



UNIVERSIDAD  
DE  
SOTAVENTO A.C.



---

---

ESTUDIOS INCORPORADOS A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE INFORMÁTICA

REDES SOCIALES: HERRAMIENTA DE SOCIALIZACIÓN O  
FACTOR DE ADICCIÓN

**TESIS PROFESIONAL**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
**LICENCIADA EN INFORMÁTICA**

PRESENTA:  
**CARMEN DOMÍNGUEZ GÓMEZ**

ASESOR DE TESIS:  
**LIC. EMILIO DE JESÚS ESPRONCEDA GONZÁLEZ**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## AGRADECIMIENTOS.

A mi madre:

Gracias a mi madre quien siempre me ha apoyado en todo incondicionalmente, mostrándome su cariño, su fuerza y amor. A ella que siempre me ha guiado y enseñado tanto. Gracias por estar conmigo siempre, por estar alado mío en todo momento, incluso en este logro que acabo de alcanzar.

A mi familia:

Gracias por su cariño y compañía, siempre ayudándome y apoyándome en todo momento. Gracias por compartir siempre un buen momento juntos.

A mis amigos:

Doy gracias en especial a mis 6 mejores amigos: Juan Manuel, Luis Fernando, Cesar Arturo, Javier, Jonathan Francisco, Rene Alberto, doy gracias por brindarme su grata amistad, doy las gracias porque siempre fuimos unidos y seguiremos siéndolo, gracias porque juntos compartimos muchas cosas hermosas, muchos recuerdos que jamás voy a olvidar. A mis amigas que siempre han estado apoyándome incondicionalmente.

A mis maestros:

Gracias a mis profesores por apoyarme siempre en todo, por enseñarme parte de sus conocimientos, de su profesión y también de la vida. Gracias por alentarme siempre a seguir adelante. Doy gracias a mi asesor de tesis el Lic. Emilio de Jesús Espronceda por guiarme siempre, por ayudarme a terminar un proyecto importante de mi formación.

A B.A.P:

Un grupo surcoreano que a través de sus letras me han enseñado que debo seguir adelante sin importar que, me han enseñado a ser alguien más fuerte, valiente y a nunca rendirme, pero sobre todo me han enseñado a ser una misma, a vivir como alguien única, a vivir orgullosa de lo que soy y de lo hago. 감사합니다 B.A.P.

## ÍNDICE

### CAPITULO I FUNDAMENTACION

1.1 Planteamiento del problema.....	6
1.2 Pregunta de investigación.....	6
1.2.1 Preguntas secundarias.....	7
1.3 Objetivos.....	7
1.3.1 Objetivo general.....	7
1.3.2 Objetivos específicos.....	7
1.4 Justificación.....	7
1.5 Hipótesis.....	8
1.5.1 Variables dependientes.....	8
1.5.2 Variables independientes.....	8

### CAPITULO II MARCO TEORICO

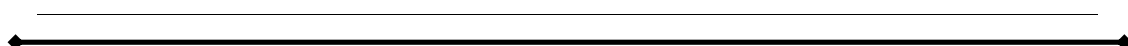
2.1 Introducción.....	10
2.2 ¿Que son las redes sociales? .....	10
2.2.1 Antecedentes de las redes sociales.....	14
2.2.1.1 Facebook.....	16
2.2.1.2 Twitter.....	19
2.2.1.3 Youtube.....	21
2.2.1.4 Badoo.....	23
2.2.1.5 Google+.....	23
2.2.1.6 Hi5.....	25
2.2.1.7 MySpace.....	26
2.2.1.8 LinkedIn.....	27

2.2.1.9 Me2day.....	28
2.2.2 Tipos de Redes sociales.....	29
2.2.3 Diferencia entre una página web y una red social.....	34
2.2.4 Características de una red social.....	35
2.2.5 Función de las redes sociales.....	36
2.2.6 Influencia de las redes sociales.....	38
2.3 Hombre: Dependiente y curioso por naturaleza.....	39
2.4 Comunicación: Necesidad básica del hombre.....	39
2.5 Adicción comportamental: Adicción a las redes sociales.....	40
2.6 Personalidades de los usuarios que pueden depender de las redes sociales.....	41
2.7 Factores de dependencia a las redes sociales.....	42
2.7.1 Educación y Familia.....	43
2.7.2 Amigos e intereses comunes.....	43
2.7.3 Economía.....	44
2.8 Síntomas de dependencia a las redes sociales.....	44
2.9 Consecuencias de dependencia de las redes sociales.....	45
2.9.1 Consecuencias Físicas.....	45
2.9.2 Consecuencias psicológicas.....	46
2.9.3 Inseguridad.....	47
2.10 Métodos para prevenir y/o controlar la adicción a las redes sociales...48	
ANEXOS.....	50
CONCLUSIONES.....	60
BIBLIOGRAFÍA.....	62
FICHAS BIBLIOGRÁFICAS DE INTENET.....	64



# CAPÍTULO I

## FUNDAMENTACION



## 1.1 Planteamiento del problema

Las redes sociales son un tema relevante estos días; el estudio de las redes sociales surge del interés por comprender las interacciones sociales y su influencia sobre la salud y el bienestar de las personas, constituyéndose en una novedosa herramienta de intervención psicosocial.

La creación de una cuenta en alguna red social, resulta ser novedad en cuanto a tecnología y comunicación, una red social es aquella pagina web en donde se mantiene una comunicación completa, es decir en donde haya una retroalimentación entre los usuarios que tengan algo en común, tales como amistad, parentesco, intereses comunes, entre otros.

Este nuevo avance de la tecnología, no solo permite esa socialización sin fines de lucro entre los usuarios, sino también se utilizan como marketing viral, con fines educativos, políticos, religiosos y hasta con fines delictivos.

De los ejemplos más comunes de las personas que crean una cuenta de red social es para que pueden comunicarse con sus familiares, amigos, además de que las personas puedan conocer a más individuos de otras ciudades, estados o países, también pueden conocer culturas, costumbres nuevas.

Las redes sociales tienen un gran impacto en las personas, pero en especial a los jóvenes por la forma en cómo se relacionan o como se desenvuelven en ese mundo virtual; una cuenta en alguna red social implica una mayor interactividad ya que se comparten fotos, videos, mensajes online entre otras actividades, esto permite la socialización ó la retroalimentación entre los demás usuarios que tengan una cuenta activa; esto hace que la comunicación mejore y sea más interesante para el usuario, lo que va provocando que esté conectado a la red por más tiempo de lo normal, volviéndose dependiente, afectando física y psicológicamente al usuario, además que se va alejando de su mundo real.

## 1.2 Pregunta de investigación

¿Cuáles son las causas y consecuencias de los problemas de adicción que generan las herramientas de socialización para la mayoría de las personas que cuentan con una red social?

### 1.2.1 Preguntas secundarias

¿Qué son las redes sociales?

¿Cuáles son los aspectos positivos y negativos de las redes sociales?

¿Por que las personas se vuelven dependientes a algo?

¿De qué manera la educación influye en cuanto al usuario que utiliza una red social?

¿Cómo manejar las herramientas de las redes sociales?

## 1.3 Objetivos

### 1.3.1 Objetivo general

Determinar las causas y las consecuencias de los problemas de adicción que generan las herramientas de socialización para la mayoría de las personas que cuentan con una red social.

### 1.3.2 Objetivos específicos

Identificar cuáles son los síntomas de adicción de las redes sociales.

Observar el comportamiento humano con respecto a la nueva tecnología de las redes sociales.

Registrar en promedio cuanto tiempo pasa una persona en su cuenta de red social.

Orientar a los jóvenes para que no caigan en problemas de adicciones con respecto a esta tecnología.

## 1.4 Justificación

Las redes sociales para muchas personas se convierten en necesidad para estar comunicado con otros individuos; al estar conectado por más tiempo de lo usual, se convierte en adicción para el usuario, alejándolo del mundo real provocando daño al usuario y a las personas a su alrededor.



El siguiente proyecto escrito tiene como propósito, dar a conocer los factores que provocan la adicción y los efectos que causan al tener una cuenta en una red social si no se utiliza adecuadamente.

## 1.5 Hipótesis

Si se determina y se informan las causas y las consecuencias de los problemas de adicción que generan las herramientas de socialización para la mayoría de las personas que cuentan con una red social puede disminuir el número de personas con problemas de adicción a estas tecnologías.

### 1.5.1 Variables dependientes

Causas y consecuencias de los problemas de adicción que generan las herramientas de socialización.

### 1.5.2 Variables independientes

Mayoría de las personas que cuentan con una red social.

---

---

# CAPÍTULO II

## MARCO TEÓRICO

---

---

## 2.1 Introducción

El hombre ha estado evolucionando desde hace millones de años, el constante cambio es evidente, pero así como el humano cambia, el entorno que lo rodea también sufre de esa transformación.

Su inteligencia, su razonamiento, su modo de ver y actuar en la vida está siempre en avance lo que hace que constantemente cambie.

Esa curiosidad que el hombre siente, lo ha llevado a descubrir y a crear grandes cosas, entre ellos la tecnología; en la actualidad ese conjunto de técnicas se ha convertido en algo dependiente para el hombre, puesto que la mayoría de los seres humanos utilizan esas tecnologías como herramientas básicas para comunicarse, para socializar, para estar al pendiente de lo que pasa a su alrededor; pero ahora, en la actualidad, el ser humano ha estado utilizando una herramienta de comunicación más eficaz, más innovadoras, las redes sociales.

Estas redes sociales, en general, son una estructura tecnológica compuesta por conjunto de personas, en donde hay subgrupos, y en donde comparten algo en común. Estas redes cada vez están tomando mayor importancia en todo el mundo, no solo por la aplicación, sino por la velocidad en que cada vez más personas utilizan estas redes sociales para comunicarse con personas alrededor del mundo.

Esta nueva tecnología contiene un gran número de herramientas básicas y avanzadas para hacerlo más interactivo y más dinámico a los usuarios, añadiendo que estos usuarios comparten algo muy en común, como por ejemplo, algo que les guste a ambos usuarios, esto solo hace que el individuo esté conectado por más tiempo a su cuenta de red social, volviéndolo poco a poco dependiente de estas redes. Esta dependencia trae consigo consecuencias quizás irreversibles, consecuencias físicas, psicológicas y no solo para el usuario sino también para el entorno que lo rodea.

## 2.2 ¿Que son las redes sociales?

El termino red, sin duda está de moda. Todo mundo habla de redes, pero con diversos significados, desde el internet hasta las nuevas tecnologías de redes sociales. De la topología a la electrónica, de la administración a la informática nos encontramos con redes. El concepto de "red" ha resultado

particularmente útil como modelo de sistemas basados en las relaciones y las comunicaciones, en especial como modelo de sistemas complejos que se auto-organizan.

Auslande y Litwin<sup>1</sup> señalan que el desarrollo del pensamiento sobre redes tuvo dos orígenes: Primero surgió como un concepto sociológico al final de la década de los cuarenta, y sirvió para definir las interrelaciones entre un sistema social, como modelo alternativo para la entonces dominante perspectiva de acción estructural funcionalista. Desde este enfoque se hizo énfasis en las características de los lazos de la unión entre la gente, a partir de las estructuras de la red; el segundo, parte de los desarrollos de la teoría de campo adaptada por Lewin<sup>2</sup>, en la cual la conducta es vista como la función de una persona en una situación social. Esto significa que el entendimiento de la acción del individuo depende tanto del sistema social general en que se desarrollan las acciones como de las relaciones sociales de ese individuo en ese sistema social.

En las ciencias humanas, al término red se le anexa prácticamente de manera invariable el adjetivo "Social". Este concepto de red social fue empleado por primera vez por el antropólogo J. Barnes (1958) para describir los lazos transversales existentes entre los primeros habitantes de una pequeña isla noruega, pero su uso se ha extendido de forma asombrosa.

El tema de las redes sociales se ha estudiado por una gran diversidad de personas desde muchos años atrás, desde universidades, informáticos, psicólogos, economistas, comunicadores, antropólogos, sociólogos, empresarios, hasta padres familias, alumnos, maestros, entre otros. Este tema tiene diferentes enfoques, diferentes puntos de vistas, esto significa que tan importante es esta nueva tecnología y qué tan importante papel juega la interacción social en el desarrollo humano.

El concepto de redes sociales es aplicable o abarcable desde distintos y múltiples modelos de relación. Al hablar de red social simplemente nos referimos a una manera de definir la realidad relacional de las personas.

Existen diversos autores dando su concepto acerca de las redes sociales, cada uno desde su punto de vista, proporcionando su opinión personal.

---

<sup>1</sup> AUSLANDER, G. y LITWIN, H., *The Parameters of Network Intervention. A social Work Application*, Chicago, 1987.

<sup>2</sup> LEWIN, K., *Field Theory in Social Scienc: Selected Theoretical Papers*, New York, 1951.

El neuropsiquiatra conocido mundialmente por ser el Fundador de la Asociación Europea de Terapia Familia (EFTA) y por haber publicado numerosos libros y artículos en el campo de la psicoterapia, Mony Elkaim, afirma que una red social es: "grupo de personas, miembros de una familia, vecinos, amigos y otras personas, capaces de aportar una ayuda y un apoyo reales como verdaderos a un individuo o a una familia. Es en síntesis, un capullo alrededor de una unidad familiar que sirve de almohadilla entre esa unidad y la sociedad" (1987). El autor piensa que los vínculos entre las personas refuerzan más los recursos que posee el individuo, gracias al intercambio y a la interacción entre ellos es posible que el individuo se nutra con más conocimientos, mas saberes, este enriquecimiento de conocimientos, ideas, puede ser de forma individual o colectiva.

Henderson afirma que las redes Sociales hacen referencia al conjunto de conductas que tienden a fomentar las relaciones interpersonales en un sitio y momento adecuado, alrededor de uno o más individuos y con el objeto de facilitar el suficiente apoyo social para lograr un equilibrio psico-emocional que amplía mucho mas la cobertura de las relaciones existentes y de las potencialidades que se generan en cualquier red social.<sup>3</sup>

Henderson se refiere a que no puede haber una relación con una persona o personas en donde no se comparte un interés común, esto solo hace que psicológicamente no haya un equilibrio emocional y no pueda haber una comunicación estable.

Sbandi conceptualiza a las redes sociales con los siguientes términos: "[...] es una figura social en la que varios individuos se reúnen y, en virtud de las interacción que se desarrollan entre ellos, obtienen una creciente aclaración de las relaciones de otras figuras sociales".<sup>4</sup>

Dabas considera a las redes sociales como sistemas abiertos que a través de un intercambio dinámico entre sus integrantes y con integrantes de otros grupos sociales favorecen el enriquecimiento de los recursos que posee.<sup>5</sup> Desde este punto de vista cada individuo de un grupo o familia se enriquecen de las relaciones que ellos mismos desarrollan. Los aprendizajes se potencializan cuando son socialmente compartidos.

---

<sup>3</sup> Cfr. HENDERSON, S., *The social network, support and neurosis and análisis of prospective observations*, British Journal Psychology, 1987.

<sup>4</sup> SBANDI, P., *Psicología de los grupos*, Ed. Herder, Barcelona, 1977.

<sup>5</sup> Cfr. DABAS, E., *Red de redes: La práctica de la invención de redes sociales*, Ed. Paidós, Buenos Aires, 1993.

Reales, Bohórquez y Rueda sostienen que la red social puede ser conceptualizada como un sistema humano abierto, cooperativo y de propósito constructivo que a través de un intercambio dinámico entre sus integrantes permite la potencialización de los recursos que estos poseen.<sup>6</sup>

Kathleen, a su vez, considera a una red social como un conjunto de relaciones humanas que tienen un impacto duradero en la vida de cualquier persona.<sup>7</sup> Desde la perspectiva de este autor, nos explica que la red está formada por todos aquellos individuos que son cercanos y significativos para el usuario (pueden ser amigos, vecinos, familiares, compañeros de trabajo, conocidos, etc.) porque es en ese ambiente familiar en donde se va a desarrollar y se va a desenvolver.

Ligth y Keeler por su parte, afirman que las redes sociales no son más que “[...] el tejido de relaciones entre un conjunto de personas que están unidas directa o indirectamente mediante varias comunicaciones y compromisos que pueden ser visto como una apreciación voluntaria o espontánea, siendo heterogénea y a través de los cuales cada una de ellas está buscando dar y obtener recursos de otros”.<sup>8</sup>

La gama de conceptos que los diversos autores han propuesto acerca de las redes sociales permite conformar una amplia visión de la evolución de estas.

La mayoría de estos autores comparten la misma opinión sobre el enriquecimiento de conocimientos, de recursos, que adquieren los individuos al comunicarse por estas redes sociales. En el intento de comprender, de descubrir, de analizar y de saber más a fondo acerca de las redes sociales, su evolución, su concepto, su estructura, su función, se van generando puntos de vistas de diferentes perspectivas.

En sí, estas redes son un medio de comunicación más utilizado por todo el mundo, que permite la interacción dinámica con otras personas, grupos o instituciones; éstas son creadas y dirigidas por los mismos usuarios que se alimentan de los mismos contenidos que ellos publican. El número de personas con las que se puede mantener una interacción social se multiplica visiblemente gracias a las herramientas de socialización que se vuelven cada vez más sencillas y fáciles de utilizar.

---

<sup>6</sup> REALES, E., et al., *Lineamientos conceptuales de las redes sociales: Una aproximación de la aplicabilidad de la relación de la violencia*. Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Bogotá, 1993.

<sup>7</sup> KATHLEEN, E., *Social Networks, Social support and health status*, New York, 1984.

<sup>8</sup> LIGTH, D. Y KELLER, S., *Sociología*, Mc Graw-Hill, Madrid, 2000.

Esta nueva tecnología ha sido de gran impacto para todas las personas, especialmente a los jóvenes, por la forma interactiva de poder comunicarse, expresarse y conocer nuevas cosas. Hay un gran número de aplicaciones dentro de estas redes, haciéndolo más atractivo al usuario.

De forma general, una red social es una herramienta de socialización en la cual se produce una interacción continua de ideas, conocimientos, servicios, objetos y modos de hacer entre las personas, manteniendo uno o varios tipos de relaciones como: amistad, familiar, interés común, cultura, etc.

Éstas redes sociales, ayudan en muchos casos a que el usuario pueda comunicarse con familiares, amigos, a conocer personas de otras ciudades, estados o países, cualquiera que sea el caso, toda esta comunicación se expresa en los contenidos que expone cada una de estos usuarios en estas redes sociales, haciendo que estos contenidos proliferen por los contactos y sub-contacts, haciendo que esta red crezca mundialmente.

En realidad, son muchas las personas involucradas en estas redes sociales, en las cuales la ayuda es una actividad que implica dos direcciones: tanto recepción como provisión de ayuda. Esta es parte de un intercambio mutuo, continuo, que constituye un sistema amplio de derechos y obligaciones dentro del grupo.

### 2.2.1 Antecedentes de las redes sociales

La mayoría de las personas creen que las redes sociales virtuales son un "invento" nuevo, reciente, sin embargo esta nueva tecnología ha estado desde muchos años atrás, evolucionando constantemente.

1971. Se envía el primer mail. Los dos ordenadores protagonistas del envío estaban uno al lado del otro.

1978. Se intercambian BBS (Bulletin Board Systems) a través de líneas telefónicas con otros usuarios.

1978. Las primeras copias de navegadores de internet se distribuyen a través de la plataforma Usenet.

1994. Se funda GeoCities, una de las primeras redes sociales de internet tal y como hoy las conocemos. La idea era que los usuarios crearan sus propias páginas web y que las alojaran en determinados barrios según su contenido (Hollywood, Wallstreet, etc.).

1995. TheGlobe.com da a sus usuarios la posibilidad de personalizar sus propias experiencias online publicando su propio contenido e interactuando con otras personas con intereses similares.

1997. Se lanza AOL Instant Messenger.

1997. Se creó Sixdegrees, este fue el primer servicio que permitió crear un perfil en la web, agrupar a los contactos directos e intercambiar mensajes con ellos.

1999. Se creó LiveJournal.com, este fue uno de los primeros servicios de redes sociales en ofrecer blogs y diarios en línea.

2001. Aparece Ryce.com y nace con ella la primera red social especializada, en la actualidad ésta agrupa por lo menos a 500 mil profesionales.

2002. Lanzan el portal Friendster pionero en la conexión online de "amigos reales"; fué la primera en tener un sistema inteligente capaz de relacionar a los usuarios de la red según sus gustos. Alcanza los 3 millones de usuarios en sólo tres meses.

2002. Nace Fotolog, la primera red social que nace con el fin de intercambiar fotografías.

2002. Nace Last FM, en principio con el objetivo de ser una emisora en línea, pero con el tiempo se convierte en una red social movida por el interés en la música.

2003. Se crea Linked In, una red social con el fin de propiciar las relaciones empresariales.

2003. Nace My Space, concebida en un principio como un "clon" de Friendster. Creada por una empresa de marketing online.

2003. Se crea MSN Spaces llamado hoy Windows Live Spaces, que tiene 100 millones de visitantes únicos al mes. En Colombia hay 1.5 millones de usuarios de esta red.

2003. Nace Hi5 que hoy por hoy, tiene 50 millones de cuentas activas.

2004. Nace Flickr, como una red social que funciona a través del servicio de compartir fotografías.

2004. Nace Orkut, la red social de Google con gran popularidad en Brasil y La India.



2004. Se lanza Facebook, concebida originalmente como una plataforma para conectar a estudiantes universitarios. Su punto de salida tuvo lugar en la Universidad de Harvard y más de la mitad de sus 19.500 estudiantes se suscribieron a ella durante su primer mes de funcionamiento.

2005. Nace YouTube, sitio web donde se puede subir y compartir videos.

2005. Nace Yahoo 360, la red social de esta empresa que cuenta con servicio de correo, calendario, fotos, eventos, blog y música.

2005. Nace Bebo, una red muy básica con el fin de contactar amigos e intercambiar multimedia.

2006. Nace Xing, con el fin de agrupar ejecutivos permitiéndoles compartir datos, crear agendas conjuntas y construir discusiones en torno a un tema común.

2006. Se crea Badoo, con el fin, de que los usuarios puedan conocer a más personas por todo el mundo.

2006. Se inaugura la red de microblogging Twitter.

2008. Facebook adelanta a My Space como red social líder en cuanto a visitantes únicos mensuales.

2011. Lanzan Google+.

2011. Facebook tiene 600 millones de usuarios repartidos por todo el mundo, My Space 260 millones, Twitter 200 millones y Friendster apenas 90 millones.

#### 2.2.1.1 Facebook

Nació en el 2004, es una empresa creada por Mark Zuckerberg y fundada por Eduardo Saverin, Chris Hughes, Dustin Moskovitz y Mark Zuckerberg consistente en un sitio web de redes sociales. Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero actualmente está abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico.

A mediados de 2007 lanzó las versiones en francés, alemán y español principalmente para impulsar su expansión fuera de Estados Unidos, ya que sus usuarios se concentran en Estados Unidos, Canadá y Reino Unido. Facebook cuenta con más de 900 millones de miembros y traducciones a 70 idiomas.

Su infraestructura principal está formada por una red de más de 50 000 servidores que usan distribuciones del sistema operativo GNU/Linux usando LAMP. En las tecnologías LAMP esto se consigue mediante la unión de las siguientes tecnologías:

- Linux, el sistema operativo; En algunos casos también se refiere a LDAP.
- Apache, el servidor web;
- MySQL, el gestor de bases de datos;
- Perl, PHP, o Python, los lenguajes de programación.

La combinación de estas tecnologías es usada primariamente para definir la infraestructura de un servidor web, utilizando un paradigma de programación para el desarrollo.

Los servicios que ofrece facebook son los siguientes:

- Lista de amigos: En ella, el usuario puede agregar a cualquier persona que conozca y esté registrada, siempre que acepte su invitación. El servidor de Facebook posee herramientas de búsqueda y de sugerencia de amigos.
- Grupos y páginas: Se trata de reunir personas con intereses comunes. En los grupos se pueden añadir fotos, vídeos, mensajes, etc. Las páginas, se crean con fines específicos y a diferencia de los grupos no contienen foros de discusión.
- Muro: es un espacio en cada perfil de usuario que permite que los amigos escriban mensajes para que el usuario los vea. En noviembre de 2011, Facebook comenzó a implementar un sustituto del muro, el cual llevará por nombre Biografía, la cual reemplazará al Muro; tiene como objetivo agilizar y optimizar el paseo de los usuarios por los perfiles de todos los contactos.
- Fotos: según Facebook hay:

5 mil millones de fotos de usuario. 160 terabytes de almacenaje.

- Regalos: los regalos o gifts son pequeños íconos con un mensaje. Los regalos dados a un usuario aparecen en la pared con el mensaje del donante, a menos que el donante decida dar el regalo en privado, en cuyo caso el nombre y el mensaje del donante no se exhibe a otros usuarios.

- App Center: contendrá de las mejores apps disponibles para la red social. Mostrará los hábitos de cada persona, las aplicaciones que estén más relacionadas con su actividad diaria.
- Aplicaciones: Son pequeñas aplicaciones con las que puedes averiguar tu galleta de la suerte, quien es tu mejor amigo, descubrir cosas de tu personalidad.
- Juegos: la mayoría de aplicaciones encontradas en Facebook se relacionan con juegos de rol, juegos parecidos al Trivial Pursuit o pruebas de habilidades (digitación, memoria). Entre los más célebres se encuentran los juegos de Playfish, como Pet society, los juegos de Zynga Games como FarmVille y CityVille además los juegos de Digital Chocolate como Tower Bloxx.

Facebook tiene alrededor de 900 millones de usuarios registrados alrededor de todo el mundo. Los servicios online que monitorean y que proveen información acerca de la cantidad de visitas que recibe un sitio web, clasifican en un ranking al facebook de la siguiente manera: de acuerdo a Alexa.com la página subió del lugar número 60 de las más visitadas al número 7 en un año; actualmente se encuentra en la posición 2. Quantcast la pone en el lugar número 16 y Compete.com en el 20. El 3 de noviembre del 2007, había siete mil aplicaciones en el sitio, cien agregadas cada día; y en enero de 2010 superaban las 500.000.

Millward Brown en colaboración con IAB México y Televisa Interactive Media, realizaron un estudio a través de una encuesta para graficar los usos y hábitos que se tiene en internet, las redes sociales más utilizadas y con qué fin, la publicidad en internet y los medios de comunicación más utilizados. Esta encuesta se realizó a 1129 internautas durante Julio y Agosto del 2011; el 42% de las personas son mujeres y el 58% son hombres, las edades varían, desde los 12 hasta los 70 años. Anexo A.

Este estudio realizado se llama: El estudio de Consumo de Medios Digitales entre internautas Mexicanos 2011 4ta. Edición; en este, se muestra en grafica que el 94% de los internautas (cualquier persona que navega por internet) mexicanos, están registrados a la red social Facebook. Anexo B.

Facebook es la red social más popular por subir fotografías, con estadísticas de más de 83 millones de fotos subidas a diario. El estudio de Consumo de Medios Digitales, mencionada anteriormente, afirma en detalle que el 87%

de los internautas registrados a esta red social, suben fotografías y/o videos a internet precisamente más en esta red social. Anexo C.

Se realizó una segunda encuesta por estos mismos autores llamada: Estudio de Consumo de Medios Digitales en México 2011 Súper internautas, igualmente que en el anterior estudio también encuestó a 1129 súper internautas (personas que pasan más de 5 horas conectadas a internet diariamente) el 53% eran mujeres y el 47% eran hombres, las edad varían desde los 12 años hasta los 70 años. Esta se empezó a realizar en Julio y Agosto del 2011. Anexo D.

Este estudio menciona que el 98% de los súper internautas mexicanos tienen una cuenta de Facebook, dejándolo en primer lugar. Anexo E.

En este mismo estudio, se afirma que el 91% de los súper internautas mexicanos suben fotos y/o videos a internet a través de Facebook. Anexo F.

Los países que más utilizan esta red social son: Estados Unidos (157,4 millones), Indonesia (41,8 millones), India (41,4 millones), Brasil (35,2 millones), México (31 millones), Turquía (31 millones), Reino Unido (30,5 millones), Filipinas (27 millones), Francia (23,5 millones) y Alemania (22,1 millones).

#### 2.2.1.2 Twitter

Jack Dorsey lo creó en marzo de 2006 y lo lanzó en julio del mismo año, la red ha ganado popularidad mundialmente y se estima que tiene más de 200 millones de usuarios, generando 65 millones de tweets al día y maneja más de 800.000 peticiones de búsqueda diarias. Ha sido apodado como el "SMS de Internet".

La red permite enviar mensajes de texto plano de corta longitud, con un máximo de 140 caracteres, llamados tweets, que se muestran en la página principal del usuario.

Los usuarios pueden suscribirse a los tweets de otros usuarios, a esto se le llama "seguir" y a los suscriptores se les llaman "seguidores" o tweekers. Por defecto, los mensajes son públicos, pudiendo difundirse privadamente mostrándolos únicamente a seguidores.

Los usuarios pueden twittear desde la web del servicio, desde aplicaciones oficiales externas (como para smartphones), o mediante el Servicio de mensajes cortos (SMS) disponible en ciertos países.

La interfaz web de Twitter está escrita en Ruby on Rails (framework de aplicaciones web de código abierto escrito en el lenguaje de programación Ruby), y los mensajes se mantienen en un servidor que funciona con software programado en Scala y además dispone de una API (conjunto de funciones y procedimientos que ofrece cierta biblioteca para ser utilizado por otro software como una capa de abstracción), abierta para todo tipo de desarrolladores, lo cual supone una gran ventaja para todos aquellos que quieran integrar Twitter como un servicio tanto en aplicaciones web como en aplicaciones de escritorio o móviles.

Los usuarios pueden agrupar mensajes sobre un mismo tema mediante el uso de hashtags (palabras o frases iniciadas mediante el uso de una "#" (gato)). De forma similar, la "@" (arroba) seguida de un nombre de usuario se usa para mencionar o contestar a otros usuarios. Para volver a postear un mensaje de otro usuario, y compartirlo con los propios seguidores, la función de retweet se marca con un "RT" en el mensaje. A finales de 2009 se añadió la opción de listas, haciendo posible el seguir (así como mencionar y contestar) listas de usuarios en vez de usuarios individuales.

El límite de 140 caracteres también ha llevado a la proliferación de servicios de reducción de URLs, como bit.ly, goo.gl, and tr.im, y web de alojamiento de material, como Twitpic, memozu.com y NotePub para subir material multimedia y textos superiores a 140 caracteres. Twitter usa bit.ly para acortar las URLs puestas en su servicio.

Twitter ha estado entre los diez sitios web más visitados de el mundo según el sitio web Alexa.com. A febrero de 2009 el blog Compete.com calificó a Twitter como la tercera red social más visitada basándose en el contenido 6 millones de visitantes únicos y 55 millones de visitas mensuales.

El estudio de Consumo de Medios Digitales entre internautas Mexicanos 2011 4ta. Edición, afirma que Twitter es la segunda red social más utilizada. Anexo B. Y ocupa el cuarto lugar como red social en subir fotografías y/o videos por Twitter. Anexo C.

En la segunda entrega del 4o Estudio de Consumo de Medios Digitales en México 2011 Súper internautas, afirma que el 66% de los super-internautas mexicanos (personas que pasan más de 5 horas conectadas a internet

diariamente) tienen una cuenta en Twitter, colocándolo en segunda posición; Anexo E. y ocupa el tercer lugar como red social en subir fotos y/o videos. Anexo F.

Según un estudio realizado por SemioCast en 2012, analizando 383 millones de cuentas creadas antes de dicho año, los países con mayor número de usuarios en Twitter son los Estados Unidos (107,7 millones), Brasil (33,3 millones), Japón (29,9 millones), Reino Unido (23 millones), Indonesia (19 millones), India (12 millones), México (10,5 millones), Filipinas (8 millones), España (7,9 millones) y Canadá (7,5 millones).

### 2.2.1.3 YouTube

Sitio web en el cual los usuarios pueden subir y compartir vídeos. Fue creado por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim en febrero de 2005 en San Bruno, California. Para diciembre de 2005 las páginas de YouTube eran visitadas unas 50 millones de veces al día.

Para mayo de 2006, según Alexa.com, YouTube alcanzó los 2000 millones de visualizaciones por día, y para mediados de agosto había alcanzado la marca de 7000 millones en diversas oportunidades; además, se había convertido en el décimo sitio más visitado en Estados Unidos.

YouTube usa un reproductor en línea basado en Adobe Flash para servir su contenido (aunque también puede ser un reproductor basado en el estándar HTML5). Es muy popular gracias a la posibilidad de alojar vídeos personales de manera sencilla. Aloja una variedad de clips de películas, programas de televisión y vídeos musicales. A pesar de las reglas de YouTube contra subir vídeos con derechos de autor, este material existe en abundancia, así como contenidos amateur como videoblogs.

Los enlaces a vídeos de YouTube pueden ser también insertados en blogs y sitios electrónicos personales usando API o incrustando cierto código HTML.

En junio de 2007 se dio un importante paso hacia la internacionalización del sitio, al traducir su interfaz a diversos idiomas, entre ellos el español.

YouTube ha agregado la capacidad de ver algunos videos en 3D y resoluciones hasta Ultra alta definición. Por otro lado, existe la posibilidad de ver subtítulos, que están en formato SubViewer (\*.SUB) y SubRip (\*.SRT).

Cada vídeo cuenta con su propio contador de visitas que permite dar a conocer la popularidad del mismo abiertamente. Los vídeos cuyo contador no llega a las trescientas visitas son considerados 'inocuos'. Por otro lado, aquellos que hayan sido visitados más de trescientas veces pasan a ser verificados manualmente para garantizar la legitimidad de la cifra de visitas. Debido a esto, el contador se congela y momentáneamente, no refleja en tiempo real el número de personas que ya vio el vídeo. Una vez que pasó por la verificación, el contador se actualiza y se suman las visitas que habían quedado en espera. Sin embargo, un error en la programación del código determinó que la cifra sea de trescientos uno, y no trescientos, lo que produjo diferentes reacciones por parte de los usuarios ante la aparente arbitrariedad del número. La totalidad de los vídeos son convertidos a resoluciones de 320×240 y 480×360 píxeles, y a 30 fotogramas por segundo, aunque los vídeos alojados antes de marzo de 2008 sólo están disponibles en la resolución más baja. A pesar de que todos los vídeos se muestran predeterminadamente en la resolución menor, los usuarios pueden reproducirlos en alta calidad ajustando sus preferencias.

Desde finales de 2008 se pueden ver videos HD con calidad 720p y desde 2009 con calidad 1080p, a las cuales se puede acceder eligiendo la calidad deseada en uno de los botones que aparece en la esquina derecha inferior del video. Al igual que el formato de HQ (alta calidad), el formato HD (alta definición) solamente se visualizará si existe la versión.

El 25 de noviembre de 2008, YouTube cambió la relación de aspecto de su reproductor de vídeo, de 4:3 a 16:9, siguiendo el estándar de los televisores LCD y de plasma. Éste cambio de aspecto es para todos los vídeos, por lo que los que están en formato 4:3 se ven con franjas negras a los lados.

También para evitar copias de los archivos de vídeo, éstos están distribuidos en formato flash (FLV), propiedad de la empresa Adobe Flash, que impide a los usuarios hacer copias digitales fácilmente.

Y en cuanto a Copyright, YouTube ha cambiado profundamente la definición de derechos de autor en vídeos, ya que antes de 2005 sólo se aplicaban a música compartida por P2P. Gran parte de los vídeos que los usuarios publican en YouTube tienen música o imágenes con copyright, pero la compañía sólo los retira si es requerido por el propietario de los derechos de autor.

El estudio de Consumo de Medios Digitales entre internautas Mexicanos 2011 4ta. Edición, afirma que YouTube es la segunda red social más utilizada para

subir fotos y/o videos. Anexo C. También ocupa la segunda posición en el Estudio de Consumo de Medios Digitales en México 2011 Súper internautas, igualmente en la misma fase, de subir foto y/o videos a internet. Anexo F.

#### 2.2.1.4 Badoo

Red social fundada en el año 2006 por el empresario ruso Andreev Andrey. La empresa, cuya sede se encuentra en Soho(Londres), Londres, es propiedad de una compañía ubicada en Chipre. En septiembre de 2011, la revista británica The Economist publicó un artículo explicando la gran oportunidad que tiene Badoo de convertirse en "una de las empresas líderes de Internet en Europa" debido al descubrimiento de una nueva y amplia cuota de mercado. Badoo es una red social que permite conocer gente nueva a través de Internet.

Para el 15 de enero del 2012 se dio a conocer que Badoo tenía 135.315.000 usuarios y en mayo de ese año, la compañía anunció que había alcanzado los 150 millones de usuarios registrados en todo el mundo.

El portal opera en 180 países y su mayor actividad se encuentra en América Latina, España, Italia y Francia. Badoo ocupa la posición 52 de las páginas web más populares en Francia y el lugar 117 a nivel mundial, según Alexa.com.

#### 2.2.1.5 Google+

Es un servicio de red social operado por Google Inc. El servicio lanzado el 28 de junio de 2011, basado en HTML5. Los usuarios tienen que ser mayores de 13 años de edad, para crear sus propias cuentas.

Google+ integra los servicios sociales, tales como Google Perfiles y Google Buzz, e introduce los nuevos servicios Círculos, Quedadas, Intereses y Mensajes. Google+ también estará disponible como una aplicación de escritorio y como una aplicación móvil, pero sólo en los sistemas operativos Android e iOS.

El 14 de julio de 2011, Google anunció que Google+ había llegado a 10 millones de usuarios tan sólo dos semanas después de su lanzamiento en una fase "limitada" de prueba. Después de 3 semanas en funcionamiento, había llegado a 20 millones de usuarios.



El 20 de septiembre de 2011, Google permitió la creación de cuentas a usuarios con más de 18 años, con mejoras en sus extensiones de videoconferencias. Cuando fue liberado al público en general, se registró un aumento del 30% en la cantidad de perfiles, que se incrementó hasta más de 43 millones de usuarios registrados.

Características:

- Círculos, permite a los usuarios organizar contactos en grupos para compartir, a través de diversos productos y servicios de Google.
- Quedadas (o Hangouts), son lugares utilizados para facilitar el vídeochat de grupo (con un máximo de 10 personas que participan en una única quedada en cualquier punto en el tiempo).
- Mensajes, es una función disponible para Android, iPhone y dispositivos de SMS para comunicarse a través de mensajería instantánea dentro de los círculos.
- Carga instantánea, es específica para dispositivos móviles Android; almacena fotos o vídeo en un álbum privado para compartir más tarde.
- Intereses, es un conjunto de aplicaciones para usuario de búsqueda de Google, permitiendo a los usuarios identificar los temas en los que podrían estar interesados en compartir con los demás; "Intereses destacados" también están disponibles, basado en temas otros a nivel mundial lo están encontrando interesante.<sup>11</sup> Intereses ayuda a mantener a los usuarios publicados en las últimas actualizaciones en los temas de su interés.
- En las Novedades, los usuarios ven las actualizaciones de los de sus círculos. El cuadro de entrada permite a los usuarios ingresar una actualización de estado o utilizar iconos para subir y compartir fotos y vídeos. Las novedades pueden ser filtradas para mostrar sólo los mensajes de Círculos específicos.
- Google+ tiene un botón +1 para permitir a la gente recomendar artículos.
- A diferencia de Twitter y Facebook, aún no hay una interfaz de programación de aplicaciones que permite a los desarrolladores de software interactuar con la programación de Google+.
- Al igual que en otras aplicaciones de Google, Google+ ofrece la integración con otras aplicaciones de Google como Gmail, Calendario, Docs, etc.
- Una opción de Liberación de Datos ofrece la posibilidad de descargar el contenido de uno desde Google+.
- Juegos sociales, Google+ incorporó esta característica el 11 de agosto de 2011.

### 2.2.1.6 Hi5

Es una red social fundada por Ramu Yalamanchi (actual director general de la empresa hi5 Networks) y que fue lanzada en el 2003. Al finalizar el año 2007 tenía más de 70 millones de usuarios registrados, la mayoría de ellos en América Latina; además, era uno de los 40 sitios web más visitados del mundo.

Hi5 presenta una visión más enfocada a usuarios particularmente jóvenes de entre 18 a 24 años. Quantcast informó entonces que Hi5 tenía 2,7 millones mensuales de visitantes de Estados Unidos y 46,1 millones de visitantes a nivel mundial.

Aún cuando fue creado en Estados Unidos y tiene su sede en ese país, es más popular en otras regiones, particularmente en América Latina, ubicándose en la posición N° 37 en el mundo sólo entre las personas que tienen la barra de herramientas de Alexa instalada en su navegador, pero sólo ocupó el puesto 84 en los Estados Unidos.

Características:

- Amigos: La cantidad de amigos que una cuenta de hi5 puede tener es ilimitada. Por lo general, en esta red la palabra amigo no significa otra cosa más que una cuenta asociada a otra.
- Comentarios: Los comentarios pueden ser de varios tipos:
  - ✓ En perfil: Los comentarios de perfil, aparecen publicados en la página principal de la cuenta del propietario, todos los que visiten su perfil podrán verlos.
  - ✓ En fotos: Los comentarios dejados en las fotos suelen hablar del contenido de la foto y van dirigidas al propietario de la foto. Otra característica es poder etiquetar a los amigos que aparecen en cada foto y a uno mismo. Si el usuario etiquetado tiene una cuenta en hi5, la etiqueta enlaza a su perfil.
  - ✓ En el diario: Si el propietario de una cuenta escribe una entrada en su diario, los visitantes pueden dejar sus comentarios en cada entrada, de manera similar a los comentarios en blogs.
- Fives: Los fives son una especie de emoticonos permanentes o medallones virtuales con los cuales se puede dedicar como gratificación, recuerdo, diversión o conmemoración a algo

- Visitas: Este atractivo a diferencia de otros blogs, permite ver quién te visitó durante el día y muestra las visitas que has tenido a lo largo de la activación de tu cuenta.
- Diario: En él se puede dejar notas de tema libre, del propietario de la cuenta, enlaces e imágenes relacionadas.
- iLike: Aplicación de una empresa de servicios de música en línea: iLike y Clound. Se pueden añadir videos, artistas y fragmentos de canciones favoritas.
- Aplicaciones: En esta sección, existe una amplia gama de aplicaciones: se puede compartir bebidas con tus amigos favoritos, hacer guiños en las fotos de perfil, añadir tests, supercomentarios, "superfives", poker, grafittis y demás.

Los países que más utilizan Hi5 son: México (17,9%), Tailandia (16,4%), Perú (8,5%), Portugal (8,5%), Rumania (7,3%), España (1,5%), Colombia (1,5%), Costa Rica (1,4%), Italia (1,2%), El Salvador (1,2%), Angola (1,0%), Honduras (0,7%), Otros países (16,4%).

El estudio de Consumo de Medios Digitales entre internautas Mexicanos 2011 4ta. Edición, afirma que Hi5 es la tercera red social más utilizada en México. Anexo B.

En el Estudio de Consumo de Medios Digitales en México 2011 Súper internautas, afirma que el 46% de los súper internautas mexicanos tienen una cuenta en Hi5, colocándolo en tercera posición; Anexo E. y ocupa la cuarta posición como red social en subir fotos y/o videos en México. Anexo F.

#### 2.2.1.7 MySpace

Es un servicio de red social propiedad de Specific Media LLC y la estrella de pop Justin Timberlake. Myspace fue lanzado en agosto del 2003 y su base se encuentra en Beverly Hills, California. En agosto de 2011, Myspace contaba con 33.1 millones de visitantes en EEUU, y está disponible en 18 idiomas.

Diseño:

- Boletines. Son recados que son apostados en un "cuadro de boletines" para cualquier amigo del usuario de MySpace. Son eliminados después de diez días.
- Grupos. Se tiene una característica que permite que un grupo de usuarios comparta una misma página y cuadro de mensajes.

- MySpaceIM. Es un servicio de mensajería instantánea de MySpace. El usuario entra en él usando el mismo e-mail asociado con su cuenta.
- MySpaceTV. Es un servicio parecido al de compartimiento de videos YouTube. Fue creado en 2007 y está en fase de desarrollo (beta).

Aplicaciones:

- En 2008, MySpace introdujo un API donde los usuarios pueden crear aplicaciones para otros usuarios para apostar en sus perfiles.
- MySpace Mobile. Hay una gran variedad de medios a los que los usuarios pueden acceder al contenido de MySpace en su teléfono celular.
- MySpace News. Es un servicio que permite que tú mandes feeds RSS o recibas noticias.
- MySpace Classifieds. Es la sección de clasificados del MySpace.
- MySpace Karaoke. Es la combinación de MySpace y kSolo, que permite al usuario cargar grabaciones de audio de ellos mismos cantando para sus páginas de perfil.
- MySpace Polls. Es un servicio en MySpace desde el 2008 para que los usuarios puedan incluir encuestas en sus perfiles y compartir con otros usuarios.

Otros Servicios:

MySpace Sports (Deportes), MySpace Books (Libros), MySpace Horoscopes (Horóscopos), MySpace Jobs (Empleos), y MySpace Movies (Películas).

El estudio de Consumo de Medios Digitales entre internautas Mexicanos 2011 4ta. Edición, afirma que MySpace es la cuarta red social más utilizada en México. Anexo B.

En el Estudio de Consumo de Medios Digitales en México 2011 Súper internautas, afirma que el 40% de los súper internautas mexicanos (personas que pasan más de 5 horas conectadas a internet diariamente) tienen una cuenta en MySpace, colocándolo en la cuarta posición; Anexo E.

#### 2.2.1.8 LinkedIn

Es un sitio web orientado a negocios, fue fundado en diciembre de 2002 y lanzado en mayo de 2003, principalmente para red profesional. Fundadores Reid Hoffman, Allen Blue, Konstantin Guericke, Eric Ly y Jean-Luc Vaillant. Está disponible en 11 idiomas.

En ella se puede publicar información personal, y a través de dichos perfiles generar redes y contactos. También se pueden publicar preguntas y respuestas, grupos de interés, debates, artículos, etc. Más de dos millones de compañías tienen páginas corporativas en LinkedIn.

LinkedIn sirve para publicar un perfil personal y profesional, para hacer Networking, para recomendar y ser recomendado, para plantear y responder interrogantes, para encontrar y pertenecer a grupos de interés, para buscar empresas y empleos y para publicar contenido interesante.

En octubre de 2008, tenía más de 25 millones de usuarios registrados extendiéndose a 150 industrias. En febrero de 2012, dispone de más de 150 millones de usuarios registrados, de más de 200 países, que abarcan todas las empresas de la lista de la revista Fortune de las 500 mayores empresas estadounidenses.

Los países que más utilizan esta red social son: Países bajos (26,1%), Irlanda (21,0%), Estados Unidos (17,6%), Canadá (15,6%), Reino Unido (14,9%), Dinamarca (14,4%), Australia (13,1%), Nueva Zelanda (12,9%), Bélgica (12,6%), Singapur (12,0%).

#### 2.2.1.9 Me2day

Es una de microblogging y red social en Corea del Sur, fue lanzado en febrero del 2007 por NHN Corporation. El objetivo principal de esta nueva red social, es que los artistas surcoreanos, y las agencias que los representan se comunicaran con sus fans. Está disponible en 7 idiomas, aún no lo han lanzado en versión español, pero sin embargo, países de Latinoamérica están entre los países que más utilizan Me2day para saber más información de sus artistas surcoreanos.

Me2day también tiene una API abierta y la mayoría de las aplicaciones creadas a su alrededor agregan los beneficios de entretenimiento en el sitio. OpenID solía estar disponible hasta marzo de 2010, pero ahora se requiere inscripción. La información adquirida en el registro sólo se incluye la dirección de correo electrónico, ID y contraseña.

Características:

Un usuario puede entablar amistad con otra mediante la adición de él/ella como amigos, que enviará a la persona una solicitud de acuerdo con la configuración de la cuenta, un usuario permite la configuración de la cuenta

ya sea para permitir la aceptación automática de los amigos o de forma manual.

- Invocar - Al igual que Twitter "mención", permite al usuario agregar otros usuarios y hablar con ellos.
- Me2 - Al igual que Twitter "retweet", permite al usuario publicar de nuevo mensaje de otro usuario. El término deriva de la expresión Inglés 'Yo también' de acuerdo.
- Banda - Permite al usuario abrir clubes de fans, grupos de interés y etc.

### 2.2.2 Tipos de Redes Sociales

Las redes sociales proporcionan una interacción en tiempo real entre millones de personas, no todos los usuarios tienen los mismos objetivos e intereses al crear una cuenta de red social, es por eso, que existen diferentes tipos de redes sociales. También existen diferentes puntos de vista en cuanto a la clasificación de redes sociales, pero en este momento se tomará como referencia la clasificación planteada por Montse Calvo Muñoz y Carolina Rojas Llamas en su libro 'Networking: uso práctico de las redes sociales':

✓ De carácter personal:

El objetivo de las redes sociales de carácter personal consiste en conectar a los usuarios y crear una gran comunidad. Estas redes ayudan a localizar amigos y familiares manteniendo una comunicación fluida, permiten establecer nuevas amistades y saber entre sí qué es lo que hacen en cada momento. Los usuarios están conectados a este tipo de red solo por entretenimiento y distracción.

La comunicación entre los usuarios que utilizan este tipo de redes, se puede dar de diversas maneras, compartir fotos y/o videos, mandar mensajes, dejar comentarios, hacer regalos, publicar post (artículos, reflexiones, etc.), organizar eventos, participar en grupos temáticos, etc.

Ejemplos de Redes sociales de carácter personal:

- Facebook. Como se mencionó anteriormente, contiene una gran cantidad de aplicaciones que permite incluir fotos en sus perfiles, agregar amigos, enviarse mensajes con ellos, actualizar perfiles, visualizar la actividad de otros de forma dinámica, publicar fotos, etc.

- Twitter. Es un servicio de microblogging gratuito que permite a los usuarios enviar y compartir entradas cortas, denominadas "tweets", no mayores de 140 caracteres.
- Hi5. Es famosa por su interactividad, pues hace de una simple cuenta de usuarios una especie de tarjeta de presentación virtual.
- MySpace. El concepto de MySpace es parecido al de Facebook: un usuario crea un perfil, puede agregar amigos al mismo, posee un muro donde otros usuarios dejan mensajes, vídeos, enlaces, etc., y él puede acceder a los otros perfiles realizando las mismas tareas.
- Google+. combinación de servicios de diferentes tipos, incluyendo recomendaciones, video chat y mensajería grupal, que abarcan múltiples facetas de nuestras relaciones e interacciones en la web.
- Tuenti. Dirigida a una población adolescente, el único modo de registrarse es mediante una invitación.
- Sónico. Los usuarios tienen acceso a un resumen de la actividad reciente de sus amigos, así como a las principales funcionalidades del sitio. Sónico les permite a sus usuarios unirse a una o más redes. Las redes representan universidades, colegios secundarios y regiones.
- Orkut. Esta red está diseñada para permitir a sus integrantes mantener sus relaciones existentes y hacer nuevos amigos, contactos comerciales o relaciones más íntimas.
- Badoo. Es una red social diseñada como un lugar de encuentro para conocer gente nueva, charlar y compartir fotos, noticias e información. Solo pueden acceder individuos que tengan mayoría de edad.
- Habbo. Es el Mundo Virtual más grande del mundo y funciona a modo de red social para jóvenes y adolescentes. Presenta salas de chat con formas de habitaciones de un hotel, renderizadas en proyección isométrica.
- Friendster. El servicio permite a los usuarios contactar a otros usuarios, mantener los contactos y compartir contenido en línea. Los usuarios pueden compartir vídeos, fotos, mensajes y comentarios con otros miembros a través de su perfil y su red.

✓ De carácter profesionales:

El objetivo principal de estas redes es fomentar la carrera laboral del usuario, creando perfiles profesionales. El perfil de un usuario es simplemente su curriculum vitae: profesión y ocupación actual, estudios y formación, datos de contacto, etc.

En las redes sociales profesionales es posible:

- Crear y/o participar en foros de temáticas muy distintas.
- Crear eventos e invitar a los contactos o miembros de un grupo.
- Recomendar artículos.
- Permiten también crear insignias para insertarlas en la página personal.
- Recomendar a amigos, pedir recomendaciones.
- Seguir a empresas o a otros profesionales.
- Inscribirse a ofertas de empleo que la propia red sugiere, atendiendo al perfil profesional del usuario.
- Recibir mensajes privados.
- Saber quién se ha interesado por en el perfil del usuario.

Ejemplos de redes sociales de carácter profesional:

- LinkedIn. Es una red social muy útil a la hora de buscar empleo. Muchos usuarios han encontrado mejores puestos laborales a partir de su presencia en esta red, pero también, ayuda a mantener contacto con colegas en cualquier parte del mundo.
- Viadeo. Es una red social profesional de la Web 2.0, fundada en mayo de 2004 por Dan Serfaty y Thierry Lunati, la segunda de su tipo más grande después de LinkedIn. Contiene más de 45 millones de usuarios.
- Xing. Tiene una fuerte presencia de directores comerciales de numerosas empresas. La conectividad entre sus miembros es bastante sencilla, así como la gestión de eventos y creación de grupos.

✓ Temáticas:

Este tipo de redes agrupan a personas con los mismos gustos e intereses. Las redes sociales temáticas poseen las principales características de las redes sociales, pero incorporan herramientas y estructuras de información especializadas. Cada usuario puede encontrar la red que más se ajuste a sus intereses. Las redes más populares giran alrededor de los siguientes temas:

○ Viajes. Los aficionados a recorrer el mundo se unen a esas comunidades con el fin de compartir sus experiencias y ayudar a los demás a planificar sus viajes. Entre muchas redes especializadas en los viajes, destacan:

- Tripadvisor. Red destinada para compartir, opinar y encontrar aspectos relacionados con viajes, hoteles y sitios para visitar.
- Cuentatuviaje.net. Un portal creado para compartir experiencias, aconsejar, colgar fotos, etc.



- TravBuddy. Una comunidad para viajeros que permite publicar crónicas de viajes, colgar fotos, participar en foros, etc.
  - Wayn. Posibilita abrir blogs para relatar viajes, participar en foros, localizar compañeros de ruta, encontrar mapas y recomendaciones.
- Música. Hay una gran variedad de portales, dependiendo de la utilidad que se pretenda de ellos. Para escuchar música y compartir conocimientos sobre canciones y sus intérpretes, se recomiendan las siguientes redes:
- Last.fm. Posibilita configurar el perfil a partir de las preferencias de cada melómano. Permite descubrir nueva música con su sistema de selección de canciones.
  - Mog. Permite buscar, escuchar, compartir canciones, crear listas de reproducción, editar perfil de usuario, etc.
  - RedKaraoke.es. Permite grabar y colgar canciones cantadas por uno mismo y escuchar a los demás usuarios.
  - Ksolo. Es un karaoke social que permite escuchar, grabar y compartir grabaciones con amigos.
- Cine. Para los cinéfilos forman parte de los siguientes portales:
- Flixter: Permite publicar críticas de las últimas películas, apuntarse en un club de fans e interactuar con los demás usuarios a través de los foros.
  - Catodicos.com. Reúne a seguidores de las series de televisión, como House, Lost, Anatomía de Grey, etc. Los usuarios pueden comentar sus series favoritas, ver fichas de actores y personajes, discutir sobre posibles argumentos para nuevas series, etc.
- Libros. Los amantes de la literatura se unen a estas redes para analizar las obras, establecer comparaciones, recomendar libros. Todo esto se puede hacer en las siguientes comunidades:
- LibraryThing. Permite crear un catálogo de tus libros, encontrar gente con gustos similares al propio, encontrar nuevos libros para leer, etc.
  - Anobii. Ayuda a organizar colección de libros, indicar el estado de lectura y valoración de las obras literarias.
  - Shelfmates. Permite crear colección de libros y entrar en contacto con miembros con gustos semejantes para compartir opiniones.

o Fotografía. Los usuarios se apuntan a estas redes con el fin de compartir sus fotos. Las siguientes redes son las más famosas:

- Flickr. Permite depositar fotos y hacer búsquedas de imágenes por etiquetas. Actualmente alberga más de dos mil millones de imágenes.
- Fotolog. Basa su actividad en el intercambio de fotos.
- Webshots. Sirve para almacenar y gestionar fotos de forma rápida y sencilla. Permite depositar hasta 1,000 fotos de forma gratuita.

o Video. Existen muchas redes sociales cuya actividad consiste en posibilitar la publicación y consulta de videos. Estas son las plataformas mas populares:

- YouTube. Permite a los usuarios compartir videos. Es muy popular gracias a la posibilidad de alojar videos personales de una forma sencilla.
- DailyMotion. Posibilita consultar archivos de videos.
- Megavideo. Destinado a compartir videos.

o Concursos. Hay redes dedicadas a agrupar a gente aficionada a los concursos. Estos usuarios pueden votar fotografías, videos, temas musicales, etc.

- Bix. Permite a los usuarios crear y participar en concursos sobre todo tipo de temas.

o Animales. Los animales protagonizan muchas redes temáticas. Los portales más populares son los siguientes:

- Dogster. Esta aplicación se centra en los perros. Los usuarios pueden subir fotos y crear el perfil de su mascota.
- Horseland. Red Social creada para los amantes de los caballos.

o Bebidas. La pasión por una determinada bebida es suficiente para crear una red social. Los internautas pueden unirse a las siguientes comunidades.

- Corkd. Une a los aficionados al vino.
- Coastr. Es un punto de encuentro de los amantes de la cerveza.

o Etnias y rasgos físicos. Existen portales destinados a agrupar a gente, según sus características físicas. Estos son los portales mas populares:

- Naturallycurly: Agrupa a gente de pelo rizado. El portal ofrece consejos para cuidar el pelo.

- BlackPlanet. Une a las personas de color. Tiene mucho éxito en Estados Unidos y Reino Unido.
- Migente. Red social de latinoamericanos. Permite hacer amigos, ofrecer información sobre Latinoamérica.
- Asianave. Conecta a todos los asiáticos.

✓ De escala local:

Últimamente las redes de carácter local están ganando protagonismo en diferentes países. La explosión local de las redes sociales se debe a una serie de elementos.

Logran ofrecer a sus usuarios la sensación de una mayor proximidad y cercanía. En estos portales los internautas comparten el mismo idioma y territorio geográfico. Por lo tanto, los lazos que se crean entre ellos son más fuertes.

Las grandes redes sociales también son locales; su presencia y popularidad suele variar dependiendo del territorio. Las redes sociales locales son especialmente populares en Europa y Asia. En América Latina predominan las redes generalistas. Hay países que combinan la presencia de ambos tipos de redes.

Ejemplos de redes sociales de escala local:

- Tuenti. Es una de las redes más visitadas en España. Permite al usuario crear su perfil, subir fotos, estar en contacto con amigos, organizar eventos, etc.
- Wamba. Es otra red local de procedencia española. Su enfoque principal es el ocio. Sirve para hacer amigos y estar informado de eventos y actividades culturales.
- Festuc. Nacida en España. El portal se especializa en Ocio, cuenta con más de 300,000 usuarios. Permite estar al tanto de todos los eventos y conocer a gente de la misma ciudad.

### 2.2.3 Diferencia entre una página web y una red social.

Una página web es el nombre de un documento o información electrónica adaptada para la World Wide Web y que puede ser accedida mediante un navegador. Está compuesta principalmente por información (sólo texto y/o módulos multimedia) así como por hiperenlaces; además puede contener o

asociar datos de estilo para especificar cómo debe visualizarse, y también aplicaciones embebidas para así hacerla interactiva. Una página web es en esencia una tarjeta de presentación digital, ya sea para empresas, organizaciones, o personas, así como una tarjeta de presentación de ideas y de informaciones.

Como ya habíamos mencionado anteriormente en otro tema, una red social no es más que portal web diseñado para ser personalizado por los usuarios, (en la mayoría de las redes sociales) y orientado a la comunicación y relación entre los mismos, mediante el acceso a blogs, fotografías, videos, juegos en grupo, foros u otros contenidos desarrollados por los propios usuarios.

Su principal diferencia radica en el contenido y la retroalimentación. Los usuarios de una red social comparten aspectos de su vida, experiencias, opiniones, comparten gustos, intereses, y debido a eso existe una retroalimentación fluida al instante. En cambio, en una página web solo podemos ver información de cierto tema, de alguna empresa, o de algún interés en particular, pero debido a esta información es la que permite no haber una retroalimentación constante.

#### 2.2.4 Características de una red social.

El antropólogo John Barnes<sup>9</sup> a través de diversas investigaciones mencionó que las redes sociales cuentan con características cuantitativas y cualitativas.

La primera tiene que ver con la cantidad de usuarios que integran una red, el tamaño de ésta, la frecuencia de contacto entre los miembros, la homogeneidad (sexo, edad, raza), el grado de simetría en el contacto entre los miembros. Las cualitativas tienen que ver con la amistad, la intimidad, la tolerancia y el confort.

Una de las principales características de las redes sociales la constituye el hecho de que éstas se pueden convertir en sistemas de apoyo social que promueven la salud y que a la vez constituyen un elemento indispensable para amortiguar el status psico-social.

Mitchell<sup>10</sup> especificó las características de las redes sociales como morfológicas o patrón de redes, las cuales incluyen:

---

<sup>9</sup> JOHN BARNES, citado por LOBO, B. y NARVAES F., *Redes Sociales en la población de la tercera edad en la Zona Negra*, Barranquilla, 1987, Uninorte, pag. 10.

- Anclaje: El punto de orientación de la red o la persona focal de ésta.
- Accesibilidad: El grado en el cual un miembro de la red puede contactar a los otros miembros, o el número de personas entre el anclaje y el punto más lejano.
- Densidad: El grado en el cual los miembros de la red pueden conocer a cada uno.
- Rango: Número de contactos directos que tienen los individuos.

Otras características morfológicas son:

- Tamaño: Número de personas con las que cada miembro de la red puede entrar en contacto.
- Homogeneidad: Grado en el que los miembros de la red pueden tener características similares (como sexo, edad ocupación, etc.)
- Dispersión geográfica.

También están las características interaccionales, estas incluyen:

- Multiplicidad: Grado en que las relaciones involucran más de un tipo de contenido.
- Contenido: Los significados ligados a las relaciones.
- Dirección: Extensión en la cual las relaciones son recíprocas.
- Durabilidad: Si la red es constante o si se moviliza sólo en situaciones limitadas.
- Frecuencia: Frecuencia con la que la persona mantiene contacto con los miembros de la red.
- Intensidad: Valor o importancia de las relaciones.

### 2.2.5 Función de las redes sociales

Dans<sup>11</sup> analiza el funcionamiento de las redes sociales en los siguientes puntos:

- Dentro de una plataforma común (sitio Web), un usuario invita a un grupo de usuarios a que establezcan una conexión online por medio de dicha plataforma. Cada usuario que acepta la invitación, pasa a formar parte de su red contactos.

---

<sup>10</sup> SANDRA MITCHELL y HELEN BEE, *Etapas de su vida*, 2da. Edición, México, Ed. Harca, 1987, pag. 42.

<sup>11</sup> ENRIQUE DANS, *Microblogging, Medio y Redes Sociales*, Cuadernos de Comunicación evoca, 2009, pags. 36-37.

- o Cada uno de estos nuevos usuarios, realiza la misma operación, invitando a otro número determinado de conocidos, esparciéndose de este modo las conexiones.
- o Con las relaciones creadas, el usuario crea lo que hoy se conoce por red de contactos, pudiendo intercambiar información de diversa índole, en función del tipo de red social.

Desde este punto podemos saber lo que realiza un usuario al crear una cuenta social, la función general a la que se refiere Dans es la de crear vínculos para formar una red.

El uso de una red social desempeña varias funciones básicas para la supervivencia de sus miembros. Estas dependen de la clase de transferencia o intercambio que se produzca en la red.

Otros autores manifiestan que el tipo de intercambio interpersonal entre los miembros de la red determinan las funciones de la misma:

- o Compañía Social: la realización de las actividades conjuntas o simplemente estar juntos, compartir una rutina cotidiana.
- o Apoyo emocional: es decir, intercambios que connotan una actitud emocional positiva, clima de comprensión, simpatía, empatía, estímulo y apoyo; es el poder contar con la resonancia emocional y la buena voluntad del otro; es el tipo de función característica de amistades íntimas y las relaciones familiares cercanas.
- o Guía cognitiva y consejos: interacciones destinadas a compartir información personal o social, aclarar expectativas y proveer modelos de rol.
- o Regulación (control) social: interacciones que recuerdan y reafirman responsabilidades y roles, neutralizan las desviaciones de comportamiento que se apartan de las expectativas colectivas, permiten una disipación de la frustración y de la violencia, y favorecen la resolución de conflictos. Muchos de los ritos sociales actúan como recordatorios de estas restricciones.
- o Ayuda material y servicios: colaboración específica sobre la base de conocimiento experto o ayuda física incluyendo los servicios de salud.
- o Acceso a nuevos contactos: es decir, la apertura de puertas para la conexión con personas y redes que hasta entonces no eran parte de la red social.

### 2.2.6 Influencia de las redes sociales

El uso de una red social busca la supervivencia para satisfacer necesidades básicas, desarrollo que se utiliza para mejorar la calidad de vida de sus integrantes y también para buscar y mantener el vínculo social.

Las redes sociales ayudan a suplir algunas necesidades básicas humanas; además de que proveen cada uno de los elementos necesarios para dar y recibir amor y afecto.

Estas redes sociales que se establecen en forma natural dentro de la sociedad, son un apoyo emocional, especialmente para dar y recibir amor y afecto, y también son ayuda instrumental, porque pueden proporcionar servicios, bienes, información y situaciones agradables de vida. Así, entonces, lo que confiere identidad a una comunidad, lo que permite definir si se está ante una comunidad, no es el conjunto de instituciones creadas, sino el conocimiento de la gama de relaciones y vínculos sociales que se establecen entre los miembros de un contexto geográfico delimitado. El beneficio final que obtiene los usuarios es la interacción social, utilizando el sitio como medio.

Las redes sociales tienen un papel protagónico en la actualidad, no sólo se utilizan para la comunicación instantánea, reencuentros con personas del pasado, compartir e intercambiar información en diferentes medios, sino que también están siendo utilizadas por grandes corporaciones, instituciones, organizaciones y empresas para promover sus productos y servicios, y tener un contacto más cercano con los clientes y afiliados.

El estudio de Consumo de Medios Digitales entre internautas Mexicanos 2011 4ta. Edición, afirma que las redes sociales son la segunda fuente de información para los usuarios de internet. Anexo G. También, este mismo estudio afirma que 9 de cada 10 internautas están registrados en alguna red social.

En el Estudio de Consumo de Medios Digitales en México 2011 súper internautas, hace una comparación del año 2010 con el año 2011, donde muestran cuales son los contenidos que buscan los usuarios en internet, ubicando a las redes sociales como tercer lugar, pero el porcentaje de usuario incrementando un 19% del 2010 al 2011; y esta cifra aún sigue aumentando. Anexo H.

Dentro de este mismo estudio, se afirma que en cuanto a búsqueda de información en internet, las redes sociales ocupan el segundo lugar como fuente de información utilizado por los súper internautas. Anexo I.

La influencia de las redes sociales sobre la sociedad se da por todas esas novedosas funciones que permite comunicar al usuario con las demás personas; y esa influencia sobre las redes sociales, sigue creciendo constantemente.

### 2.3 Hombre: Dependiente y curioso por naturaleza

El ser humano por naturaleza es dependiente desde que nace hasta que muere, necesita de su entorno, de su propia naturaleza y de otros seres para poder sobrevivir. El hombre, es el ser en todo el universo, mas dependiente del otro; desde que empieza la vida, el hombre siempre busca la compañía de otros, pues es un ser que no es autosuficiente, porque requiere de la sociedad para satisfacer sus necesidades tanto físicas como espirituales; por lo tanto es un ser social.

Así como es dependiente, el hombre también es curioso, por lo que siempre busca saber más, siempre tendrá ese interés por aprender, investigar, experimentar, crear, descubrir; para ello utiliza sus sentidos, como un medio de comunicación con la naturaleza, con su entorno, permitiéndole que esa curiosidad pueda darse y pueda resolverse a través del razonamiento.

El hombre es un ser racional, debido a esa capacidad, el hombre adquiere cierta categoría, diferenciándose de los demás seres; es por esta capacidad que él hombre es un ser dependiente y curioso por naturaleza, gracias a estas características, es que el entorno que lo rodea cambia constantemente junto con él.

### 2.4 Comunicación: Necesidad básica del hombre

La comunicación humana nació a partir del momento mismo en que sobre la faz de la tierra existieron dos seres humanos y surgió como consecuencia de la necesidad de relacionarse entre ellos.

La comunicación se vuelve también un elemento esencial para el hombre, necesita satisfacer sus necesidades e intereses; gran parte de la naturaleza del hombre de ser curioso y dependiente se debe a la comunicación. El



hombre, desde hace años atrás hasta en la actualidad para poder sobrevivir tiene que comunicarse, expresarse.

El hombre en su necesidad de comunicarse se ha enfrentado a vencer distancias para poder expresar sus ideas y pensamientos, para lograrlo empezó a utilizar sus propios medios de comunicación. A lo largo de la historia de la humanidad el hombre ha creado diversas formas de comunicación, las cuales han sido muy útiles para su desarrollo personal y social. El funcionamiento de las sociedades humanas, es posible gracias a la comunicación.

La Internet, sin duda, ha impactado en la vida cotidiana en lo referente a la comunicación. De hecho, ha tenido mayor impacto que otras técnicas de comunicación como lo fue en su momento el teléfono y mucho antes, el telégrafo.

Gracias a los avances tecnológicos se ha logrado contar con sistemas de comunicaciones más eficientes, de mayor alcance y de mayor potencia, los cuales han servido para poder comunicarse más ampliamente.

## 2.5 Adicción comportamental: Adicción a las redes sociales.

Se considera adicto aquel que pese a su voluntad no le es posible despegarse fácilmente de la web, aquel que no puede controlar el impulso de seguir pegado a la computadora, aquel que pasa toda una noche y sus noches consecuentes jugando, o realizando alguna otra actividad del tipo.

La adicción ó dependencia a las redes sociales se encuentra dentro del tipo de adicciones comportamentales. Las adicciones comportamentales son trastornos de dependencia vinculados a actividades humanas diversas, a menudo placenteras, no relacionadas con la ingestión de sustancias químicas.

Dentro de este tipo de adicciones se encuentran: Adicción al trabajo, a las compras, al sexo, al internet, a las redes sociales, al teléfono móvil, entre otras.

Lo que mueve a los seres humanos a realizar este tipo de actos es la búsqueda de placer (incentivo), o al menos la compensación de los

sufrimientos. Su presencia sugiere la existencia de un autocontrol deficiente de la conducta.

A las personas adictas no les importa cuánto tiempo o dinero gasten, siempre justificarán el hecho como una inversión. “No importa el dinero, lo importante es que me actualicé”, “saqué muchos datos que me sirven”, “estar al día tiene su precio”, son algunas de las justificaciones a uno mismo.

La angustia reflejada en pensamientos desesperados como “Qué habrán comentado de mi foto, quiénes la estarán viendo, qué estará pasando, qué cosas más puedo publicar, de quién no vi sus actualizaciones” son parte de la enfermedad mental.

## 2.6 Personalidades de los usuarios que pueden depender de las redes sociales

A continuación se mencionan algunas de las personalidades de los usuarios que pueden volverse dependientes a estas redes sociales:

- Los que no tienen una buena socialización, y no saben cómo acercarse a una chica o a un chico.
- Los que tienen una pronunciada timidez.
- Los que sufren episodios o estados depresivos.
- Los que rechazan su identidad y su historia y quieren inventarse otra.
- Los que tienen baja autoestima.
- Los que atraviesan una desilusión amorosa y se sienten solos.
- Los que buscan emociones fuertes.
- Los que presentan elevado grado de ansiedad para las relaciones sociales cara a cara, sintiéndose más seguros con el anonimato que produce Internet.

Según el analista Brian Solís de origen mexicano y experto de la consultora Altimeter Group, dijo que los medios sociales son adictivos por que el usuario es el centro de la experiencia, por lo que de forma natural quiere pasar más tiempo en ellos, para ver cómo la gente le responde a él ó como responde a aquello que comparte.

## 2.7 Factores de dependencia a las redes sociales

La dependencia, es una respuesta a la profunda y fundamental necesidad de consolación. No es casual que en la adolescencia, o sea cuando el individuo tiene que nacer de nuevo de manera más dura y brutal porque se supone la ruptura de los vínculos de dependencia infantil, "explota", casi como una insurrección. De esta forma, la dependencia es uno de los pilares de construcción de la identidad: por medio de un proceso de maduración, aprende a gobernar el tiempo y el espacio para sus necesidades; las dependencias son modalidades normales de relacionarse de todo ser humano, son expresiones de la necesidad de seguridad y, por lo tanto, de mantener la propia organización interna, que es inherente a todo sistema autopoietico.

Por otro lado, en la situación actual, donde crece el área de "malestar" derivada de la imposibilidad de satisfacer las necesidades, la dependencia es una respuesta a la necesidad de consolación.

Las redes sociales han producido gran impacto como forma de comunicación, debido a que las ciencias tecnológicas, buscan siempre innovar e ir a la par de las exigencias del colectivo. La comunicación por medio de las redes sociales, es más amplia dado que la utilizan como un hobby por ser muy sencilla creando un espacio convergente en el cual expresamos nuestros saberes, sentimientos, emociones, entre otros.

La mayoría de los usuarios de las redes sociales siempre tendrán la necesidad de estar permanentemente conectados para interactuar con sus conocidos, a través de plataformas como Facebook, la más popular de las redes sociales.

Por todas estas razones es que en la actualidad este fenómeno llamado "redes sociales" se está convirtiendo en una adicción para la mayoría de los usuarios que frecuentan estas redes.

La adicción es una dependencia psicológica respecto a una cosa en específico que llega a convertirse en algo "central" para la persona que la padece y que termina desorganizando su personalidad.

La adicción se inicia con una conducta agradable y placentera que termina siendo adictiva, pues abandonarla produce un malestar.

Las personas que navegan demasiado tiempo en Internet tienen la tendencia a sufrir de esta adicción.

Dentro de las personalidades de los usuarios que pueden volverse dependientes, también se agregan factores principales tales como, la educación, la familia, amigos, intereses comunes y la economía. Parte de estos factores no son más que una motivación para que los usuarios puedan volverse dependientes a estas tecnologías.

### 2.7.1 Educación y Familia

Un individuo con quienes principalmente conviven es con la familia, con los padres, hermanos, o tutores, es aquí donde empieza a socializar y también es aquí donde se enseña al individuo valores, conductas, comportamientos, modos de hacer, actividades que lo lleven a realizarse mejor; si el individuo tiene una comunicación deficitaria con la familia no puede tener una buena relación familiar y por lo tanto no se podrá enseñar todos aquellos detalles que son importantes para que el individuo se desarrolle sanamente.

La depresión, soledad y la falta de afecto en la niñez son algunos de los elementos, que puede provocar adicción o dependencia al usuario. El afecto y la atención brindada durante la infancia es vital para prevenir estos peligros.

### 2.7.2 Amigos e intereses comunes

La mayoría de los adolescentes y jóvenes adultos tiene una cuenta activa en red social para comunicarse con sus amigos, ya sea de la escuela, del salón, amigos con los que comparte intereses comunes, conocidos, etc.

Hay redes sociales especialmente para personas que comparten algo en común, si un individuo platica con alguien con quien no tiene nada en común, no puede existir una estabilidad emocional, por lo tanto no puede haber una comunicación o interacción plena con los demás usuarios.

Los usuarios de las redes sociales se identifican con otros usuarios, cuando se dan cuenta que los individuos con quienes platican, encuentran algunas semejanzas o intereses comunes relacionados con el usuario, volviendo la conversación más estable, más emotiva para ambas partes.

### 2.7.3 Economía

Una persona que tiene una solvencia económica estable ó alta, tiene más acceso a las tecnologías, es decir, a utilizar un computador o cualquier otro medio tecnológico que le permita estar en contacto con las redes sociales de internet, éstas personas que tienen el recurso, quizás no se preocupan por cubrir gastos para sus necesidades básicas, y atienden a otras necesidades de desarrollo diferentes a las que tiene que ver con su sobrevivencia.

## 2.8 Síntomas de dependencia a las redes sociales

Al igual que las personas adictas a las drogas, no existe un diagnóstico que permita saber si un usuario de las redes sociales será adicto o no a este servicio. Sin embargo, existen elementos o síntomas que permiten identificar esta enfermedad de manera oportuna y saber si el usuario es adicto a las redes sociales de internet:

- Revisar Facebook a diario, varias veces al día o todo el día.
- Su mentalidad es filtrar todo a través de la red social, como poder compartir, promocionar, marketear, o propagar información personal, laboral, o social.
- Actualizar tu estado, perfil, fotos, etcétera, con frecuencia y etiquetas a tus amigos para recibir comentarios.
- Las horas de descanso se han reducido a dos horas o más.
- Pasan horas antes que te des cuenta que no han hecho nada, excepto navegar en Facebook, twitter, MySpace, entre otras más.
- Disminución generalizada de la actividad física.
- Negligencia respecto a la familia y amigos.
- Rechazo a dedicar tiempo extra en actividades fuera de la Red.
- Negligencia respecto al trabajo y las obligaciones personales.
- Estado de conciencia alterado durante largos períodos de tiempo, con una total concentración en la pantalla, similar al de la meditación o del trance.
- Irritabilidad importante cuando se es interrumpido por personas o circunstancias de la vida real mientras se está sumergido en el ciberespacio.
- Los llamados "adictos" (en la gran mayoría menores de 25 años) en un 18% de estos pueden estar desconectados apenas un par de horas.
- El aislamiento progresivo y el abandono de los intereses y relaciones ajenas a la conducta adictiva;
- La irritabilidad y el malestar ante los impedimentos para actuar según el patrón adictivo.

- Reducción del rendimiento académico o laboral.

## 2.9 Consecuencias de dependencia de las redes sociales

La adicción a las redes sociales aun no es conocida como enfermedad, pero ya hay clínicas en el mundo especializadas en el control de este trastorno, que se considera como un problema social afectando a la mayoría de los usuarios que pasan más tiempo de lo normal conectados a sus redes sociales.

Uno de los factores complejos de las redes sociales es que de algún modo impensado, vuelve a las personas incapaces de socializar "cara a cara" y se aíslan en el mundo virtual. Creen estar "comunicados", sin embargo van perdiendo habilidades que les impiden la interacción personal de una manera sana y productiva.

Como cualquier adicción, las redes sociales provocan en quienes se esclavizan a ellas, sensaciones similares a las que tendría un ludópata (adicto al juego), alcohólico (adicto al alcohol), o un trabajólico (adicto al trabajo).

Se crea una compulsión ansiosa e incontrolable para estar conectado a las redes sociales de internet por medio de un celular, una laptop o una computadora ó cualquier otro medio tecnológico. Un individuo que se convierte en adicto a las redes sociales es incapaz de "navegar" en otras áreas que no sea su comunidad virtual.

Existen muchas consecuencias irreversibles que afectan al usuario adicto, consecuencias físicas, consecuencias psicológicas, efectos para las personas que los rodean (familiares y amigos) y también consecuencias en cuanto a la seguridad del individuo.

### 2.9.1 Consecuencias físicas

Si bien la principal consecuencia que padecen los adictos a las redes sociales, es el aumento de peso que está directamente relacionado con el sedentarismo, añadiendo otras enfermedades relacionadas; también existen otras complicaciones como la falta de sueño, situación que provoca que al día siguiente el cansancio, el mal humor y la desganancia sean los protagonistas. Además de esto otro de los problemas más visibles es la vista cansada u otras enfermedades oculares, como: irritación, ardor, ojo seco, húmedo o

rojo. También se presentan dolores musculares, dolores de espalda, de cuello, de cintura e incluso de mandíbula, esto es debido a la cantidad de horas que pasa el usuario frente a una computadora, la mayoría de las veces en posturas incorrectas, aunque también, se presentan muchos problemas con las articulaciones de la mano y/o del antebrazo e inflamaciones en la muñeca, como por ejemplo el síndrome del túnel carpiano.

Estar sentado mucho tiempo daña la salud e incrementa el riesgo de muerte prematura por enfermedad cardiovascular.

Otro de los problemas más comunes es el desvelo, el cansancio, la fatiga, la falta de concentración, por no dormir lo suficientemente debido a que la persona adicta quita horas de sueño, para poder estar conectado a las redes sociales.

Otro de los problemas más graves es que puede producir es la epilepsia.

### 2.9.2 Consecuencias psicológicas

Ya que esta adicción se considera como un problema social por ende esto va a perjudicar el desarrollo emocional porque las personas que tienen este trastorno suelen cambiar de conducta y muchas veces también son afectados en el ámbito social porque se les dificulta mantener conversaciones frente a frente.

El uso excesivo de las redes sociales acaba derivando en autentico aislamiento social en el mundo; el usuario se aleja de su familia y amistades, ya que pasa cada más tiempo en su ordenador conectado a las redes sociales. Las relaciones empiezan a enfriarse al dejar de asistir a reuniones sociales, saltarse visitas con los amigos, o evitar a familiares por estar más tiempo conectados a las redes sociales de internet.

El aislamiento ocasiona depresión y estrés, ya que la soledad poco a poco se desprende del usuario y con el paso del tiempo se siente sin protección de su familia, debido a que ya no tienen una vida social estable.

Las redes sociales no solo parece que alteran la capacidad de comprensión del usuario, sino que además generan trastornos de la conducta e incluso causan síndrome de abstinencia como cualquier otra droga. Puede ocurrir ansiedad y sensación de soledad ya que no conviven en sociedad.

Otro de los problemas emocionales se encuentra el Síndrome de burnout. También se le conoce como síndrome de desgaste profesional, y se caracteriza por agotamiento físico y mental extremo, bajo rendimiento laboral y pérdida de interés hacia el trabajo.

### 2.9.3 Inseguridad

La adicción a las redes sociales tiene un impacto negativo en las habilidades cognitivas y en la salud de los individuos, pero también representan graves riesgos para la seguridad de los datos privados de las personas.

Una persona adicta a las redes sociales, tiene más tiempo para publicar información personal, fotos, hacer comentarios, entre otros, lo que permite que los cibercriminales obtengan mas información personal acerca del usuario.

Al difundir los datos abiertamente en las redes sociales, los internautas no saben que existen personas mal intencionadas especializadas en obtener información de futuras víctimas utilizando herramientas de ingeniería social, la cual es la forma de obtener datos de personas a través de investigación y disimulación. Por lo tanto, una simple foto y alguna información "inocente" divulgada indebidamente, ya es suficiente para comenzar un ataque que puede tener consecuencias desagradables para el usuario.

En las redes sociales, los usuarios, sin saber la gravedad, publican información como las escuelas en las que estudiaron, lugar de trabajo, nombres, fotos de hijos y parientes cercanos, sin contar la gran cantidad de información que es pasada a través del intercambio de mensajes con amigos y conocidos.

Con esta información, los cibercriminales pueden infiltrarse rápidamente en la red social de un determinado usuario y hacerse pasar por un nuevo o antiguo "amigo", de aquellos que el internauta no veía hace decenas de años y ni se acordaba de su existencia.

Después de crear esta falsa intimidad, el internauta podrá ser engañado fácilmente, comprando productos que no serán entregados o inclusive siendo víctima de extorciones y secuestros exprés. Con su foto y con la información de los lugares que frecuenta es muy fácil realizar una identificación de la víctima.



## 2.10 Métodos para prevenir y/o controlar la adicción a las redes sociales.

La adicción a las redes sociales aun no es conocida como enfermedad, pero ya hay clínicas en el mundo especializadas en el control de este trastorno, que se considera como un problema social y que afecta alrededor del 40% de los internautas los usuarios de las principales redes virtuales, explica el doctor italiano Federico Tonioni, especialistas de estas clínicas.

El primer método para prevenir la adicción a las redes sociales es informar a los internautas y súper internautas de las consecuencias y efectos que tiene ser un adicto a la red social; así como también dar a conocer los factores de dependencia.

Los métodos han de ser siempre plurales, incluyendo medidas psicológicas, medidas farmacológicas y cambios o adaptaciones sociales.

Se mencionan algunos consejos importantes para no caer en la adicción:

- Marcar unos tiempos límites.
- Poner una alarma para que suene en una o dos horas para que marquen cuando el usuario debe dejar el ordenador.
- Cambiar los hábitos de los horarios de la permanencia en el equipo.
- Instalar el software para restringir el acceso a los sitios Web que el usuario suele visitar compulsivamente.
- Hacer una lista de cosas que se pueden hacer en lugar de estar sentado en la computadora.
- Tomar descansos breves cada 20 o 30 minutos para que no causar irritación o problemas en los ojos.

El proceso de superar la adicción a las redes sociales puede resumirse en tres pasos principales: realizar un diagnóstico, un tratamiento psicológico y un soporte social adecuado. Para ello el paciente deberá reconocer que tiene la adicción y alejarse de ella voluntariamente, con el apoyo de su familia.

Es de recalcar que esta adicción causa que el sujeto tienda a explotar en ira y escape buscando refugio en las redes para desestresarse, cuando la realidad es que el estrés es causado por estas mismas redes.

El objetivo principal de los tratamientos para tratar la adicción de las redes sociales de internet no es que la persona no vuelva a usar Internet, sino que pueda llegar a hacerlo de una forma controlada.

Parte de la solución a este problema, se debe trabajar con los padres de familia, ya que la familia es la principal causa de que los internautas y súper internautas sean adictos a las redes sociales.

---

---

# ANEXOS

---

---

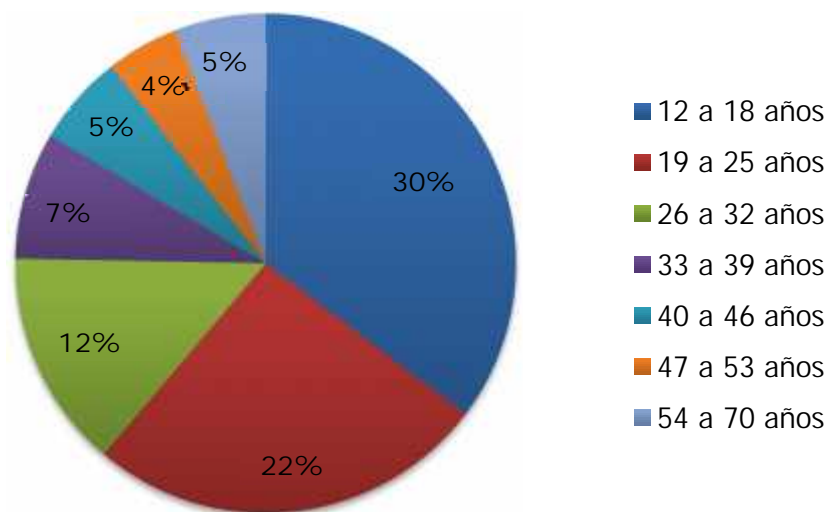
## Anexo A.

Estudio de consumo de medios digitales entre internautas mexicanos 2011  
4ª edición.

La muestra de éste estudio fueron 1129 personas se encuestaron durante Julio y Agosto del 2011 a través de un panel de internautas.



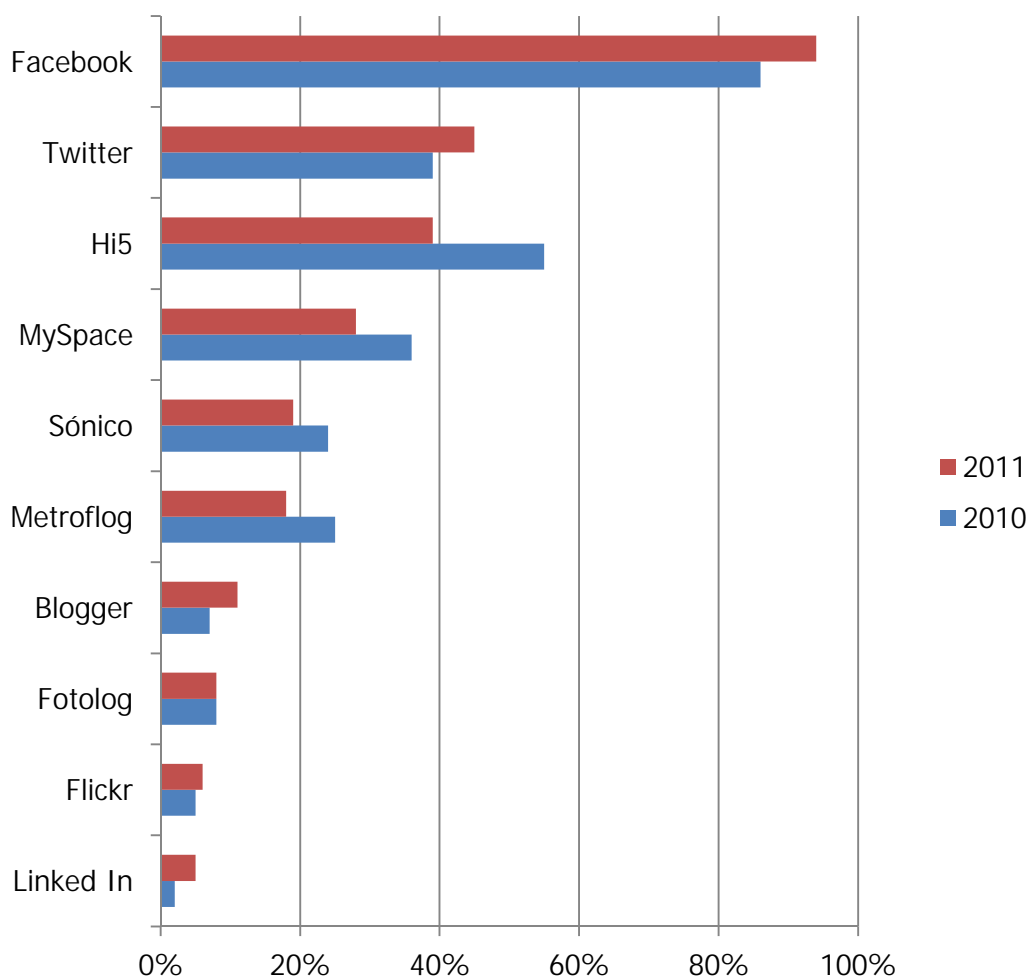
### Rangos de edad



## Anexo B.

Estudio de consumo de medios digitales entre internautas mexicanos 2011  
4ª edición.

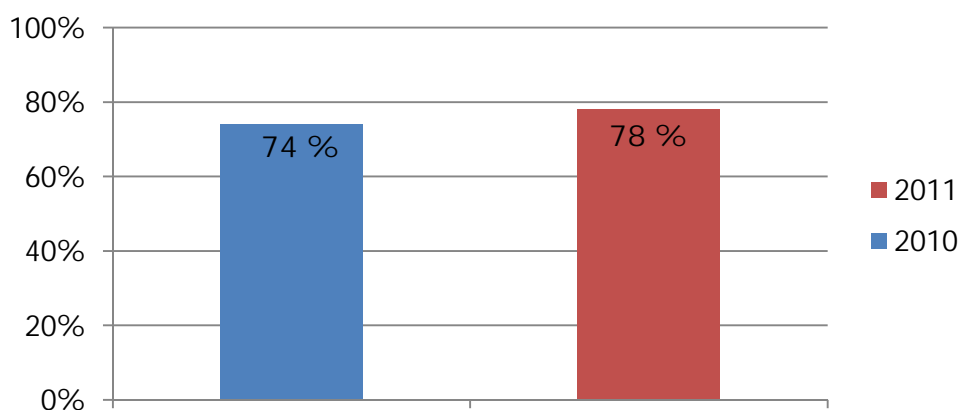
Registro en porcentaje de los usuarios que utilizan las redes sociales de internet.



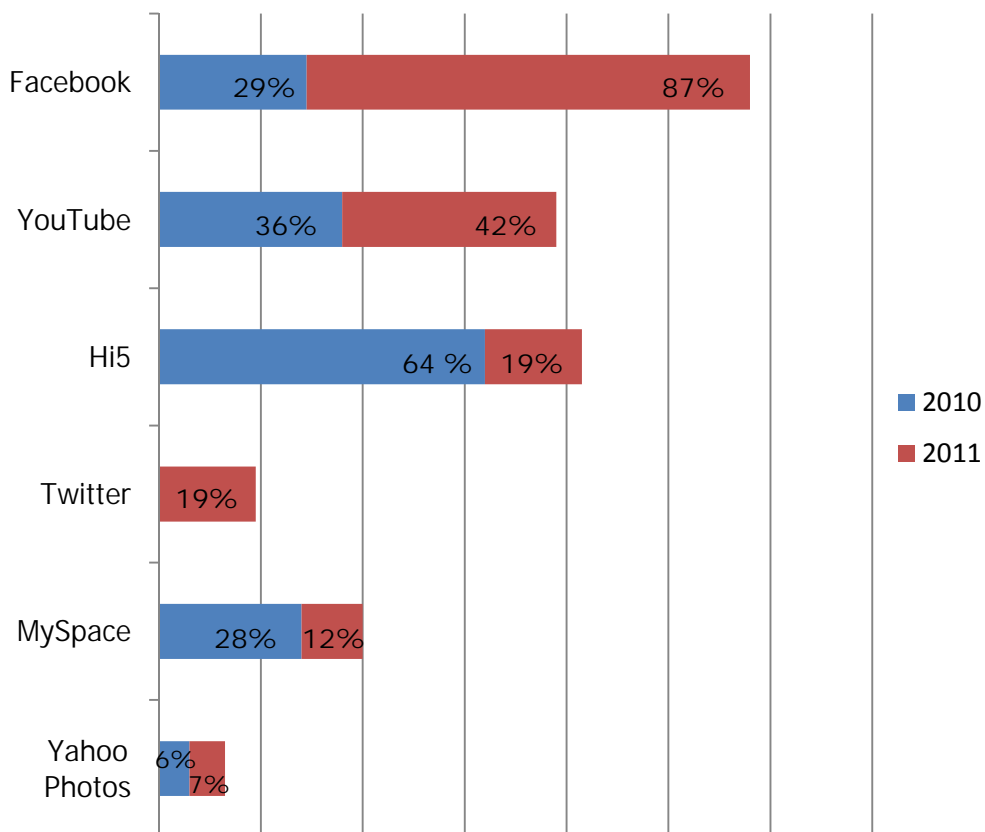
## Anexo C.

Estudio de consumo de medios digitales entre internautas mexicanos 2011  
4ª edición.

Registro de porcentaje de usuarios que han subido fotos o videos por internet.



Grafica de Redes sociales de internet en donde los usuarios suben más fotos y/o videos, comparación entre el 2010 y el 2011.



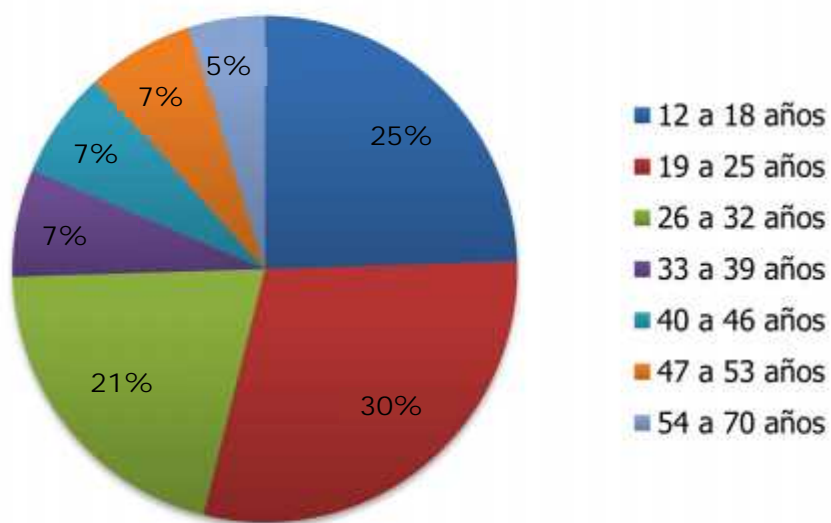
## Anexo D.

Estudio de consumo de medios digitales en México 2011. Súper internautas.

La muestra de éste estudio fueron 1129 personas se encuestaron durante Julio y Agosto del 2011 a través de un panel de súper internautas.



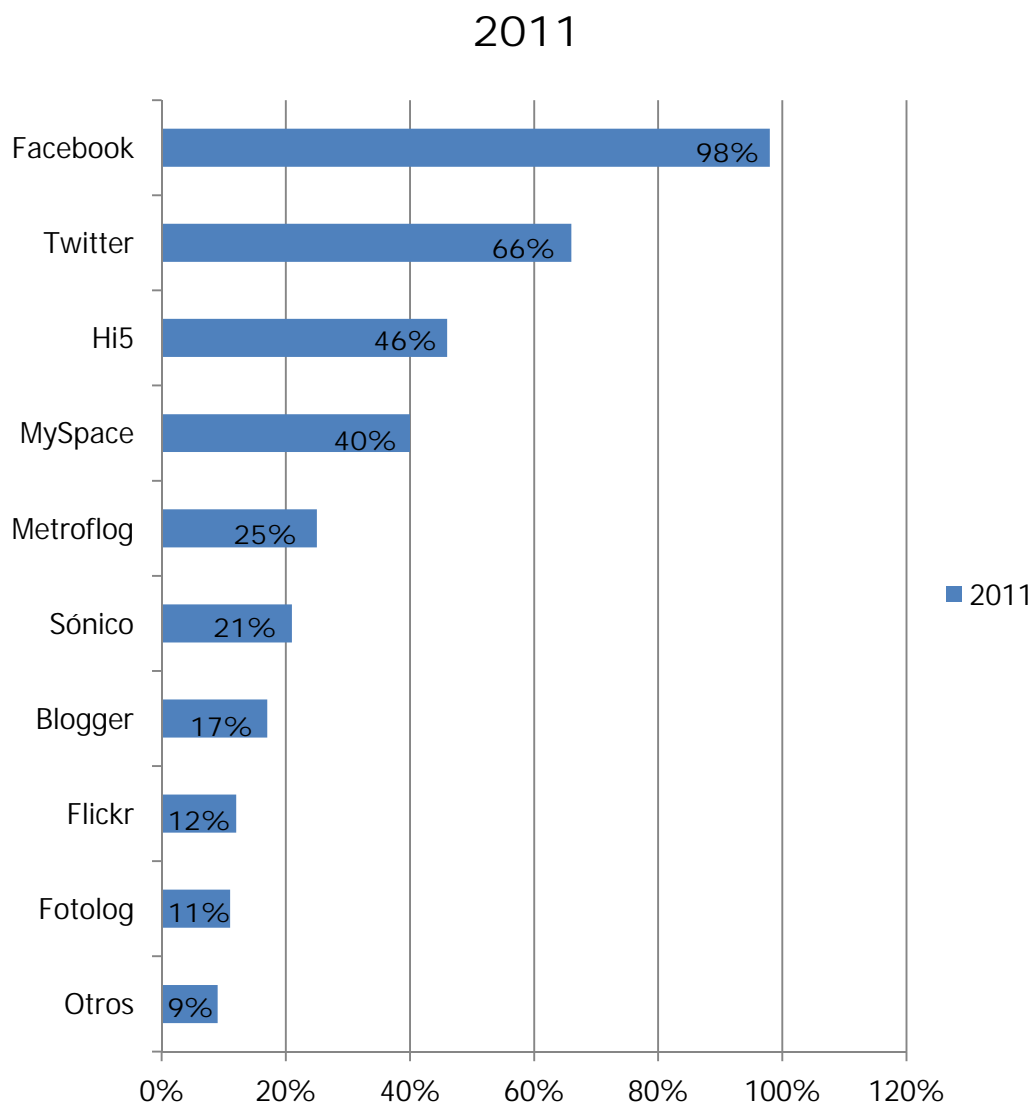
### Rangos de edad



## Anexo E.

Estudio de consumo de medios digitales en México 2011 Súper internautas.

Registro en porcentaje de las redes sociales en internet en donde los súper internautas tienen una cuenta activa.

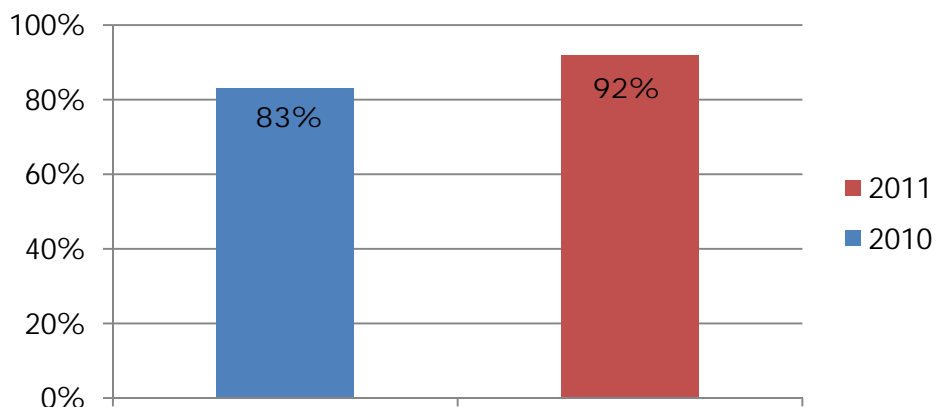




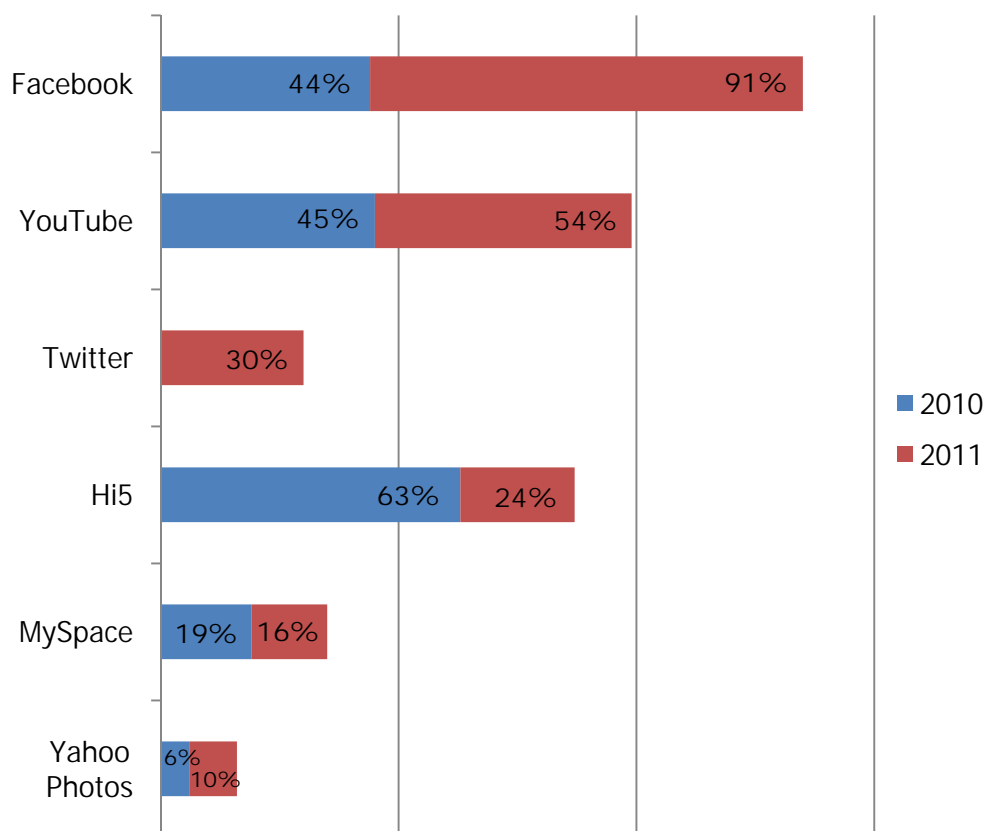
## Anexo F.

Estudio de consumo de medios digitales en México 2011 Súper internautas.

Registros en porcentaje de los súper internautas que han subido fotos y/o video por las redes a internet.



Gráfica de Redes sociales de internet en donde los usuarios suben más fotos y/o videos, comparación entre el 2010 y el 2011.

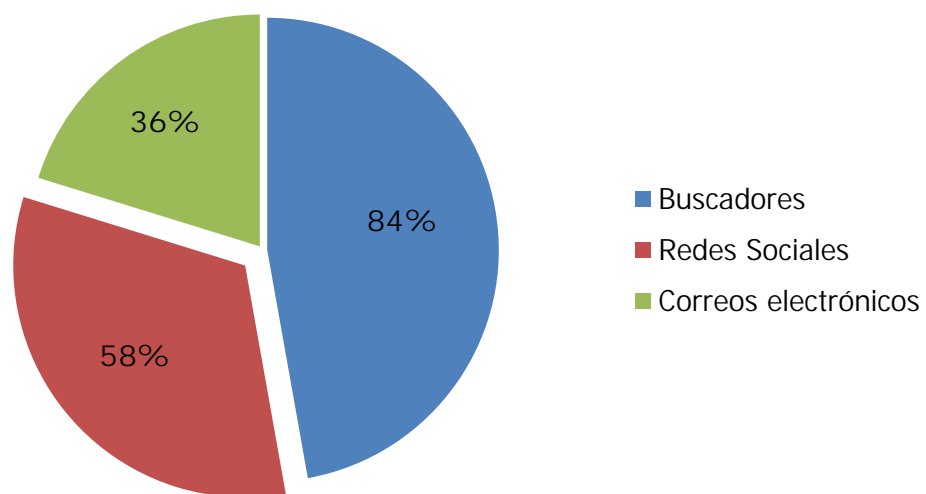


## Anexo G.

Estudio de consumo de medios digitales entre internautas mexicanos 2011  
4ª edición.

Porcentaje de las fuentes de información de información, donde buscan los internautas.

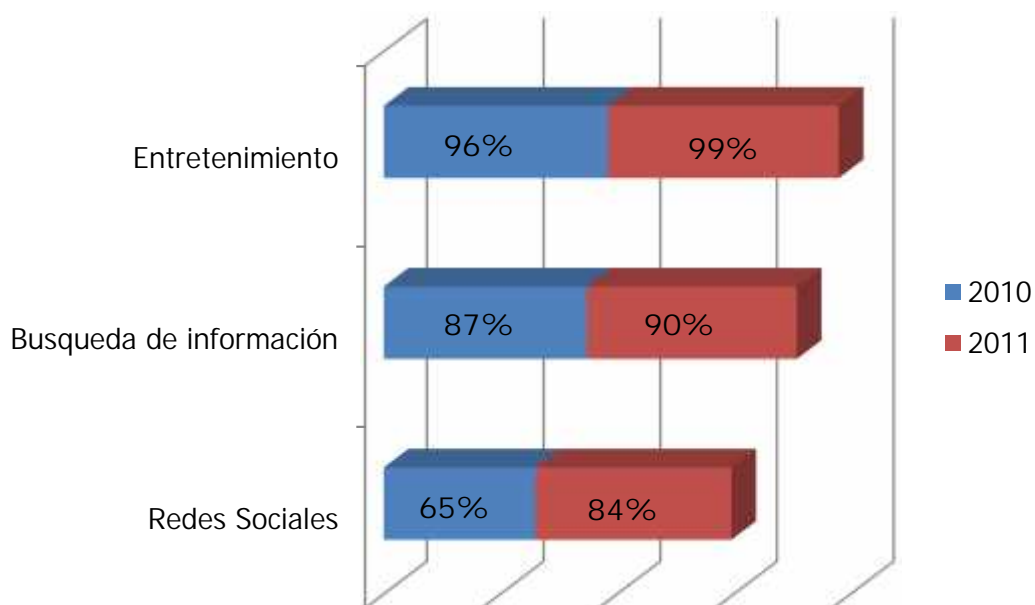
### Fuentes de información



## Anexo H.

Estudio de consumo de medios digitales en México 2011 Súper internautas.

Registro en porcentaje de los contenidos que los súper internautas buscan en internet.



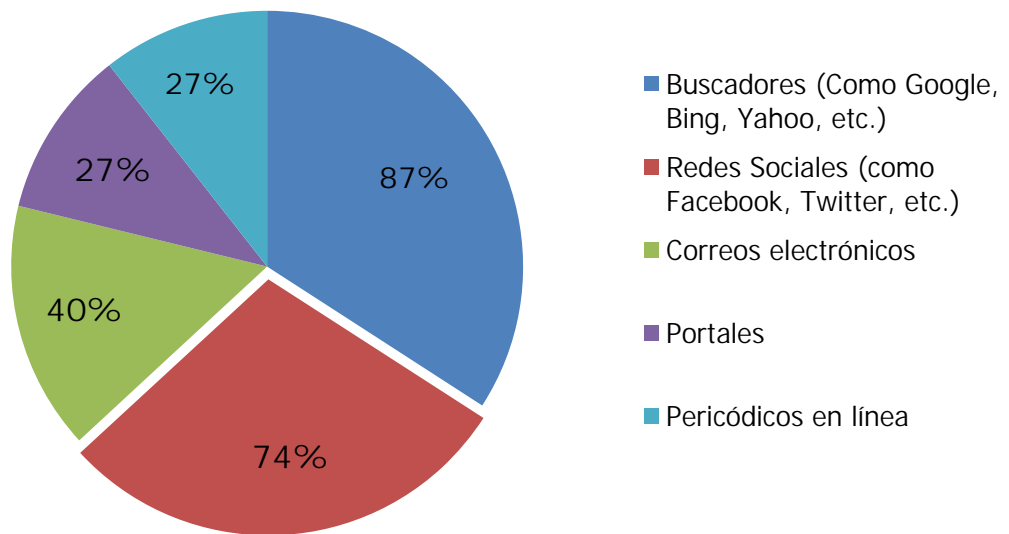
Entretenimiento	→	Correo electrónico, Chats, Mensaje instantáneos, descarga de música y/o videos, Videos en línea.
Búsqueda de Información	→	Buscadores (como Google, Yahoo, MSN), noticias, diccionarios y enciclopedias.
Redes Sociales	→	Facebook, Twitter, MySpace, etc. Blogs, foros de discusión, entre otros.

## Anexo I.

Estudio de consumo de medios digitales en México 2011 Súper internautas.

Porcentaje de las fuentes de información de información, donde buscan los súper internautas.

### Fuentes de información



## CONCLUSIONES.

Como parte de esta investigación, en conclusión sabemos que cada año van aumentando el número de personas que cuentan con una red social, por lo tanto incrementa el índice de personas dependientes a estas redes; esto no solo afecta a personas de un solo país, a nivel mundial se reportan altos índices de usuarios registrados.

La mayoría de las personas piensan que estar por mucho tiempo en alguna red social no debe llamarse adicción o enfermedad, hay que recordar que la adicción es una dependencia psicológica respecto a una cosa en específico que llega a convertirse en algo central para la persona que la padece y que termina desorganizando su personalidad y su entorno, es por eso que es una adicción, por lo tanto una enfermedad.

Queda claro que las redes sociales se crearon para ayudar y facilitar la socialización y comunicación del hombre con otras personas; esto no debería ser un factor de enfermedad o adicción, pero sin embargo lo es para la mayoría de las personas que cuentan con una red social. Estas redes están causando en la población joven un gran impacto ya que se está volviendo una de las adicciones más peligrosas de estos tiempos. Es por esto que es necesario que los internautas y los súper internautas sepan de las consecuencias y peligros que se padece al volverse dependiente de las redes sociales.

Como bien quedó demostrado en el Estudio de consumo de medios digitales entre internautas mexicanos 2011 4ª edición y en el Estudio de consumo de medios digitales en México 2011 Súper internautas, se comprobó que en ambos estudios, del 2010 al 2011 creció el número de internautas y súper internautas que están conectado a internet; también quedó demostrado que el número de cuentas sociales aumentaron considerablemente durante el transcurso del 2011. El 98% de los súper-internautas tienen al menos una cuenta en alguna red social. Se comprobó de igual manera que del año 2010 al 2011 se incrementó en un 19% las personas que pasaban más tiempo en las redes sociales. Esto quiere decir que el número de personas más dependientes a esta tecnología va creciendo constantemente.

Es por esto que se debe avisar sobre las causas y las consecuencias de los problemas de adicción que generan las herramientas de socialización para la mayoría de las personas que cuentan con una red social, al avisar a los internautas y súper internautas se disminuirá considerablemente el número

de personas con problemas de adicción a estas tecnologías. La adicción a este tipo de tecnologías no solo afecta al usuario sino a todo su entorno, incluyendo el ambiente donde se encuentre, sus amigos, sus familiares y demás personas que se encuentren alrededor de él.

En la familia es en donde se inicia la crianza y la formación de hábitos y valores. La familia es fundamental para ejercer el cambio, alcanzar el bienestar, asimismo, fortalecer destrezas de comunicación que permitan una sana y apta socialización; es por esto, que la familia es un factor importante para una persona que se vuelve dependiente a un red social; es entonces que dentro del núcleo familiar principalmente se debe hablar de este tipo de adicciones, se deben dar a conocer las causas y sus consecuencias.

Dándole un buen uso a las redes sociales y estando menos tiempo en una red social, no se llegaría a padecer las consecuencias de la adicción a estas redes de socialización.

## BIBLIOGRAFIA

- A. OBLITAS, Luis, *Psicología de la salud y calidad de vida*, Ed. Thomson, Segunda edición, México, 2006, 512 págs.
- ACED, Cristina, *Redes Sociales en una semana*, Ed. Grupo Planeta, Primera edición, España, 2010, 80 págs.
- ALONSO FERNANDEZ, Francisco, *Las nuevas adicciones*, TEA Ediciones, Madrid, 2005, 288 págs.
- ANGARITA ARBOLEDA, Consuelo, et al., *Psicología social: Teoría y práctica*, Ed. Uninorte, Colombia, 2007, 243 págs.
- AUSLANDER, G. y LITWIN, H., *The Parameters of Network Intervention. A social Work Application*, Chicago, 1987.
- BORJA HERNANDEZ, Canelo, *Las redes sociales: lo que hacen sus hijos en internet*, Editorial Club Universitario, Primera edición, España, 2010.
- CERVERA, Leonardo, *Lo que hacen tus hijos en internet: una guía para padres*, Ed. Integral, Primera edición, España, 2009.
- CALVO MUÑOZ, Montse y ROJAS LLAMAS, Carolina, *Networking: Uso Práctico de las redes sociales*, Ed. Esic, España, 182 pags.
- DABAS, E., *Red de redes: La práctica de la invención den redes sociales*, Ed. Paidós, Buenos Aires, 1993.
- HENDERSON, S., *The social network, support and neurosis and análisis of prospective observations*, *BritishJournal of Psychology*, 1987.
- JOSEFA CAÑAL, María, *Adicciones: cómo prevenirlas en niños y jóvenes*, Norma S.A, Primera edición, Colombia, 2003.
- KATHLEEN, E., *Social Networks, Social support and heelth status*, New York, 1984.
- LEWIN, Kurt., *Field Theory in Social Scienc: Selected Theoretical Papers*, New York, 1951.
- LIGTH, D. Y KELLER, S., *Sociología*, Mc Graw-Hill, Madrid, 2000.
- MADARIAGA OROZCO, Camilo, et al., *Redes sociales: infancia, familia y comunidad*, Ed. Uninorte, Primera edición, Colombia, 2003.

SANCHEZ HERRERA, Joaquín y PINTADO BLANCO Teresa, Nuevas tendencias de Comunicación, Ed. Esic, España, 280 pags.



## FICHAS BIBLIOGRÁFICAS POR INTERNET.

Las Redes Sociales ¿Para qué?, dirección de internet:

<http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/psicologia/article/viewFile/754/413>, fecha de consulta: 25 de Junio del 2012.

Redes sociales y Farmacodependencias, dirección de internet:

[http://www.conadic.salud.gob.mx/pdfs/publicaciones/redes\\_sociales.pdf](http://www.conadic.salud.gob.mx/pdfs/publicaciones/redes_sociales.pdf), fecha de consulta: 05 de Julio del 2012.

Estudio de consumo de medios digitales entre internautas mexicanos 2011. 4ta. Edición, dirección de internet:

<http://www.slideshare.net/iabmexico/estudio-de-consumo-de-medios-digitales-entre-internautas-mexicanos>, fecha de consulta: 20 de Julio del 2012.

Los Súper Internautas marcan tendencia en el mercado digital, dirección de internet: <http://www.iabmexico.com/super.internautas>, fecha de consulta: 20 de julio del 2012.

Características de Hi5, dirección de internet:

<http://grupokred.wikispaces.com/Caracter%C3%ADsticas+de+hi5>, fecha de consulta: 22 de Julio del 2012.

Las Redes sociales de internet, dirección de internet:

[http://www.osimga.org/export/sites/osimga/gl/documentos/d/20111201\\_ont\\_si\\_redes\\_sociais.pdf](http://www.osimga.org/export/sites/osimga/gl/documentos/d/20111201_ont_si_redes_sociais.pdf), fecha de consulta: 10 de Agosto del 2012.

La teoría de los usos y gratificaciones aplicada a las redes sociales, dirección de internet:

<http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/087.pdf>, fecha de consulta: 12 de Agosto del 2012.

Otras adicciones comportamentales, dirección de internet:

[http://www20.gencat.cat/portal/site/canalsalut/menuitem.b0a17265de7597f4dd0181dfb0c0e1a0/?vgnnextoid=61299137947e3210VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=61299137947e3210VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=default&newLang=es\\_ES](http://www20.gencat.cat/portal/site/canalsalut/menuitem.b0a17265de7597f4dd0181dfb0c0e1a0/?vgnnextoid=61299137947e3210VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=61299137947e3210VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=default&newLang=es_ES) fecha de consulta: 02 de Octubre del 2012

Efecto de la dependencia a las redes sociales sobre el aprovechamiento

académico, dirección de internet: <http://es.scribd.com/doc/30313942/Efecto->

de-la-dependencia-a-las-redes-sociales-sobre-el-Aprovechamiento-academico  
fecha de consulta: 06 de Octubre del 2012