

Ma. Alejandra Rocha Silva

alejandrarochasilva@hotmail.com

Ana Melisa González Arredondo

melisagonzaleza@gmail.com

Universidad de Colima

Reinterpretando las teorías de la comunicación para abordar el Facebook

RESUMEN:

En Internet se llevan a cabo intercambios o interacciones humanas a través de distintas formas de comunicación, y dentro de estas, la redes sociales constituyen uno de los fenómenos sociocomunicativos a estudiar más actuales. Una red social es “una comunidad en Internet donde los individuos interactúan, comúnmente a través de perfiles que (re)presentan su persona pública (y su red de conexiones) a otros” (Acquisti & Gross, 2006:2). Hay muchas dentro de las que encontramos el Facebook, Metroflog, Myspace, etc.

El objetivo de este trabajo es tomar los paradigmas clásicos de la comunicación e intentar entender al Facebook con sus postulados teóricos y con ello reflexionar acerca de la temporalidad de los mismos.

Facebook fue creado en el 2004, pensado originalmente como un sitio para estudiantes de Profesional en Estados Unidos de América (Tong, Van Der Heide, Langwell, & Walther, 2008). Para el 2007, contaba ya con 21 millones de miembros que generaban 1.6 mil millones de vistas al sitio cada día (Needham & Company citado por Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007).

De acuerdo al reporte de la AMIPCI del 2009, 6 de cada 10 jóvenes entre 12 y 19 años, son usuarios de Internet (63%), siendo el rango con mayor porcentaje. Los internautas en México tienen un promedio de 2 horas y 54 minutos de conexión al día y entre las 10 actividades que más se realizan están el correo electrónico, mensajes instantáneos y chatear. El 50% de ellos descargan música, 32% ven páginas de humor y 30% juegan on-line (AMIPCI, 2009).

De acuerdo al reporte anual generado por Google por país sobre las palabras más buscadas desde su página (Google, 2009), en México durante el 2009 “Facebook” ocupó la posición número tres en la lista de emergentes (las búsquedas que tuvieron un mayor crecimiento con respecto a 2008) y el décimo lugar en la lista de más populares (las palabras más buscadas en el año).

Según el *Global Monitor Report* de Facebook (Inside Facebook, 2009) en septiembre del 2009 este sitio contaba con 35.4 millones de usuarios activos durante este mes en Latinoamérica y el Caribe, en el primer lugar se encuentra Colombia con 6.51 millones de usuarios. Sin embargo, México fue el país con más crecimiento de los 22 países que siguen en la región, sumó 470,000 usuarios para alcanzar 5.12 miembros activos en ese mes.

Debido a su auge y naturaleza, Facebook ha generado interés en el área académica. El recorrido teórico será siguiendo una línea histórica, tomando a lo más representativo de cada corriente, hasta llegar a la actualidad. En cada corriente se revisarán las teorías y se reflexionarán sobre la pertinencia de “ver con ella” un fenómeno actual (que nos es útil y qué no).

Los resultados son preliminares y forman parte de un estudio más profundo que se está realizando para el Doctorado en Ciencias Sociales.

PONENCIA

Reinterpretando las teorías de la comunicación para abordar el Facebook

Habrà quien haya ya escuchado que alguien mencione al *Facebook*, su construcción gramatical es una yuxtaposición de dos palabras en inglés, *face* que significa cara y *book* que es libro, o sea ¿la cara del libro o el libro de caras? Este sitio de Internet suma usuarios cada día, quienes dedican tiempo de sus vidas interactuando con su red de amigos; esto supone cambios de hábitos y consecuencias en la manera de socializar.

No es la traducción adecuada de *Facebook* lo que compete a este artículo sino intentar entenderlo desde una perspectiva de las teorías clásicas comunicativas (funcionalismo, estructuralismo y marxismo), es decir, evaluar si proveen un marco para comprender al *Facebook*, o no y hasta qué punto lo hacen. Se hará una descripción general del *Facebook* para más tarde mencionar algunos de sus aspectos y cómo estos pueden abordarse —o no— con las teorías de las corrientes funcionalista, estructuralista y crítica.

Caracterización del Facebook

Tradicionalmente la manera en que se crean las redes sociales consiste en conocer personas a través del contacto directo. Generalmente la relación se establece por medio de un conocido intermedio o bien porque se convive con la persona en cuestión en la escuela, trabajo, gimnasio, club, etc., es decir existe manera de recolectar información y a partir de esto se hace un juicio donde se evalúa la empatía y confianza para establecer una amistad.

En Internet se llevan a cabo intercambios o interacciones humanas a través de distintas formas de comunicación mediadas por computadoras y en este marco se suscriben las redes sociales que son: “una comunidad en Internet donde los individuos interactúan, comúnmente a través de perfiles que (re)presentan su persona pública (y su red de conexiones) a otros” (Acquisti & Gross, 2006:2).

Se llaman redes sociales porque en esta plataforma es posible buscar a gente conocida de forma progresiva (sumar amigos de amigos), es decir una forma

de telaraña dónde se salta de la vida de un “conocido” hasta la de personas lejanas. Las redes sociales se han convertido en un objeto de estudio debido a que es un fenómeno sociocomunicativo a estudiar, entre algunos de estos sitios se puede mencionar a *MySpace*, *LinkedIn*, *Twitter*, *Hi5*, *Photoblog*, *Twitter* y *Facebook*, cada uno con sus particulares.

Facebook fue creado en el 2004 pensado originalmente como un sitio para estudiantes de Profesional en Estados Unidos de América (Tong, et al., 2008). Para el 2007, contaba ya con 21 millones de miembros que generaban 1.6 mil millones de vistas al sitio cada día (Needham & Company citado por Ellison, et al., 2007) y actualmente son más de 400 millones de usuarios (Facebook, 2010).

De acuerdo al reporte de la AMIPCI en el año 2009 seis de cada diez jóvenes con edad de 12 a 19 años son usuarios de Internet (63%), siendo el rango de mayor porcentaje. Los internautas en México se conectan al día un promedio de dos horas y 54 minutos siendo revisar el correo electrónico, mensajes instantáneos y chatear de las actividades que más (AMIPCI, 2009).

Google genera un reporte anual por país sobre las palabras más buscadas desde su página, durante el 2009 “*Facebook*” ocupó la posición número tres en la lista de emergentes es decir las búsquedas que tuvieron un mayor crecimiento con respecto a 2008 y el décimo lugar en la lista de más populares es decir las palabras más buscadas en el año (Gloogle, 2009).

Según el *Global Monitor Report* de *Facebook* en septiembre del 2009 este sitio contaba con 35.4 millones de usuarios activos durante este mes en Latinoamérica y el Caribe, en el primer lugar se posicionó Colombia con 6.51 millones de usuarios. México fue el país que más creció de 22 países de la región, sumando 470,000 usuarios para alcanzar 5.12 millones miembros activos en ese mes (Inside Facebook, 2009).

Facebook es una red social gratuita muy popular cuya misión es: “dar a la gente el poder de compartir y hacer el mundo más abierto y conectado” (Facebook, 2010). La experiencia casi siempre inicia por una invitación que

alguien hace y llega al correo electrónico. Sin embargo, no es necesario ser invitado. Para poder entrar a este sitio es necesario darse de alta en directamente en su página, es decir «<http://www.facebook.com>» lo único fundamental es contar con una cuenta de correo electrónico, fuera de esta “restricción” cualquiera puede crear una cuenta, así se comienza a “construir” el perfil de cada usuario.

Una vez dentro los usuarios socializan, es decir: “usan Facebook diariamente para estar en contacto con amigos, subir un número ilimitado de fotos, compartir links y videos, y aprender más de las personas que conocen” (Facebook, 2010). Para los que no estén familiarizados con el sitio esto no les dice nada, para esclarecer un poco cómo las personas interactúan se describen a grandes rasgos sus principales componentes en la tabla 1.

Tabla 1

Secciones del Facebook

Sección	Descripción
Perfil	Página que los otros miembros -amigos, familiares, compañeros de escuela- ven cuando buscan a un usuario. Contiene información básica como nombre, fecha de nacimiento, fotografía y estatus civil, hay otro tipo de datos que se pueden agregar como las escuelas a las que se ha asistido, el lugar de trabajo, los programas de televisión favoritos, artistas preferidos, entre otros. La información siempre puede ser editada.
Muro	Especie de foro donde los intercambios entre los amigos. Aquí se pueden observar comentarios, fotos, videos, juegos, estatus.
Noticias	Sección que ocupa el centro de la página principal donde un usuario ve los intercambios que suceden con sus amigos y entre estos y terceros.
Eventos	Herramienta para hacer invitaciones a eventos con la posibilidad de una vez que se es invitado poder aceptar la invitación o declinarla. Hay tres tipos de eventos: abiertos, cerrados y secretos.
Mensajes	Similar a un correo electrónico, la plataforma permite enviar a usuarios

	mensajes privados. Cada usuario cuenta con una bandeja de entrada donde puede leer, enviar, reenviar y borrar mensajes.
Amigos	Listado de “amigos”, en este caso cualquier persona que ha aceptado por medio de una invitación ser conocido de alguien. El ser amigos permite que se puedan observar los perfiles de cada uno así como aparecer en el Muro. En esta sección se pueden buscar más amigos, también se puede invitar a quien no cuente con una cuenta en Facebook.
Fotos	Área donde se encuentran los álbumes de fotografías que han subido los usuarios. Facebook permite que se pueda “etiquetar” a la gente, es decir que marques quien es quien en la fotografía, siempre y cuando sea un miembro de tu red. El usuario que es etiquetado debe aceptar la etiqueta o bien negarla. Facebook organiza todas las fotografías de un usuario, ya sea si éste las subió o si está etiquetado en fotografías de otros.
Aplicaciones	Pequeños programas que funcionan dentro del sitio. Permiten que un usuario haga algo extra, son fáciles de instalar y de aparecer en este menú. Muchos de éstos son aplicaciones de humor para pasar el tiempo.
Chat	Similar al Windows Messenger, Facebook ha incorporado la opción de platicar en tiempo real con la red de amigos, desplegando un listado de quienes se encuentran conectados y dando la oportunidad de interactuar por medio de ventanas con cada uno.
Grupos	Conjunto de personas que comparten intereses. Una persona puede crear o unirse a un grupo. Estos grupos son de temas variados y en algunos casos pueden existir en la vida real. Dentro de esta sección los participantes pueden hablar sobre el grupo, así como subir fotos, videos y comentarios.

Nota: Tabla creada por Ana Melisa González Arredondo

Ya se mencionó que *Facebook* permite que se creen redes sociales y lo hace de manera muy eficiente puesto que muchas de las secciones están interconectadas entre sí. Esto es claro en el siguiente ejemplo: alguien sube una foto y etiqueta a un amigo, después otra persona de la red de éste amigo

puede comentar sobre la fotografía, las secciones de amigos, fotografía y comentar están interrelacionadas, con un solo clic es posible relacionar a tres personas dentro de la red social, es decir conectarlos en una red, se podría decir que *Facebook* es una plataforma integral.

La barreras entre la esfera pública y privada se vuelven difusas en el marco del *Facebook*, es decir los miembros de esta red tienen una necesidad de mostrarse en público, pareciera que buscan popularidad, similar a los conocidos “cinco minutos de fama” referentes a personas que buscaban aunque fuera una exposición mínima en la televisión.

De acuerdo a Danah Boyd las redes sociales proveen un espacio en el que se negocia la vida pública, añade que “este espacio se distingue del espacio público real por cuatro factores: persistencia, búsqueda, duplicidad y audiencias invisibles” (2007:2). Es decir la información perdura en Internet, puede por lo mismo ser buscada y duplicada, esto da como resultado una audiencia abierta y sin límites. Es por esta audiencia que los usuarios de la red social toman una actitud similar a la de famosos, ya que están expuestos todo el tiempo.

Los jóvenes parecen no ver barreras en este espacio dan sus datos personales y van narrando lo que van haciendo, además lo complementan con fotos, videos y documentos. Este es un gran cambio frente a la información que se intercambiaba con otra persona, antes se iban dando datos poco a poco, conforme fuera aumentando la confianza en la otra persona y no se daba toda la información de uno, sino la que competía a la relación establecida con esa persona, es decir se era una amistad derivada de una situación dada en la realidad, se hablaba sobre lo que sucedía en ese entorno.

En el *Facebook* se da la posibilidad de crear una red social que incluya personas conocidas en la “vida real” y otras desconocidas. Este segundo tipo de amigos pueden ser amigos de amigos pero no siempre es el caso, pues la misma plataforma sugiere a personas a partir de intereses en común. Así se salta de amigo en amigo o más bien de página en página hasta llegar a perfiles de personas totalmente ajenas.

La sociedad ha cambiado, la computadora conectada a la red es un parteaguas en la historia de la humanidad, al menos en el sentido de las comunicaciones y de la información. Las personas han incorporado a su vida el acceso a la información y nuevas posibilidades de comunicación. Esta conexión absorbe una importante parte del tiempo especialmente de los jóvenes, los cuales ya han nacido con esta tecnología y quienes la ven como parte natural de su vida, son parte de la Era Digital, no tuvieron que alfabetizarse como si lo hicieron la generación mayor de 40 años de edad.

La alfabetización entendida como la adquisición de una lógica que permite utilizar cualquier tipo de tecnología sobre la base de que todas se rigen por sistemas similares, a pesar de que cada una tenga su particularidad en la que habrá que capacitarse. Hay un término que es similar, el de la alfabetización digital (Gutiérrez, 2003) pero que es más restrictivo.

En ese uso y abuso que hace de su conexión a Internet y una realidad social cambiante, ha llevado a que la socialización se reduzca en el sentido en el que antes se tenía, es decir por cuestiones de seguridad se desconfía mucho de establecer una relación social con una persona que se encuentra en un espacio público, con lo cual los lugares en los que se puede establecer una conversación entre dos o más personas se ha reducido a espacios como la escuela, la casa de la familia y algunos espacios que a nivel personal o familiar se consideren como espacios seguros de convivencia.

Ante esto los jóvenes ven de manera natural, una alternativa a estas restricciones en la red, aunque el asunto de la seguridad sea muy cuestionable. Lo ven así porque son «nativos digitales», “se mueven en un medio virtual que han naturalizado sin cuestionarse acerca del vínculo, llegando a afirmar que no se imaginan la vida sin Internet” (Fernández Jeansalle, 2008:89). Lo ven seguro, porque los encuentros no se dan de frente a frente.

Entendiendo al *Facebook*

Si vamos a reflexionar acerca de la pertinencia de utilizar las teorías clásicas de la comunicación, el punto de partida será el por qué de éstas. Las llamadas teorías de la comunicación son un entretreído de la sociología, la antropología, la economía y otras disciplinas que a la luz del nacimiento de los llamados medios de comunicación, entendiendo por medio de comunicación como porque hasta antes del Internet el medio era el que podía emitir un mensaje para muchos receptores a la vez. En esencia se veía al receptor como un ente pasivo y la retroalimentación era casi imposible cuando se habla de medios.

Sin embargo, la aparición del Internet modifica esta postura pues los contenidos están a disposición de un amplio público pero aquí todos tienen la posibilidad de retroalimentar ese mensaje, de acuerdo a Marcelo Urresti: "se trata de ese intermedio paradójico y difícil de definir entre la producción y el consumo... un consumidor altamente productivo y poco pasivo respecto a aquello que recibía, el «prosumidor» que imaginó Alvin Toffler" (2008:54).

Así se hace un recuento de los planteamientos teóricos clásicos para observar qué presupuestos pueden servir para analizar esta nueva realidad. Las corrientes teóricas que se revisaron son el funcionalismo, el estructuralismo y el marxismo.

Desde que Lasswell en 1930, conjuntamente con Lazarsfeld y Hovland, esquematizaron el llamado "proceso de la comunicación", mediante un diagrama en el que se enfatiza el **quién** dice **qué** por **qué canal** a **quién** con **qué efectos**, el proceso se vincula indefectiblemente al medio o canal que permite al emisor dirigirse, simultáneamente, a un gran número de destinatarios, surgiendo lo que se conoce como corriente funcionalista de la investigación de la comunicación (Mass Communication Research) (Urribarrí, 1999) representada también por autores como Merton y Schramm (Katz, Blumer, & Gurevitch, 1982).

La esencia del **funcionalismo** es que cada una de las instituciones tiene un rol social a desempeñar y el objetivo es lograr un equilibrio social, por lo que empezaremos por dar cuenta de cada una de las partes que componen el

Facebook, así como las actividades ligadas a estas e intentaremos verlas desde esta postura.

Los líderes de opinión están en el *Facebook*, en el sentido más amplio del término. Es decir Obama es usuario de esta red y de *Twitter*, eso es en el ámbito político, pero los hay de todos, pues por primera vez los propios actores están dando sus noticias de manera directa a sus seguidores a través de estos sitios. Ya no necesitan citar a rueda de prensa o emitir un comunicado, están ahí y ponen todo lo que quiere sobre lo que les ocurre y de lo que el público quiere que se enteren.

Pero también hay líderes de opinión dentro del propio *Facebook*, ¿Cómo ser líder en el ciberespacio y en las redes sociales que son parte de la cibercultura? Un parámetro es ver el número de visitas a un sitio para saber que es importante, pues aquí puede medirse por el número de contactos, por ejemplo, pero también por la “calidad” de sus contactos. El líder era una persona con características bien definidas tales como que tenía la información, pero además la socializaba, lo cual es completamente aplicable en este espacio, aquí se tiene la información y se socializa. Lo que es cuestionable es la calidad de la información y por lo tanto el ser líder queda en entredicho.

La llamada democratización del acceso a la información a través de Internet tiene una de sus mejores expresiones en las redes sociales, aquí todos se convierten en emisores y receptores a la vez, pero también con esto están dando la pauta para generar mitos a través de la información que emiten. Un ejemplo de esto es la información que se genera a través de las redes sociales sobre supuestos tiroteos en la zona norte de nuestro país, de los cuales no existe constancia alguna por otras vías, es algo así como decir: me dijo un amigo que otro amigo le contó que le contaron que se dieron de balazos en x lugar y hay tantos muertos. El llamado teléfono descompuesto. No se sabe en dónde se origina la información y las modificaciones que va sufriendo.

Sin embargo, esta naturalidad con que lo ha tomado el joven también lo ha vuelto vulnerable ante los ojos de delincuentes porque toman la información que aparece ahí para cometer delitos o como punto de contacto para realizar

actividades no lícitas. Son espacios tan importantes que han sido hackeados como una muestra de la habilidad de un hacker y para demostrar su poderío en el “bajo mundo” cibernético.

En los inicios de la comunicación mucho se habló sobre la persuasión a través de los medios. Sin embargo, hoy en día se sabe que está relacionada con otras variables que pueden ser la personalidad, el nivel socioeconómico, la cultura, el nivel académico, etc. En pocas palabras, con el perfil del receptor del mensaje. Bastante se ha trabajado al respecto en este asunto pues la publicidad y los sistemas de mercadeo no podrían trabajar sin no se tuvieran estos trabajos.

Cuando se habla de un usuario de Internet y especialmente de redes sociales tenemos un perfil de éste. Pero en un primer momento hay que pensar en ¿cómo se persuadió a este usuario para que se integrara al *Facebook*? Haciendo referencia a la teoría de Joseph T. Klapper que habla de los líderes de opinión y la manera en que la información llega a través de estos (De Moragas Spa, 1982). Un usuario de Internet recibe la invitación para que forme parte de una comunidad de redes sociales a través de un amigo que ya está dentro. La elección podrá ser considerada por la calidad o cercanía de la persona que te la está enviando o simplemente porque ya estaba interesada, la persona, en acceder a este tipo de comunidades. También es cierto que todos los días se desechan invitaciones de este tipo, hay una saturación que lleva al usuario a borrar indiscriminadamente ciertos mensajes como las cadenas o estas invitaciones.

Las redes sociales han ganado un papel preponderante en la difusión de noticias y el caso de Paulette Gebara¹ es una prueba de ello. Cualquier usuario puede ser portador de la nota del día, sólo con tener acceso a Internet y estar en redes sociales. Ahora los noticieros televisivos y hasta las agencias tienen que estar en la continua búsqueda de estas notas para, sólo entonces, darlas a

¹ Es el caso de una niña mexicana que se dice que desapareció misteriosamente de su casa el 22 de marzo de 2010 y a los 8 días aparece muerta al pie de su propia cama. La noticia se conoció primero a través de las redes sociales. <http://www.jornada.unam.mx/2010/04/13/index.php?article=033n1est§ion=estados>

conocer a través de la radio, la televisión o la prensa y no a la inversa como era antes.

Nunca antes, como hoy, el usuario de un medio está activo. Es una persona que diseña, hasta donde le es posible, la interface o la cara que quiera mostrar por Internet y específicamente en Facebook. Selecciona la información que desee poner día con día, a quien acepta y a quién rechaza. Lee lo que otros escriben pero también escribe lo que quiere que los otros lean. Utiliza Facebook como EL MEDIO a través del cual quiere informar a los demás sobre su existencia misma (McQuail, Blumler, & Brown, 1972).

Pero no sólo lo USA, sino que también tiene GRATIFICACIONES por hacerlo. En primer lugar, es parte de un grupo al estar en el *Facebook* y dentro de éste puede estar en otros grupos. El *Facebook* te da pertenencia e integración, al estar ahí eres un ciudadano del mundo actual. Estudios de otras épocas demostraron que niños bien integrados con sus semejantes utilizaban los relatos de aventuras en forma distinta a los niños socialmente aislados (Riley & Riley, 1951) e incluso se puede ver esta relación a la inversa, es decir si la relación que los jóvenes tienen con su familia determina la exposición que tiene al Facebook lo que tiene relación con los trabajos que hicieron Mac Coby (1954), Schramm, Lyle, & Parker (1961) y Himmelweit, Oppenheim y Vince (1958) quienes buscaron ver si la aceptación que un niño encuentra en su familia y en la escuela determinaba los esquemas de exposición a los medios.

Podría haber otro tipo de gratificaciones, como la de estatus o la de acompañamiento y la de entretenimiento. Los jóvenes pasan mucho tiempo en el *Facebook* para no estar solos. Son parte de la comunidad virtual, pero también porque se entretienen al estar revisando lo que otros ponen, subiendo información, viendo fotos o intercambiando mensajes. Y por último, también pueden estar escapando de su realidad. No hay que olvidar que en muchas familias existen problemas de diversa índole (sociales, económicos, comunicativos, etc.) que están llevando a la construcción de un entorno imaginario en algunos jóvenes, como una negación de su propia realidad. “El enfoque postula que las gratificaciones pueden ser derivadas no sólo el contenido de los medios, sino del propio acto de la exposición ante un medio

dado, así como del contexto social en el que ese medio es consumido” (Katz, et al., 1982:254).

El **estructuralismo** es una corriente filosófica que se da entre el funcionalismo y el marxismo. Basada en el Curso de Lingüística General de Saussure se considera que Claude Levi-Strauss es el máximo exponente de esta corriente.

Lévi-Strauss piensa que los fenómenos sociales ofrecen el carácter de signos y que cualquier sociedad puede ser estudiada como un sistema de signos. Alejamiento de la historia, el hombre como objeto de observación y análisis. El método será descubrir la estructura o sistema.

Claude Lévi-Strauss aplica y propone el método fonológico de la lingüística estructural de Jakobson a la etnología. Strauss se aleja del concepto funcionalista de estructura dándole un nuevo giro sobre la base de la lingüística. Propone observar cómo la sociedad está estructurada y con base en qué está estructurada. Para conocer una sociedad hay que ver las estructuras mentales de los individuos de esa sociedad (lo que Durkheim llamaba el pensamiento colectivo). Por tanto, la estructura de la sociedad empieza en el pensamiento del individuo.

Partiendo de lo anterior es que se intenta descubrir esa estructura que se encuentra en el Facebook, como parte de una sociedad en donde las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's) la han marcado a tal grado que se habla de la Era de la Información. Las TIC's son una parte importante para el tejido de la sociedad actual, están incorporadas a su vida, de igual manera como hoy los jóvenes tienen incorporado el Facebook en su vida diaria.

Según los estructuralistas los medios de comunicación son sólo modalidades de transmisión mediante las cuales se reestructuran determinadas formas que enriquecen su fuerza de expresión. En Internet están todas las posibilidades de comunicación, están todos los medios y las nuevas formas o medios para comunicarnos puestos en una sola plataforma. Partiendo de la premisa anterior el Facebook sería una modalidad más de transmisión. Una modalidad que

asume las reglas de la sociedad actual, de la estructura que la soporta y que como tal las reproduce en el sitio. Todo eso permite ser parte del grupo.

En el sentido social, la sociedad no es la suma de los individuos que la integran, es el todo. Los individuos no son independientes, son partes complementarias. La sociedad se constituye en la medida que tiene determinadas reglas o estructuras que producen el sentido de los acontecimientos, los cuales son producto de las normas que los hombres han asimilado en sociedad y les permite evocar en común significados.

Roland Barthes, dice que “el relato está presente en todos los tiempos, en todos los lugares, en todas las sociedades... y es normal que el estructuralismo naciente haga de esta forma una de sus primeras preocupaciones” (1982:7) y qué es lo que se plasma en el Facebook sino relatos “que pueden ser soportados por el lenguaje articulado, oral o escrito, por la imagen, fija o móvil, por el gesto y por la combinación ordenada de todas estas sustancias” (Barthes, 1982:7). Se tendría que analizar los relatos de este sitio para darnos cuenta de cuál es su estructura a través de un procedimiento deductivo, una idea para lograrlo es hacerlo a través de cómo se construyen los perfiles de los usuarios, es decir a través de lo que escriben y suben a la plataforma.

Marxismo

Por último y ubicada en el otro extremo está a la **teoría crítica**, la cual tiene su base en el marxismo y surge como una postura en contra del positivismo, sus exponentes provienen de diferentes disciplinas, entre ellos se pueden mencionar a Adorno, Walter Benjamin, Max Horkheimer, Marcuse, Jürgen Habermas (1982), entre otros. El nombre deriva de que en 1923 se fundó un instituto asociado a la Universidad de Frankfurt sin embargo, con la llegada del nazismo sus miembros se ven obligados a huir de Alemania y se establecen en New York.

Los medios de comunicación con vistos como industrias culturales, pero Internet ya se ha dicho que es una plataforma en la cual se encuentran ahora el cine, la radio, la televisión, la prensa, las revistas electrónicas... si pero también

ha posibilitado otras formas de comunicación colectiva como son las redes sociales. Sin embargo, Internet ha generado la cibercultura.

Una posible interpretación, en este marco, es que quienes tienen acceso a Internet pertenecen a una clase social privilegiada, ya que la tasa de Penetración Nacional de Internet es de 29.7% en México (AMIPCI, 2009). El poder económico se manifiesta aquí, los países más desarrollados son quienes tienen mayor acceso, frente a los pobres que tienen porcentajes muy bajos.

¿Cuál es el idioma en Internet? El inglés por excelencia, otra manifestación del poder cultural porque quienes hablan inglés Estados Unidos, Inglaterra... pero además en los demás países desarrollados las personas, por el tipo de sistema educativo hace que las personas hablen más de un idioma y predominante como segundo idioma está el inglés. El idioma como otra forma más de imposición cultural.

La sociedad actual puede caracterizarse como una sociedad que necesita mostrarse, las personas salen de la esfera privada para hacerse parte de la pública. ¿Qué es lo que se muestra? Se muestra todo, absolutamente todo. Existe una necesidad de ir plasmando el día a día, el momento a momento con imágenes y sonidos principalmente. Y las redes sociales fueron hechas para eso, para mostrarse a los demás y para conocer, a través de lo que se muestre, al otro.

Pero como antes se dijo, existe una brecha generada por un poder económico y social que hace que los que se muestran, son de una clase privilegiada y por tanto, esa exhibición de vidas privadas en una plataforma pública hace que sea una especie de competencia sobre quién tiene más bienes materiales o “facilidades” de vida, es decir que pueda acceder a una membresía en un club privado, viajes, vehículos, etc.

En el Facebook según lo que se dice, lo que otros hablan de una persona y las fotos que se tienen y en las que aparece. Es como si la vida se pusiera en un aparador para que todos la observaran.

Para ser usuario de *Facebook*, hay que tener una computadora con acceso a Internet, pero además un teléfono celular y/o una cámara digital que permita tener fotos digitales para subirlas, y si se quiere ser parte de un club más exclusivo entonces hay que tener un celular con acceso a Internet con un plan tarifario alto.

Dentro de las opciones del *Facebook* está el jugar pero resulta que los juegos son representaciones de ese mismo entorno económico y social que van desde comprar una isla, tener una granja y dentro del juego siempre hay opciones que se compran realmente con una tarjeta de crédito, con lo cual se llega al mismo punto de que para jugar hay que tener crédito y para tener crédito se debe de tener asegurada una situación económica que sólo la tienen unos cuantos.

La misma interfase del Facebook es una invitación a la cultura consumista pues invita muestra banners con publicidad dentro de las páginas.

Por todo lo anterior puede afirmarse que el Facebook es una cuestión de clase, si pero de clase social alta, de la llamada burguesía, para ser coherentes y utilizar términos marxistas. Al menos hasta el 2010. ¿Por qué afirmar esto? Pues porque el Internet va ganando terreno día a día y es una plataforma que posibilita la exposición de las diferentes formas de pensar, el día que todos los habitantes de este planeta tengan acceso a la red de redes será otro el planteamiento.

CONCLUSIONES

Concluyendo... ¿Es posible retomar las teorías clásicas, concretamente los planteamientos del funcionalismo, estructuralismo y del marxismo?

En este punto se puede polarizar la postura y terminar por tener una postura apocalíptica o integrada en el sentido de que las teorías son obsoletas desde el planteamiento mismo de qué es un medio de comunicación frente a lo que representa la red de redes, el Internet. Sin embargo, también puede asumirse que las teorías son atemporales y lo que buscan es darnos las herramientas para interpretar lo que exista en la realidad.

Internet es una plataforma que integra a todos los medios, los “recrea” o transforma para convertirlos en otros nuevos. Pero Internet es algo más que la integración de los medios, aporta nuevas posibilidades de comunicación y, derivado de estas, de socialización. Por todo esto, las teorías clásicas pueden aportar elementos que nos ayudan a entender los fenómenos derivados del uso de Internet y especialmente en las redes sociales. Sin embargo, las teorías han evolucionado

FUENTES CONSULTADAS:

- Acquisti, A., & Gross, R. (2006). *Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook*. Paper presented at the Privacy Enhancing Technologies.
- AMIPCI. (2009). Estudio AMIPCI: Hábitos de los usuarios de Internet en México 2009, Uso de Nuevas Tecnologías Asociación Mexicana de Internet, AMIPCI, A.C. Retrieved from <http://amipci.org.mx/estudios>
- Boyd, D. (2007). Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networ Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life. In D. Buckingham (Ed.), *MacArthur Foundation Series on Digital Learning - Youth, Identity, and Digital Media Volume*. Cambridge, MA: MIT Press.
- De Moragas Spa, M. (Ed.). (1982). *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), article 1.
- Facebook. (2010). Facebook. Retrieved 4 Mayo, 2010, from <http://www.facebook.com/facebook>
- Fernández Jeansalle, J. (2008). Dale clic. Internet y jóvenes de clase media en la Ciudad de Buenos Aires. In M. Urresti (Ed.), *Ciberculturas juveniles: los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era de Internet* (1a. ed. ed.). Buenos Aires: La Crujía.
- Gloogle. (2009). Google Zeitgeist 2009. Retrieved 1 Diciembre, 2009, from http://www.google.com/intl/en_us/press/zeitgeist2009/regional.html#mexico
- Gutiérrez, M. A. (2003). *Alfabetización digital algo más que ratones y teclas*. Barcelona: Gedisa.
- Habermas, J. (1982). *Conocimiento e Interés*. Madrid: Taurus.
- Himmelweit, H. T., Oppenheim, A. N., & Vince, P. (1958). *Television and the child : an empirical study of the effect of television on the young*. London: Oxford University Press.
- Inside Facebook, T. F. a. t. F. P. f. D. a. M. (2009). Mexico, Argentina, Venezuela Led Facebook's Latin American Growth Last Month. Retrieved Noviembre 22, 2009, from <http://www.insidefacebook.com/2009/10/22/mexico-argentina-venezuela-led-facebooks-latin-american-growth-last-month/>

- Katz, E., Blumer, J. G., & Gurevitch, M. (1982). Usos y gratificaciones de la comunicación de masas. In M. De Moragas (Ed.), *Sociología de la comunicación de masas*. España: Gustavo Gili.
- Mac Coby, E. E. (1954). Why do children watch television? *Public Opinion Quarterly*, 18, 239-244.
- McQuail, D., Blumler, J., & Brown, R. (1972). The television audience: a revised perspective. In D. McQuail (Ed.), *Sociology of Mass Communication*. Londres: Logman.
- Riley, M., & Riley, J. W. (1951). A Sociological Approach to Communications Research. *Public Opinion Quarterly*, 15, 445-460.
- Schramm, W., Lyle, J., & Parker, E. (1961). *Television in the Lives of our children*. Stanford CA: Board of the Trustees of the Leland Stanford Junior University Press.
- Tong, S. T., Van Der Heide, B., Langwell, L., & Walther, J. B. (2008). Too much of a good thing? The Relationship Between Number of Friends and Interpersonal Impressions on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(3), 531-549.
- Urresti, M. (2008). Ciberculturas juveniles: vida cotidiana, subjetividad y pertinencia entre los jóvenes ante el impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación e información. In M. Urresti (Ed.), *Ciberculturas juveniles: los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era de Internet* (1a. ed. ed.). Buenos Aires: La Crujía.
- Urribarrí, R. (1999). El Uso de Internet y La Teoría de la Comunicación. *Revista Comunicación*(106).

CURRICULUM DE LAS AUTORAS:

Ma. Alejandra Rocha Silva. Doctora en Tecnología Educativa por la Universidad de Salamanca. Profesora e Investigadora de Tiempo Completo de la Universidad de Colima. Línea de Investigación: Estudios sobre las Nuevas Tecnologías de la Comunicación. Adscrita al Cuerpo Académico 50 (UCOLCA50) de Estudios en Cultura en Comunicación. Proyecto Actual: Museo Virtual Interactivo de Migración. alejandrarochasilva@hotmail.com

Ana Melisa González Arredondo. Licenciada en Relaciones Internacionales por el ITESM y estudiante del Doctorado en Ciencias Sociales de la Universidad de Colima. Tema de investigación: Socialización en el Facebook. melisagonzaleza@gmail.com