: S L (Tuenti, 30-07-2012).

La representación del sonido *ch* con una equis, grafema que además se utiliza también para sustituir la sílaba *por* o la preposición homógrafa:

si creo k sim pero es k alomejor me cae en comunión; l kdia es? *Mandixo* k sales de capataz (Tuenti, 09-04-2013). Ponen el cassic otra vee..*xq* a casi tol mundo no le gusta este... (Tuenti, 07-04-2013).

Se produce también la pérdida de vocales o haches debido a la economía lingüística. Esto se compara con los mensajes de móviles, los SMS, que tenían un máximo de caracteres y si te pasabas implicaba pagar un nuevo mensaje, por ello muchos usuarios renuncia a todo aquello que ven innecesario para la comprensión del contenido. Pero en este caso, excepto en Twitter, no existe un límite de caracteres, por ello en este caso de las redes sociales pueda deberse únicamente a un deseo de comodidad y rapidez. Este tipo de escritura puede actuar como un código comunicativo en redes sociales, por eso, su empleo supone una prueba de integración en la comunidad virtual.

Opuesto a esta simplificación de los enunciados, aparece en ocasiones reiteraciones gráficas. La facilidad con la que se puede escribir en los teclados hace que este tipo de repeticiones se convierta en una estrategia muy utilizada para representar la prosodia. Este último aspecto es menos frecuente en Twitter por esa limitación de caracteres que existe. La brevedad de la mayoría de los mensajes, aporta mayor relevancia a la aparición de emoticonos, ya que gracias a ellos se aporta información sobre el estado de ánimo.

Es muy frecuente la ausencia de los signos de puntuación. A pesar de la ausencia de estos, el mensaje no resulta difícil de comprender debido a la brevedad de este. Este hecho podría deberse a la falta de concentración o la dejadez de quien escribe ya que el destinatario es generalmente alguien bastante conocido.

Sanmartín (2207) decía que las faltas de ortografía que se dan en redes sociales no determinan si esa persona pertenece a un nivel sociocultural bajo. De hecho, los mensajes extraídos pertenecen a estudiantes de secundaria o universitarios. Estos hacen un uso de una ortografía y ortotipografía diferente a la de los textos convencionales, como diría Palazzo (2015) hacen uso de una “antiorotgrafía” con la cual el enunciador y el enunciatario se comprenden perfectamente.

Martínez de Sousa (2004) distingue entre “faltas de ortografía” y “heterografías”. Para él las faltas de ortografía se deben a la ignorancia de las normas que rigen la grafía del español, mientras que el segundo término constituye desviaciones intencionadas.

Hay que decir que tales transgresiones pueden suponer un problema para la competencia lingüística de aquellos jóvenes que posean unos conocimientos inestables sobre las reglas de ortografía.

La mayor parte de faltas ortográficas que se han extraído de estos ejemplos pertenecen a usuarios de Tuenti y en menor medida a usuarios de Facebook. Esto seguramente se deba a que la mayoría de los perfiles de Tuenti son de acceso restringido, y al tener como contactos a personas conocidas el usuario escribe aproximándose a la oralidad. Estos al no sentirse presionados por otros grupos sociales escriben apartándose de los cánones de lengua escrita y de los usos normativos. En Twitter es la red social donde el uso de una buena ortografía es más palpable. Esto seguramente se deba a que Twitter cuenta con un gran número de usuarios pertenecientes a personajes públicos que están más expuestos y son más duramente criticados si comenten alguna falta ortográfica. Fue lo que le ocurrió a Sigfrid Soria, ex diputado autonómico del Partido Popular de la isla de Lanzarote cuando publicó el siguiente *tuit* donde escribió incorrectamente la palabra “hostia”:

Eso sí, como un perroflauta me acose por la calle, me intime o agrede, la *ostia* que

se lleva ni se la va a creer (Twitter, 10-04-1013).

Hemos podido explorar la naturaleza coloquial y conversacional del español en las redes sociales como Facebook, Twitter y Tuenti. El español en estos contextos se caracteriza por una búsqueda de correspondencia entre fonema y grafía, entre entonación y signo ortográfico debido al carácter inmediato y dialógico de la situación comunicativa.

Los mensajes que hemos plasmado como ejemplos se tratan de enunciados breves. El informe elaborado por el Observatorio sobre el Uso del Español en las TIC, *Jóvenes, el español e Internet* (abril, 2012), grafía que las redes sociales y los canales de chat son contextos en los que “las comunicaciones son de carácter más informal, directo e inmediato” y donde se presta menor atención al uso correcto del lenguaje. Probablemente el problema provenga de la fusión y confusión de textos formales e informales que pueden dificultar a algunos usuarios adaptar el registro a distintos contextos comunicativos.

Con todo esto, cabe preguntarse qué impacto tendrá esta tendencia hacia la escritura breve, espontánea e inmediata de estas nuevas generaciones.

5.7 Acoso a través de redes sociales

La mayoría de las víctimas son adolescentes, entre los 12 y 17 años. Este hecho, llamado *cyberbullying*, es decir, el maltrato o agresión a través de mensajes de texto, voz, mediante videos o fotos, etc, afecta a muchísimas personas. Smith (2006) definió el fenómeno del *cyberbullying* como una agresión intencional por parte de un grupo o individuo, utilizando formas electrónicas de contacto, en repetidas veces, a una o varias víctimas que no pueden defenderse por sí mismas.

El *cyberbullying* es un tema actualmente de gran importancia por la gravedad de las consecuencias, la dificultad de prevención y el alto grado de prevalencia. Uno de los grandes inconvenientes en el *cyberbullying* es que los agresores utilizan las redes sociales para insultar a la víctima y estos se protegen en el anonimato, a diferencia del acoso tradicional, donde se da un enfrentamiento cara a cara. En el caso del *cyberbullying* las víctimas no pueden identificar a su acosador, hecho que les hace sentir más indefensos y vulnerables todavía. Es precisamente el anonimato lo que perpetúa este tipo de prácticas.

La conducta que adopta el acosador es la de una persona persistente y agresiva. Se habla de “la intención de daño”, es decir, la existencia de un propósito de perjudicar a una persona, la cual puede acabar sufriendo un deterioro de autoestima, mayor tendencia a la

introversión, depresión, angustia, sentimiento de fracaso social, adicciones, intentos de suicidio, etc.

El estudio realizado por Luis Antonio Lucio López comentado anteriormente (2012) trata también sobre las conductas de riesgo en Facebook en estudiantes de escuelas preparatorias y facultad del Estado de Nuevo León. Se trató con 1200 alumnos que tuviesen cuenta en dicha red social para indagar sobre el *cyberbullying* y la inseguridad, entre otras cosas.

El estudio realizado reflejaba entre otros datos que un 67% de los estudiantes observaron transmisión de ira y agresividad. En cuanto a las víctimas de violencia un 20,4% afirmó haber sido insultada, un 9,8% aseguraban que les habían robado la contraseña y un 7,8% decían que les habían robado fotografías para ser difundidas y así humillarlos.

En Santo Domingo se produjo el asesinato de una adolescente apuñalada por una “amiga” por haber escrito un comentario en el muro del perfil de la asesina (Pérez, 2011). También sucedió en Argentina que la madre de una menor asesinó a otra por ofender a su hija tras la red social Facebook. (lavoz.com.ar, 2011). Facebook provoca emociones negativas que llega a lo psicopatológico.

En 1984 Alonso-Fernández ya hablaba la violencia tecnológica diciendo que se distingue de la violencia en sí por realizarse a través de una máquina o un artefacto técnico, teniendo la peculiaridad de multiplicar el poder destructivo y no exigir en cambio al agresor una participación física importante. La distancia psicológica que media entre el agresor y la víctima hace que no exista culpa o un temor al castigo o represalia. El sujeto agresor (Alonso-Fernández, 1984) no se siente culpable ni se responsabiliza de su acción pues transfiere la culpa a la propia máquina.

En YouTube.com aparecen numerosas grabaciones de peleas en centros educativos donde se aprecian claramente insultos, rechazos, burlas, etc, atestiguados por alumnos y en algunas ocasiones provocado para grabarlos con la intención de causar daño y así tener un tipo de poder social debido al gran número de visitas que recibían. El acoso que el alumno recibe en clase se continúa en las redes, dejando a la víctima sin tranquilidad porque incluso cuando está en su casa sufre maltratos a través de Internet.

El paraíso digital, advertía Cebrián (2001), puede para algunos convertirse en un infierno. Los jóvenes alejados del peligro en las calles, pueden por decirlo de alguna manera, convertirse en víctimas de la Revolución Informacional, con los nuevos inventos en Internet y en la telefonía móvil, donde la tecnología puede convertirse en instrumento para causar daño. En este sentido Taspescott (1988) en los inicios del desarrollo de internet ya presagiaba que la red entrañaría

peligros, la frontera digital es un lugar de temeridad, confusión, incertidumbre, desastres y amenazas.

Algunas ideas para evitar que los adolescentes sufran este tipo de acoso es intentar retrasar la idea de que el joven tenga una cuenta propia en una red social. En el caso de que tenga red social, tener a sus padres como amigos en la red social, lo cual permite ejercer cierto control sobre lo que le pueda suceder. Otro detalle importante es establecer una nueva comunicación entre padres e hijo para poder tomar las medidas necesarias. También hay que involucrarse en la vida social del adolescente, es importante conocer a profesores, compañeros de escuela, amigos, etc. Algo esencial es ayudarlo a tener confianza en sí mismo, los niños tímidos o con cierto complejo tienen mayor probabilidad a ser víctimas de acoso cibernético.

Con los datos de esta encuesta es evidente la existencia del llamado *cyberbullying* en redes sociales. El cambio en la forma de convivir de los jóvenes que disminuyen el contacto presencial por el virtual da lugar a ese uso excesivo de la red. En la adolescencia la persona quiere ser el centro de todo, lo que en psicología se denomina “narcisismo”, por ello cuando reciben un comentario negativo les causa más daño aún que si se trata de una persona adulta. Como decía Mehdizadeh, “las personas con mayor narcisismo tiene mayor actividad en línea” (2009).

5.8 Las redes sociales en la iglesia

En Argentina se ha dado el caso de un sacerdote que intenta acercar a Dios a los más jóvenes a través de las nuevas tecnologías. Esto ha tenido lugar en la Parroquia de Avellaneda, en la Provincia de Santa fe de la República Argentina, la cual cuenta con una página en Facebook que cuenta con más de 4500 amigos. Se trata de un nuevo camino para llevar el Evangelio a todos. Hay quien se pregunta si se trata de una buena idea, la respuesta es claramente un rotundo sí.

En la Iglesia de América Latina se le da mucha importancia a la comunicación en sociedad. Por ello se emplean los modernos medios de la era digital para propiciar así un acercamiento de diálogo y contacto a las personas de este tiempo. Pero hoy día sigue escaseando la formación, la creatividad y los recursos. Las nuevas redes sociales han dado lugar a herramientas de la nueva evangelización. Gracias a ellas los jóvenes experimentan su fe desde su cotidianidad.

En algunas parroquias hace uso de efectos como luces, humo, láser para celebrar la Eucaristía, con el objetivo de que los jóvenes se sientan parte de ella y así acaba siendo. Hoy en día ya es muy fácil encontrar en los medios digitales recursos que facilitan la relación con Dios y nos permiten una mayor participación en los actos litúrgicos. Las parroquias, centros culturales y comunidades deberían desarrollar nuevas iniciativas para promover la inclusión.

Gracias a las nuevas tecnologías tenemos un sistema de comunicación con el que gracias a mails, chats. Teléfonos, foros, mensajes de voz etc, podemos estar en nuestra propia casa comunicándonos con otra parte del mundo, por muy lejos que esté y no es necesario pagar un alto precio. Aunque estos mismos medios que nos parecen siempre maravillosos y de gran ayuda en ocasiones puede dar lugar a la manipulación de mensajes de acuerdo con intereses sectoriales y muchas veces se propaga un material que es reinante y consumista que da lugar a falsas expectativas. Haciendo un uso profesional y modélico de este avance se podrá construir sentidos de vida y esperanza.

Ha escrito el Papa Benedicto XVI: "El fácil acceso a teléfonos móviles y computadoras, unido a la dimensión global y a la presencia capilar de Internet, han multiplicado los medios para enviar instantáneamente palabras e imágenes a grandes distancias y hasta los lugares más remotos del mundo. Esta posibilidad era impensable para las precedentes generaciones. Los jóvenes especialmente se han dado cuenta del enorme potencial de los nuevos medios para facilitar la conexión, la comunicación y la comprensión entre las personas y las comunidades, y los utilizan para estar en contacto con sus amigos, para encontrar nuevas amistades, para crear comunidades y redes, para buscar información y noticias, para compartir sus ideas y opiniones. De esta nueva cultura de comunicación se derivan muchos beneficios: las familias pueden permanecer en contacto aunque sus miembros estén muy lejos unos de otros; los estudiantes e investigadores tienen acceso más fácil e inmediato a documentos, fuentes y descubrimientos científicos, y pueden así trabajar en equipo desde diversos lugares; además la naturaleza interactiva de los nuevos medios facilita formas más dinámicas de aprendizaje y de comunicación que contribuyen al progreso social" (Mensaje JMCS-'09).

5.9 El terrorismo *yihadista* en internet

Se puede observar como el terrorismo *yihadista* hace uso de las herramientas que les ofrece internet. En un estudio realizado por Oliver Roy (2003) vemos como la gran mayoría

de los sitios *web* de contenido proselitista se encuentran en países anglosajones pero sus creadores son musulmanes que viven en Occidente debido a la migración. Esto se puede deberse a que en los países musulmanes el acceso a internet es más bajo y además de que en estos países hay menos avances y accesos al mundo tecnológico, también tiene que ver los motivos culturales, porque para navegar por internet es necesario saber algo de inglés o árabe moderno y en estas zonas el nivel de alfabetización es muy bajo.

Los terroristas hacen uso de internet por el fácil acceso y no hay que olvidar que es un entorno perfecto para el anonimato debido a la falta de regulación y control sobre lo que se ofrece y sobre quien lo utiliza.

El 6 de septiembre de 170 se produjo el 11-S, probablemente fuese el primer gran golpe mediático del terrorismo internacional y fue sin duda una gran campaña de *marketing* terrorista jamás vista en televisión. Pero en la televisión, el emisor no decide cuándo ni quien lo ve y no narra lo sucedido como él quiere. Por ello se hace uso de Internet, porque representa la información en estado puro, no hay ningún intermediario. En este caso, el emisor transmitirá su mensaje como, cuando y donde él quiera. Parece ser el medio perfecto.

Como decíamos antes, para hacer uso de internet es necesario la utilización de dos aspectos muy importantes del mundo anglosajón: el dominio del inglés y de la tecnología. Según informes del FBI, la planificación del atentado de EEUU el 11-S y en Madrid el 11-M, internet desempeñó un papel clave para la planificación del ataque. Esta guerra de ideas se está realizando en Internet a través de muchos sitios *web* en los cuales se muestra la violencia. Funcionan como verdaderas páginas *web* comerciales, hacen uso de muchas imágenes dinámicas ensalzando el éxito de alguna acción o anunciando que muy pronto se podrá acceder a una entrevista con algún miembro destacable del grupo.

Se hace tanto uso de ello porque la creación de una *web* es algo sencillo, barato y que ofrece la posibilidad de mostrar a todo el mundo la información que uno quiere hacer pública y únicamente cuentan con el riesgo de que si es identificada sea cerrada. Además, como es un medio en continua evolución, ofrece cada vez más posibilidades.

El reclutamiento es algo esencial para mantener movimientos. No solo se recluta a gente para que participe activamente en acciones terroristas, también se recluta a gente para que actúe de manera pasiva como puede ser mediante aportaciones económicas. El objetivo de ellos no es solamente buscar gente que participe en la lucha activa, también es importante encontrar a aquella gente que estén dispuestos a financiar la lucha. La recaudación de fondos en Internet por parte de grupos terroristas está tan extendida que algunos utilizan el sistema *Paypal*.

Internet juega un papel súper importante para captar la atención de esos posibles futuros terroristas. Para ello utilizan *cookies* y métodos para recopilar información sobre aquellos usuarios que entra en su *web* y así poder modificar sus mensajes en función del interés de la gente que los visita.

Los terroristas ofrecen también a sus nuevos seguidores una formación ideológica. Dan la posibilidad de descargarse libros o proclamas de los distintos ideólogos en los que se apoyan. Internet es un claro ejemplo de la libertad de expresión. En este mundo hay muy poca cabida a la censura, las limitaciones. Es un mundo virtual inabarcable e incontrolable. Si hablamos de terrorismo, hablamos de una lucha de ideas. La batalla ideológica tiene lugar en el vehículo de ideas más potente de la actualidad, que es Internet.

5.10 Redes sociales: privacidad

Como ya sabemos, las redes sociales son para la mayoría una herramienta que facilita la comunicación entre personas, pero al igual que otras muchas cosas, un mal o excesivo uso de ellas puede traer consecuencias jurídicas.

Debemos preguntarnos seriamente hasta qué punto controlamos la privacidad cuando hacemos uso de nuestras redes sociales, hay que tener un límite.

Siempre que abrimos una cuenta en alguna red social, lo primero que se nos solicita es una serie de datos personales que damos sin darle importancia alguna y también nos piden que indiquemos que aceptamos las condiciones de contrato y privacidad que las empresas establecen, y en la mayoría de los casos estas condiciones no las leemos. No sabemos realmente si la propiedad intelectual de nuestros contenidos en las redes sociales está debidamente protegida. De hecho, existen aplicaciones que tiene acceso a información personal, a más de la que nosotros aportamos, la cual circula por Internet sin ninguna protección.

Otro problema es el acceso a niños de cualquier edad porque en realidad no existe un control real. Cualquiera puede introducir una fecha de nacimiento que no corresponde con la suya y no sucede nada.

De acuerdo con las leyes de protección de datos y propiedad intelectual en España:

- Los menores de 14 años no pueden pertenecer a redes sociales.

- Con carácter general, los menores de 14 años requieren de una autorización expresa de sus padres para aportar datos de carácter personal en cualquier página web. Por tanto, nadie puede pedir ni publicar datos de un menor de 14 sin consentimiento expreso.
- Para publicar cualquier tipo de dato, información o archivo (fotos, vídeos, etc.) de otras personas de cualquier edad, se requiere el consentimiento expreso y escrito de las mismas. Este consentimiento puede ser revocado en cualquier momento.
- Usurpar la identidad de otros es considerado delito. Esto es relativamente habitual en las redes sociales cuando alguien crea un perfil de otra persona usando fotografías y datos de la misma.

¿Avance o vulnerabilidad digital?

Hoy en día tenemos móviles de última generación donde podemos hacer uso de nuestras redes sociales. Cuando hacemos uso de ellas nos dan la opción de mostrar nuestra geo-localización gracias al GPS que incluyen este tipo de móviles. Con ello pueden localizarnos en cualquier momento aunque no estén autorizados, por ello debemos asegurarnos de que esto no ocurra.

Hay algunas redes en las que se pueden compartir las publicaciones. Esto puede provocar ciertos problemas. Por ejemplo, si alguien te etiqueta en una fotografía podrá verla todo el que quiera. Esto significa que alguien está decidiendo por ti qué cosas pueden ser públicas y qué no.

Es importante conocer bien la privacidad en cada una de las redes sociales, por ejemplo, en Facebook todos los usuarios que tengan cuenta pueden ver toda tu información personal. En Twitter, sin embargo, sí se puede configurar la privacidad de los *tweets*.

6. Conclusión:

Nos encontramos por tanto ante un mundo globalizado donde las redes sociales facilitan tanto la relación interpersonal entre usuarios como la interacción de ellos con las marcas medios de comunicación. Las redes sociales han penetrado con muchísima fuerza en nuestras vidas.

En los últimos años el impacto causado por las redes sociales deja su reflejo en la comunicación. Nos encontramos ante un mundo globalizado que nos facilita las relaciones interpersonales entre los diferentes usuarios. Las redes sociales han penetrado con muchísima

fuerza en nuestras vidas, incluso, dando la oportunidad a los usuarios de poder interactuar desde cualquier parte del mundo.

Nos muestran un amplio abanico de posibilidades ya que nos permite estar en contacto en cualquier momento y en cualquier lugar del mundo. También facilitan la obtención de la información, debido a su actualización de forma instantánea. Todo ello conlleva un riesgo, dependiendo del uso que le demos a las redes sociales. En la mayoría de los casos la motivación en las redes sociales es ser más visibles ante los demás, reafirmar la identidad y estar en continuo contacto con los demás. Esto conlleva unos riesgos, en cuanto a la vulneración de la privacidad, adicción, el acceso a contenidos inapropiados y el “ciber acoso”. Son algunos de los problemas a los que nos enfrentamos por el mal uso de las redes sociales.

Vemos una gran multitud de ventajas ya que nos permite estar en contacto en cualquier momento y actualizar la información sobre aquello que nosotros queramos, pero esto a su vez supone cierto peligro cuando acabamos enviando información personal y en muchos casos privada de manera totalmente gratuita y puede llegar a manos de gente que seguramente no haga un buen uso de ello. Estamos continuamente exponiendo nuestra vida, poniéndola a disposición de cualquiera y no le damos la importancia que ello merece. Acaba suponiendo una transformación en la identidad y la confianza de los individuos. En lo que respecta a los más jóvenes, debe haber un mayor control para evitar casos de *cyberbullying*.

Hay que tomar mayor conciencia del riesgo que en algunas ocasiones pueden suponer este nuevo mundo de las redes, muy atractivas en un primer momento pero que, como hemos dicho anteriormente, puede traer consecuencias negativas.

7. Referencias bibliográficas

- Aguilar Rodríguez, D. E y Hung, E. E (2010) "Identidad y Subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook". *Zona próxima*, 12. Obtenido el 18 de abril de 2018 de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/zona/article/viewFile/1145/725>
- Castells, M. (1999) *The Information Age: Economy, Society and Culture*. Oxford: Blackwell.
- CELAYA, J. (2008). *La empresa en la Web 2.0: El impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en la estrategia empresarial*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Herrero Curiel, Eva. (2012). "El periodismo en el siglo de las redes sociales". *Revista Vivat Academia*.
- Vidal Ledo, María, [et al]. 2012. Redes de aprendizaje. *Educ Med Super* 26(1)pp 146-162. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21412012000100016&lng=es
- ROY, O. (2003): *El islam mundializado. Los musulmanes en la era de la globalización*, Ediciones Bellaterra, Biblioteca del Islam Contemporáneo número 20, Barcelona.
- Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.
- Castells, Manuel (2010). «El poder en la sociedad red». *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza
- Díaz Gandasegui, Vicente (2011). "Mitos y realidades de las redes sociales". *PrismaSocial: revista de investigación social*.

- Lucio López, L. A. (2012). "Conductas de acoso en Facebook en estudiantes de preparatoria y facultad; de la adicción a la transmisión de emociones negativas en la red social". *Revista Electrónica Diálogos sobre educación*, 3(4), 1-16.
- Pérez, Ruddy Germán. (2011, 10 de octubre). "Mujer mata a puñaladas por mensaje Facebook". *Elnacional.com*. Recuperado el 02/03/2012 de www.elnacional.com.do/nacional/2011/10/10/97818/Mujer-mata-otra-a-punaladas-por-mensaje-Facebook.
- Lavozy.com.ar (2011, 24 de noviembre). "Matan a una chica por pelea en Facebook." Recuperado el 02/03/2012 de www.lavoz.com.ar/noticias/sucesos/matan-chica-pelea-facebook
- Smith, P.K. (2006). "Ciberacoso: naturaleza y extensión de un nuevo tipo de acoso dentro y fuera de la escuela". Paper presentado al Congreso Educación Palma de Mallorca.
- Cebrián, José Luis. (2001). "Prólogo: ¿Infierno o paraíso?", En: Javier Cremades, *El paraíso digital* (15- 16). Barcelona. Plaza & Janés Editores.
- Mehdizadeh, Soraya. (2010). "Self-Presentation 2.0: Narcissism and Self-Esteem on Facebook". *Cyberpsychology, Behavior, and Networking*, 13 (4), 357-364. Recuperado el 13/06/2012 de <online.liebertpub.com/doi/pdf/10.1089/cyber.2009.0257>
- Mancera Rueda, Ana. (2013). *El español coloquial en las redes sociales*. Madrid: Arco/Libros, D. L.
- Martínez de Sousa, J. (2004): *Ortografía y ortotipografía del español actual*, Gijón, Trea.
- Palazzo, G. (2005): "¿Son corteses los jóvenes en el chat? Estudio de estrategias de interacción en la conversación virtual", *Textos de la Ciber-Sociedad*, 5. Disponible en :<http://www.cibersociedad.net/textos/articulo.php?art=60>.
- Sanmartín Sáez, J. (2007): *El chat. La conversación tecnológica*, Madrid, Arco/Libros.

- Cornut-Gentile, Chantal (2013) *Los estudios culturales en España*. Aduana Vieja.
- Sardar, Ziauddin; Loon, Borin van (2005) *Estudios culturales para todos*". Barcelona: Paidós
- Moschetti, Pbro. Walter (2010) "Del púlpito a las redes sociales". *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*.