

Facebook helps you connect and share with the people in your life.



OCTUBRE 2009

HACIA UN ENTENDIMIENTO DE LA INTERACCIÓN DE LOS ADOLESCENTES CON DISPOSITIVOS DE LA WEB 2.0. EL CASO DE FACEBOOK.

*Realizado en el marco del proyecto de investigación del Instituto de Investigación para la Justicia,
con el apoyo de IDRC y CIDA Canadá.*

**HACIA UN ENTENDIMIENTO DE LA INTERACCIÓN
DE LOS ADOLESCENTES CON DISPOSITIVOS DE
LA WEB 2.0. EL CASO DE FACEBOOK.**

ASOCIACIÓN CHICOS.NET

Programa “Por un Uso Responsable de las Tecnologías de la Información y la Comunicación”

www.chicos.net/internetsegura

Equipo de Investigación

Coordinador: Sergio Balardini

Asistente de coordinación: Evaristo Carriego

Investigadoras: Daniela Szpilbarg, Delfina Cabrera y Tatiana Barrero

Asistencia técnica: Mariela Reiman

Monitoreo y edición: Andrea Urbas y Marcela Czarny

El presente estudio se llevó a cabo con la ayuda de una subvención del Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo y de la Agencia Canadiense de Desarrollo Internacional, Ottawa, Canadá.

Índice

INTRODUCCIÓN por Sergio Balardni.....	8
PRINCIPALES RESULTADOS	12
1. MARCO REFERENCIAL	16
1.1. Identificación del proyecto.....	17
1.2. Delimitación y formulación del problema.....	17
1.3. Definición del objeto.....	18
1.4. Objetivos.....	18
2. METODOLOGÍA	20
2.1. Composición de la muestra.....	20
2.2. Técnicas de análisis.....	20
2.3. Elaboración de instrumentos de recolección de datos.....	22
3. MARCO CONCEPTUAL. REFERENCIAS CONCEPTUALES	24
3.1. Sobre los nativos digitales.....	24
3.2. Sobre la web 2.0.....	25
3.3. Sobre las redes sociales.....	25
3.4. Sobre Facebook.....	26
3.5. Algunas cifras de Argentina.....	27
4. RESULTADOS OBTENIDOS Y OBSERVACIONES GENERALES	28
4.1. Composición final de la muestra	28
4.2. Análisis según categorías	28
4.2.1. Cantidad de amigos	28
4.2.2. Números de fotos publicadas.....	29
4.2.3. Tests.....	30
4.2.4. Grupos.....	31
4.2.5. ¿Actualiza su estado?.....	32
4.2.6. ¿Publica el nombre de su colegio?.....	33
4.2.7. ¿Publica el número de su teléfono celular?.....	33



5. PERFILES	35
5.1. Sobre el uso de Facebook en general.....	35
5.1.1. El muro.....	36
5.1.2. Juegos.....	37
5.1.3. Grupos.....	37
5.1.4. Fotos.....	38
5.1.5. Tests.....	39
5.2. Otras prácticas en el uso de Facebook.....	40
5.3. Seguridad y publicación de fotos.....	41
6. CONSIDERACIONES FINALES	43
7. RECOMENDACIONES	46
7.1. En relación al uso de Internet.....	46
7.2. Sugerencias de Facebook sobre “seguridad”.....	47
ANEXOS	
ANEXO I - Bibliografía y fuentes consultadas al comenzar el estudio.....	48
ANEXO II - Matriz de recolección de datos.....	54
ANEXO III - Perfil de Facebook.....	55
ANEXO IV - “Principios de Facebook”.....	57
ANEXO V - Miradas desde el campo.....	62

INTRODUCCIÓN

*Por Sergio Balardini**

Redes sociales, Facebook, Myspace, Sónico. Todos los días nos enteramos de un nuevo servicio que ofrece la red. Los padres y madres escuchan hablar del “féisbuk” en la tele, en las radios se habla de éste o de aquel caso que se hizo notorio en la red. Todos comentan.

Las redes sociales se han instalado en la agenda pública y es notorio el requerimiento informativo. Una vez más, como sucedió antes con la red misma, con la navegación por Internet, con el uso de la wikipedia, con los celulares. La tecnología ofrece un nuevo servicio: se difunde, se proyecta en una curva exponencial, las nuevas generaciones se los apropian rápidamente, inventan modos de hacer que exceden a la propuesta original, y todos sorprendidos una vez más, aunque la tecnocultura ya debería habernos acostumbrado a los sucesivos avatares sociales que el mundo digital va imponiendo en la vida social y en la vida doméstica.

En cualquier caso, surgen interrogantes, y la preocupación por el modo en que niñas, niños y adolescentes hacen uso de estos servicios, dadas sus particularidades. Por caso, si hasta hace poco discutíamos acerca de los riesgos del anonimato en la red con su potencial impunidad, no terminamos de discutir acerca de ello, y ya nos encontramos debatiendo sobre lo contrario, es decir, sobre los riesgos de la identidad en Internet, de las huellas digitales que dejamos en la red. Cuestión que ponen en evidencia las redes sociales, dado que en ellas la “lógica” es presentarse con los datos verdaderos.

La investigación realizada por Chicos.net ha permitido confirmar algunas ideas sobre el uso que los adolescentes hacen de estos servicios, al tiempo que ofrece mayor luz sobre aspectos de interés relacionados a su modo de entender lo público y lo privado, y una ampliación del ángulo de la mirada referida a cuestiones que hacen a la seguridad personal entendida como la protección frente a terceros, y, en consecuencia, al cuidado y autocuidado.

En este sentido, hay que considerar que, muchos de sus usuarios, viven el entorno Facebook (si bien el estudio toma como eje de análisis a esta red, lo mismo podría, segura-

mente, decirse de otras redes sociales) como un lugar público en donde mostrarse, expresarse y encontrarse con sus pares. Allí comentan- como lo harían en un amplio living con sus amigos- buena parte de lo que sucede en sus vidas, su devenir cotidiano, exponiendo sus actividades, conversaciones que imaginaríamos privadas, intercalando texto escrito con imágenes, sumando vínculos, agregando información sobre sus gustos e intereses, ya sea de modo directo o en respuesta a variadísimos test. Y podemos imaginar un trabajo de selección detrás de aquello que se publica. Una suerte de “edición” del sí mismo, de la imagen que se quiere mostrar. Pero esto, siempre ha sucedido, como cuando elegimos frente a terceros de qué tema hablar, o qué ropa o vestido usar.

Entre las cuestiones que el estudio hace evidentes, el predominio de la imagen una vez más dice presente a través del protagonismo que las fotos adquieren. Y la imagen personal, tan importante para las y los adolescentes, se ubica en un sitio de relevancia que incluye muchas autofotos.

Por otra parte, la mayoría de los perfiles exponen una cantidad de contactos/amigos, que, por su número, sugieren vínculos que exceden las relaciones de amistad desarrolladas en su vida “real”.

Las mujeres, en particular, parecen desplegar una mayor socialidad, publicando un mayor número de fotos y ostentando un mayor número de “amistades”.

Por la etapa de la vida en que discurren, los hechos del mundo escolar aparecen con una fuerte presencia, lo que se traduce en la creación de diversos grupos relacionados con la escuela a la que asisten.

En esta suerte de “plaza virtual” en donde se encuentran y organizan buena parte de su vida social, ponen a disposición toda clase de información personal, de su familia, de su modo de transitar la ciudad, barrio o destinos, sus viajes, salidas, llegadas, sus oportunidades. Contactarlos no es difícil, allí está su dirección de correo, teléfono fijo y, en ocasiones, celular.



Por otra parte, en sus modos de uso de Facebook, las y los adolescentes, parecen no advertir las diferentes características y circunstancias que delimitan un espacio público de un espacio privado. Su actitud pareciera asentarse en la idea de que aquello que publican solamente está al alcance de amigos y conocidos. Aunque no es evidente que ese sea el límite concreto. He aquí una diferencia importante con las redes sociales de la vida “real”, que parten de vínculos “contrastados”. Pero tampoco se trata de negar la posibilidad de sumar contactos o relaciones, sino de tener elementos que ayuden a administrar cuestiones tales como a quién permitir ver el propio perfil, sabiendo que está en juego mostrarse y encontrarse, y conocer a otros que compartan mis gustos e intereses.

Una última cuestión a mencionar es la notoria ausencia de padres, y adultos en general, en los perfiles de las y los adolescentes, comprensible desde el punto de vista de considerar a estas redes como un espacio de encuentro de pares. Por tal motivo, adquiere relevancia la necesidad de orientación adulta para favorecer la adquisición de criterios de autocuidado. Porque se trata de que puedan hacer uso de estos extraordinarios recursos que ofrece la tecnología digital, minimizando los riesgos que, como cualquier nuevo campo de acción, constituye en su movimiento.

Parfraseando a un conocido rockero argentino, podemos decir que estamos frente a las pantallas de un mundo nuevo. Ante ellas, necesitamos de nuevos saberes, reconocer nuevas prácticas, abrir nuestra comprensión. Y, como adultos, continuar con el esfuerzo de acompañar a las nuevas generaciones en el descubrimiento y la creación de estos nuevos mundos.



*Sergio Balardini es investigador, psicólogo, especialista en tecnología y subjetividades juveniles.

Se desempeña como Director de Proyectos de la Fundación Friedrich Ebert (FES), y miembro del Programa de Estudios en Juventud de Flacso.

PRINCIPALES RESULTADOS

En este apartado se vuelcan los resultados más significativos obtenidos en este estudio, los cuales permiten obtener una visualización general del escenario que conforman los jóvenes de 13 a 18 años, que residen en la Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires, en relación a su modalidad de interacción a través de una red social como Facebook.

Entre los primeros hallazgos que surgen del análisis de los perfiles, encontramos que **los adolescentes que actualizan su Facebook con mayor frecuencia son, a la vez, aquellos que tienen más “amigos” y fotos publicadas**; también, estos son quienes más comentarios realizan acerca de las publicaciones de sus amigos. Este resultado podría ser un indicador de que **el uso de la red social genera, a su vez, más uso**, ya que cuando los/as adolescentes comentan fotos, responden tests, o dejan comentarios en el muro de sus amigos, esperan, al mismo tiempo, la respuesta de sus pares.

Para tener una dimensión de lo que significa para los y las adolescentes “tener amigos”⁽¹⁾ en una red social, veamos estos números: el **55,2%** de la muestra total tiene **entre 50 y 349 amigos** y el **34,8%** alcanza a tener entre **350 y 799 amigos**. La cantidad de amigos tiene un valor en sí mismo.

Se observan algunas diferencias marcadas de comportamiento en relación al género. En general, **las mujeres tienen más amigos** que los varones y actualizan su Facebook, en proporción, con mayor frecuencia que ellos. En este sentido, el **43,4%** de las chicas de 13 a 15 años tiene **más de 350 amigos**, mientras que el **25,6%** de los varones tiene esa misma cantidad. En la franja de edad siguiente -de 16 a 18 años- el **40,6%** de las mujeres tiene **más de 500 amigos**, mientras que sólo el **20,8%** de los varones alcanza ese número de contactos.

También prevalece una mayor actividad de las mujeres en cuanto a la publicación de fotos: es un hecho que **las chicas publican más fotos que los varones en Facebook**. El **24,7%** de niñas de entre 13 y 15 años ha publicado **más de 500 fotos**, mientras que **ningún varón de la muestra ha pasado esa cantidad**. En la franja de 16 a 18 años, el **23%** de las mujeres

1- Utilizamos en este estudio el genérico “amigos” incluyendo en el mismo al género femenino, a fin de simplificar la escritura y la lectura, y porque es la denominación que da Facebook a los contactos.

publicó más de 350 fotos, en tanto lo hizo, solamente, el **3%** de los varones.

Un dato empírico significativo es el **predominio de la imagen** en los perfiles de los y las adolescentes: las fotos son protagónicas del Facebook, y también, la batería de comentarios que desencadenan de los amigos. Surge como relevante, la valoración de la buena apariencia e imagen personal, y la búsqueda de la confirmación del buen aspecto a través de los comentarios. La expectativa de gustar está en el centro del interés del adolescente que pertenece al “mundo Facebook”.

En relación a la **interacción en grupos**, en las dos franjas de edad observadas, aparecen grupos relacionados con el **colegio** y con el **grupo de pertenencia/amigos más íntimos**. También es común a todas las edades y géneros pertenecer a grupos relacionados con situaciones de la vida cotidiana, con el uso de tecnología y con el uso del mismo Facebook.

En cuanto al lenguaje utilizado en los comentarios o expresiones, se observa un **uso del lenguaje abreviado, con la ortografía modificada**, característico del MSN y del celular, “importado” de dichas prácticas -ya que no es necesario en Facebook- y que se caracteriza también por el **vértigo y la exageración**: muchos signos de exclamación o interrogación y emoticones.

Sobre el lugar asignado a los adultos en el Facebook de los adolescentes, se observa de manera llamativa la **ausencia de los padres y otros adultos** en los perfiles, tanto en calidad de amigos como en el etiquetado de las fotos publicadas. Los adultos aparecen sólo cuando es inevitable (por ejemplo, en las fotos de las fiestas de 15 años), pero aún en las fotos de vacaciones, los chicos aparecen solos, sin abundar las fotos familiares. En las imágenes donde se ven adultos, resulta bastante elocuente que éstos no son etiquetados: funcionan como personas externas al grupo de amigos. Sólo en la franja de 13 a 15 años –los más chicos de la muestra- se nota mayor presencia de adultos -sobre todo en perfiles de varones- que tienen algunas fotos familiares publicadas.

En cuanto a la percepción del entorno Facebook, los adolescentes lo vivencian como un **lugar público** donde mostrarse, expresarse y encontrarse. Una especie de “plaza virtual” en la que reunirse. Posiblemente por este sentimiento, no se observa que tomen especiales recaudos a la hora de publicar datos personales. La mayoría de los chicos y chicas de la muestra han publicado su **nombre completo, nombre del colegio al que asisten, locali-**



dad en la que viven, fecha de nacimiento y mail, como parte de su información personal. Si bien es parte de la lógica de las redes sociales que los usuarios se presenten con sus verdaderos datos -y de Facebook como tal-, este factor refuerza el argumento, al que se llegó en un estudio anterior⁽²⁾, sobre la **necesidad de orientación adulta que favorezca la adquisición de criterios de cuidado** por parte de los adolescentes, aún más, si los datos previos se combinan con los siguientes:

- Un elevado **80,4%** de los adolescentes publica información personal o hace explícito el **nombre del colegio** al que asiste.
- En muchos de los perfiles observados, los adolescentes publican su **teléfono celular** entre sus datos personales, y lo hacen en mayor proporción las mujeres que los varones. En el grupo de 13 a 15 años, lo hizo el **17%**.
- En contadas oportunidades, los chicos publican, además, el **número de teléfono fijo y la dirección de su casa o country donde viven.**
- En casi la totalidad de los casos, **exponen fotos de su casa**, lo cual no supondría un factor de riesgo, si no fuera por su articulación potencial con el resto de los datos publicados.
- Hay una considerable **exposición de actividades, imágenes, situaciones y conversaciones privadas**, ya sea entre novios, entre amigas o amigos. Estos comentarios, de índole privada, aparecen en muros, en los comentarios de fotos y en las intervenciones en los grupos.

En este sentido, se hizo evidente, que casi la totalidad de los adolescentes de la muestra parece **no percibir la diferencia entre las características y circunstancias de un espacio público y de un espacio privado**; o bien, consideran que la información que proveen sólo está al alcance de amigos y conocidos. Sin embargo, hay señales que indican que sus perfiles incluyen a terceros que no forman parte de sus círculos sociales fuera del entorno virtual. En base a este estudio – y complementado por el estudio sobre usos y costumbres (Chicos.net, 2008) - estamos en condiciones de transmitir que **los adolescentes**

1- Chicos.net (2008) Chic@s y tecnologías: usos y costumbres de niños, niñas y adolescentes en relación a las tecnologías de la información y la comunicación. Buenos Aires.

minimizan la dimensión de Internet -en tanto herramienta global que alcanza a millones de personas- y en consecuencia, **no cuentan con una noción realista del alcance y proyección, en tiempo y espacio, de aquello que suben a la red y publican.** Esta circunstancia hace a una importante diferencia respecto a sus vidas en el mundo “real”, en donde las redes sociales suponen una aproximación, presencia y conocimiento de sus nodos, hasta constituirse como tales. Diferencia que se potencia por el hecho esencial de la ausencia adulta en la red de su “mundo Facebook”.

1. MARCO REFERENCIAL

La Asociación Chicos.net y el Instituto de Investigación para la Justicia (IJ), unieron esfuerzos para el desarrollo de este estudio denominado *“Hacia un entendimiento de la interacción de los adolescentes con los dispositivos de la web 2.0. El caso de Facebook”*.

Para los efectos del IJ, su apoyo a la presente investigación se incluye dentro de su proyecto *“Derechos y Justicia en el movimiento social en Internet”*.

En lo que refiere a Chicos.net, esta investigación se enmarca como complemento del estudio *“Usos y costumbres de los niños, niñas y adolescentes en relación a las TIC”* (2008) realizado con apoyo de ECPAT International y Save the Children Suecia y forma parte de los estudios continuos que desarrolla la organización sobre las distintas aristas vinculadas al derecho de niños, niñas y adolescentes al uso seguro y responsable de las TIC.

Chicos.net forma parte de la Red Regional por el derecho de niños, niñas y adolescentes a un uso seguro y responsable de las TIC³.



3- La Red Regional de América Latina y Caribe por el derecho de niños, niñas y adolescentes a un uso seguro y responsable de las TIC se crea en 2007 y agrupa a diversas organizaciones que trabajan por la promoción y derechos de los niños, niñas y adolescentes, <http://www.chicos.net.ar/internetsegura/pdfs/boletin1-red.pdf>

1.1. Identificación del proyecto

NOMBRE: “Hacia un entendimiento de la interacción de los adolescentes con los dispositivos de la web 2.0. El caso de Facebook.”

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: Interacción de los adolescentes con los dispositivos de la web 2.0

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN

Coordinador: Sergio Balardini

Asistente de coordinación: Evaristo Carriego

Investigadoras: Daniela Szpilbarg, Delfina Cabrera y Tatiana Barrero

Asistencia técnica: Mariela Reiman

Monitoreo y edición: Andrea Urbas y Marcela Czarny

1.2. Delimitación y formulación del problema

Con el fin de tener una evaluación continua y actualizada sobre los usos y costumbres de niños, niñas y adolescentes con las tecnologías, y con el objetivo de implementar acciones que garanticen el derecho al uso seguro y responsable de las mismas, se consideró necesario ampliar el acervo institucional de conocimientos estudiando la **interacción de los adolescentes en las redes sociales**, contexto virtual que es utilizado por los jóvenes de niveles socioeconómicos medio altos en forma masiva y con lógicas de uso diferentes a las empleadas por los adultos.

Se definió la red social **Facebook** como la más popular entre los jóvenes de este sector social -que cuenta con acceso a Internet desde el hogar o desde la escuela-, a partir del conocimiento obtenido en estudios anteriores.

De aquí surge como primera necesidad, contar con un conocimiento riguroso sobre la herramienta en sí misma -modo de funcionamiento, cláusulas de uso, aplicaciones que brinda, conceptualizaciones teóricas, etc.- a partir de la exploración y análisis de la información que brinda Facebook y bibliografía calificada y relevante sobre el tema.



Se plantea como **problema de investigación** el siguiente:

¿Cómo es la interacción de los adolescentes en las redes sociales, especialmente a través de la red social Facebook? ¿Qué diferencias de actividad en la misma se vinculan al género y a la edad? ¿Cuáles son las motivaciones que llevan a los/as adolescentes a tener su perfil en Facebook y de qué manera lo hacen?

1.3. Definición del objeto

Población objetivo: adolescentes entre 13 y 18 años que interactúan en la red social Facebook, que residen en Ciudad de Buenos Aires o en el Gran Buenos Aires.

Muestra probabilística: 250 adolescentes que interactúan en la red social Facebook, con subcuotas de edad (13-15; 16-18 años) y género.

Unidad de análisis: “perfiles” de adolescentes entre 13 y 18 años.

Consideración de un dato empírico: se trata de adolescentes de sectores sociales altos y medios altos, en primer lugar. Ello podría deberse al hecho que, en sus inicios, el acceso a Facebook debía realizarse en idioma inglés (originalmente, estaba orientada a estudiantes de la Universidad de Harvard), y, asimismo, a que, como todos los servicios de la web 2.0, requiere el acceso a una conexión de banda ancha, de tipo residencial no comercial -quienes se conectan a Facebook lo hacen desde sus hogares y no desde cybers-. Una corroboración empírica de esta circunstancia, que observamos en el desarrollo mismo de la tarea, fue el hecho del relevamiento de “grupos de colegio”, los cuales remitieron, casi sin excepción, a instituciones a las que accede dicho sector social.

1.4. Objetivos

Objetivo general

Determinar modalidades de uso y significados de las plataformas web 2.0 de los/as adolescentes entre 13 y 18 años de nivel socioeconómico medio, medio alto y alto, que viven en la Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires.

Objetivos específicos

- Identificar y determinar la utilización, valoración y lógicas de uso de las TIC por parte de los adolescentes; los modos en que organizan su cotidianidad y formas en que interactúan, particularmente en la red social Facebook.
- Indagar sobre las modalidades de interacción frecuentes en este ámbito virtual.
- Identificar usos y valoraciones determinados por género y edad.
- Determinar las situaciones y percepciones de riesgo vinculadas al uso de las tecnologías, desde el lugar de los adolescentes.
- Determinar diferencias sobre los modos de interacción en las redes sociales entre adolescentes y adultos. Ponderar la existencia de brechas generacionales.
- Proponer acciones que ayuden a disminuir la brecha generacional existente para facilitarles a los adultos el ejercicio del rol de protección y educación que les compete.
- Formular acciones que busquen disminuir la vulnerabilidad en que se encuentran los adolescentes en relación al uso de TIC.

2. METODOLOGÍA

La presente investigación se llevó adelante con **métodos cualitativos y cuantitativos**.

El primer momento de la investigación se destinó al diseño de la misma, la revisión y relevamiento de antecedentes, bibliografía y referencias de estudios e investigaciones en la red vinculadas al tema de redes sociales y específicamente sobre Facebook.

El segundo momento, se abocó a realizar el trabajo de campo, hasta concretar los 250 casos a analizar, respetando las cuotas de sexo y franjas de edad definidas.

El tercer momento, se dedicó al análisis de los datos, las conclusiones del estudio y la elaboración del Informe de Investigación.

2.1. Composición de la muestra

Población objetivo

Adolescentes entre 13 y 18 años que interactúan en la red social Facebook, que residen en Ciudad de Buenos Aires o en el Gran Buenos Aires.

Tamaño de la muestra

250 casos efectivos distribuidos según franjas de edad (124 casos entre 13 y 15 años; 126 casos entre 16 y 18 años) y agrupados según el sexo (se relevaron en el conjunto 124 perfiles de mujeres y 126 perfiles de varones).

2.2. Técnicas de análisis

Para obtener la información de los perfiles definimos crear un Perfil de la Investigación en Facebook, e invitar a adolescentes a suscribir a la solicitud de “amistad” que les enviábamos, de modo de estar autorizados por ellos mismos a observar sus perfiles (finalmente, por razones técnicas, se crearon dos perfiles en Facebook, y un grupo).

Creación de Perfiles propios

Se crearon, dentro de la red social Facebook, dos perfiles que permitieran la interacción con los adolescentes, una cuenta de mail y un grupo.

Perfil Investigación Chicosnet I e Investigación Chicosnet II⁽⁴⁾
Grupo de Facebook: Yo participo en la investigación de Chicos.net



<http://www.facebook.com/group.php?gid=81578023608>

Cuenta de mail

investigacionredessociales@live.com.ar

Texto de referencia en los perfiles y en el Grupo

“¿Tenés entre 13 y 18 años? Podés colaborar en la investigación que Chicos.net está realizando sobre Facebook. Sumándote, nos ayudás a responder a la pregunta “¿Qué hace la gente en Facebook?”

A partir del acceso a los perfiles de los adolescentes de la muestra se realizó:

- Análisis de contenido de los perfiles mediante la observación de los mismos según la matriz de recolección de datos diseñada.
- Obtención de porcentajes y frecuencias simples de diferentes variables (por ejemplo: “cantidad de amigos”).



4- El perfil de Facebook creado por Chicos.net para la investigación continúa funcionando con el objetivo de promocionar otras acciones vinculadas al Programa Internet Segura

Comentario Técnico

El procedimiento de invitar a los adolescentes, significó, en un primer momento, invitar a chicas y chicos conocidos en anteriores actividades realizadas por Chicos.net; luego, se invitó a adolescentes conocidos del equipo técnico, a partir de esta primera base de perfiles, buscando a través de “amigos de amigos” (de aquellos que ya habían aceptado la invitación de “amistad”), y, por último, vía el relevamiento de miembros de “grupos de colegios”.

2.3. Elaboración de instrumentos de recolección de datos

Se construyó una matriz de recolección de datos y se definieron las dimensiones de las categorías a considerar en el análisis. Las categorías consideradas fueron las siguientes:

Amistades/contactos: determinar cantidad de contactos; características (pares o adultos, del mismo/diferente sexo).

Muro: análisis de contenido (observar si el adolescente comunica y/o muestra/expone; si expresa cuestiones privadas, “sensibles” o públicas; si provoca interacción o hace mera exposición; frecuencia de uso).

Estado: análisis de contenido (observar si describe estado de ánimo, haceres, manifiesta opiniones o expresa externalidades neutras).

Fotos: considerar cantidad de fotos; situaciones que exponen las fotos (personales, grupos de amigos, familiares, con contenido agresivo, con contenido sexual, provocativas, transgresoras); si están etiquetadas (interacción con terceros); si muestran una separación -clara o no-, de lo público y lo privado; comentarios recibidos.

Adhesión a grupos (y “páginas de fans”): determinar identificación, gustos e intereses, sentido de pertenencia, grupos de pares; observar las motivaciones (ideológicas, reclamos /protestas, sociopolíticas, socioambientales, discriminatorias).

Aplicaciones: uso de juegos y tests (género: deportivo, musical, etc.); características de las aplicaciones.

Información personal: observar si publica o no publica información estructural (nombre, apellido, sexo, edad, mail, teléfono, dirección); subjetiva (gustos e intereses); estado sentimental; religión e ideología política.

Lenguaje en general: determinar las características del lenguaje utilizado (estructura clásica o estilo sms; contenido - si hay o no contenido sexual o agresivo-).

3. MARCO CONCEPTUAL

3.1. Sobre los nativos digitales

En 2001, *Marc Prensky* acuñó el término “nativos digitales” para definir a quienes nacieron en un mundo constituido por y alrededor de tecnologías digitales, una tecnología diferente y distante de las que enmarcaron la vida de los adultos de la generación anterior. Para *Prensky*, esta circunstancia, ha generado una brecha entre una y otra generación, los “nativos” (que nacieron en su entorno) y los “inmigrantes”, adultos para quienes a esta tecnología les adviene en sus vidas.

Dice *Prensky*, “Nuestros estudiantes han cambiado radicalmente... Los estudiantes de hoy representan la primera generación que creció con esta nueva tecnología (digital). Han pasado sus vidas enteras usando y rodeados por las computadoras, los juegos de video, los reproductores de música digitales, las videocámaras, los teléfonos celulares, y el resto de aparatos y herramientas de la era digital. (...) han pasado menos de 5.000 horas de sus vidas leyendo, pero durante 10.000 horas jugaron a los juegos video (sin mencionar 20.000 horas que han visto TV). Los juegos de ordenador, el email, el Internet, los teléfonos celulares y la mensajería instantánea son partes de sus vidas.

Está claro ahora que, como resultado de este ambiente ubicuo, y del volumen de su interacción con él, hoy, los estudiantes piensan y procesan la información de modo fundamentalmente diferente de sus predecesores. Estas diferencias van más lejos y son más profundas que lo que la mayoría de los educadores sospechan o realizan (...) podemos decir con certeza que sus patrones de pensamiento han cambiado⁽⁵⁾.”

Para *Alejandro Piscitelli*, los “nativos digitales”, estarían emergiendo como una nueva clase cognitiva, algo que va bastante más allá del uso “naturalizado” de las tecnologías digitales de época. La inmersión en la tecnocultura, las prácticas sociales derivadas en tanto ambiente, estarían generando una brecha cognitiva generacional⁽⁶⁾.

3.2. Sobre la Web 2.0

El término Web 2.0 fue acuñado por Tim O'Reilly en 2004 para referirse a una segunda generación en la historia de la Web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales, los blogs, los wikis o las folcsonomías, que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios. El uso de la Web 2.0 está orientado a la interacción y construcción de redes sociales, creando sitios interactivos. Es decir, los sitios Web 2.0 actúan como puntos de encuentro a diferencia de los sitios web tradicionales⁽⁷⁾.



3.3. Sobre las redes sociales

Gustavo Aruguete, considera a las redes como formas de interacción social y las define como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjun-

6- A. Piscitelli (2006) Nativos e inmigrantes digitales. <http://www.scribd.com/doc/467656/Nativos-e-Inmigrantes-Digitales>

7- Wikipedia, Web 2.0 http://es.wikipedia.org/wiki/Web_2.0

tos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se potencian para organizar sus recursos⁽⁸⁾.

Elina Dabas define la red social como un proceso de *construcción permanente*, tanto singular como colectivo. Refiere que es un sistema abierto, multicéntrico, que a través de un intercambio dinámico entre los integrantes de un colectivo (familia, equipo de trabajo, barrio, organización tal como la escuela, el hospital, el centro comunitario, etc.) y con integrantes de otros colectivos, posibilita la potencialización de los recursos que poseen y la creación de *alternativas novedosas* para la resolución de problemas o la satisfacción de necesidades. Cada miembro del colectivo se enriquece a través de *múltiples relaciones* que cada uno de los otros desarrolla, optimizando los aprendizajes al ser estos socialmente compartidos⁽⁹⁾.

3.4. Sobre Facebook

Facebook es una herramienta social que pone en contacto a las personas con sus amigos y con otras personas con quienes trabajan, estudian o comparten intereses.

Facebook, según Wikipedia, es un sitio web de redes sociales creado por *Mark Zuckerberg*. 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. Los usuarios pueden participar en una o más redes sociales, en relación con su situación académica, su lugar de trabajo o región geográfica⁽¹⁰⁾.



8- Ministerio de Desarrollo Social (2002)

9- Dabas, Elina (1998) *Redes Sociales, Familia y Escuela*. Ed. Paidós. Buenos Aires. www.proyectojuventud.com.ar/tics/Subjetividades_juveniles_tecnocultura.pdf

10- Wikipedia, Facebook <http://es.wikipedia.org/wiki/Facebook>

3.5. Algunas cifras de Argentina

Usuarios de Internet

Al 31 de diciembre de 2008, la cantidad de usuarios residenciales de Internet en Argentina era de 3.436.734, siendo usuarios de banda ancha, 2.917.455, según cifra del INDEC⁽¹¹⁾. La cantidad de usuarios de Internet es aproximadamente de 18 millones, según Prince & Cooke. Por otra parte, según estudios de Carrier y Asociados, “los usuarios pertenecientes a lo que generacionalmente se denomina nativos digitales (8,2 millones de usuarios) ya superan en número a sus antecesores, los inmigrantes digitales (7,8 millones de usuarios)⁽¹²⁾”.

Usuarios de Facebook

El 11 de febrero de 2008 se habilitó la versión local, en idioma español, y no tardó en crecer con fuerza: para abril, ya se habían sumado 515.000 personas y para julio ya superaba el millón de usuarios. En porcentajes, Facebook creció 1300% en un año⁽¹³⁾.

- Cuentas de Facebook de usuarios de Argentina⁽¹⁴⁾. Al 7 de Mayo de 2009 (10:47)

Total país 3.716.360

Mujeres: 2.063.360 _____ **54,9 %**

Hombres: 1.695.920 _____ **45,1 %**

- Distribución por edad

Menos o igual a 13: 65.180__ **1,8 %**

14-17: 574.680 _____ **15,5 %**

18-24: 1288020 _____ **34,7 %**

25-34: 1.187.600 _____ **32 %**

35-44: 381.040 _____ **10,3 %**

45-54: 149.020 _____ **4 %**

55-64: 50.860 _____ **1,4 %**

Cifras generadas a partir del “Programa de anuncios publicitarios” de Facebook.com

11- INDEC (2009) Accesos a Internet. http://www.indec.gov.ar/nuevaweb/cuadros/14/internet_03_09.pdf

12- Carrier y asociados (2009) Nativos al poder. http://www.carrieryasoc.com/index.php?option=com_content&view=article&id=634:nativos-al-poder&catid=32:negocios&Itemid=27

13- La Nación (21/04/09) El 50% de los internautas argentinos usa Facebook.

14- Checkfacebook.com www.checkfacebook.com



4. RESULTADOS OBTENIDOS Y OBSERVACIONES GENERALES

4.1. Composición final de la muestra

Se analizaron un total de **250 casos**.

Distribuidos según franjas de edad:

- 124 casos entre **13 y 15 años**
- 126 casos en la franja de **16 a 18 años**.

Agrupados según sexo, se relevaron en el conjunto:

- 124 perfiles de mujeres
- 126 perfiles de varones.

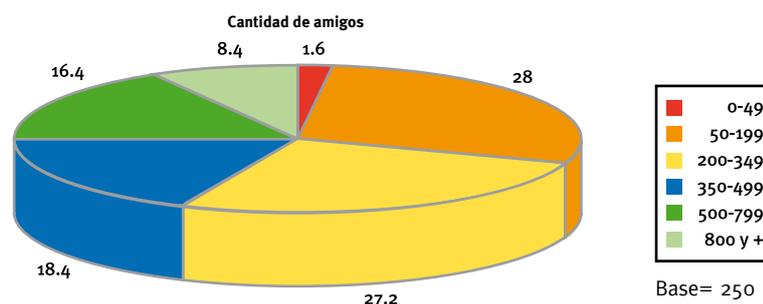
Al interior de las franjas de edad, se analizaron perfiles de 55 varones y 69 mujeres en la franja de 13 a 15 años; y perfiles de 67 varones y 59 mujeres, en la de 16 a 18 años.

4.2. Análisis según las categorías

4.2.1. CANTIDAD DE AMIGOS

En el total de la muestra, el **55,2%** tiene entre 50 y 349 amigos; el **34,8%** entre 350 y 799 amigos, el **8,4%** posee más de 800 amigos y sólo el **1,6%** tiene hasta 49 amigos. (Gráfico I)

Gráfico I: Perfiles (en porcentaje). Total de la muestra



En la franja de 13 a 15 años, el **62,8%** tiene entre 50 y 349 amigos y el **35,4%** posee más de 350 amigos. En la siguiente franja, de 16 a 18 años, el **52,3%** tiene más de 350 amigos y el **47,6%** entre 50 y 349 amigos. En términos generales, podemos observar que a mayor edad, más amigos tienen.

En ambas franjas es muy bajo el porcentaje de quienes tienen “menos de 50 amigos”.

Haciendo una búsqueda por género, en la franja de 13 a 15 años, las mujeres destacan entre las que tienen mayor cantidad de amigos: el **43,4%** tiene más de 350 amigos, mientras que el **25,6%** de los varones posee esa misma cantidad de contactos. Luego, el **70,9%** de los varones tiene entre 50 y 350 amigos, mientras que el **56,4%** de las mujeres tiene esa misma cantidad de amigos.

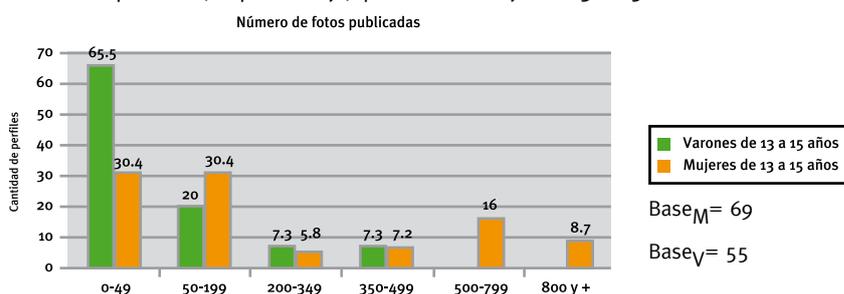
En cuanto a la franja que va de los 16 a los 18 años, el **40,6%** de las mujeres tiene más de 500 amigos, contra una diferencia del **20,8%** en los varones. El **44%** de las mujeres y el **53,6%** de los varones tiene hasta 349 amigos y el **16,9%** de mujeres y el **23,8%** de varones, entre 350 y 499 amigos.

4.2.2. NÚMERO DE FOTOS PUBLICADAS

El **74%** de los adolescentes de la muestra publica hasta 200 fotos.

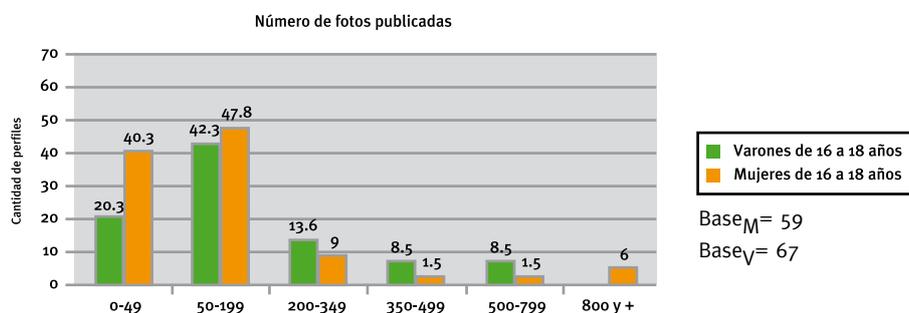
Se observan diferencias según edad y sexo: en la franja de 13 a 15 años, los varones duplican a las mujeres en quienes publican hasta 49 fotos (**65,5%** varones; **30,4%** mujeres); pero luego crece de modo relevante el número de fotos en los perfiles de las mujeres. Entre 50 y 199 fotos, **30,4%** corresponde a chicas y **20%** a varones; entre 200 y 499 se equiparan, **13%** de mujeres y **14,6%** de varones; y, más de 500 fotos, solamente han publicado mujeres en el elevado porcentaje del **24,7**. (Gráfico II)

Gráfico II: Cantidad de perfiles (en porcentaje) por sexo. Franja de 13 a 15 años.



En la franja de 16 a 18 años, nuevamente los varones duplican a las mujeres entre quienes publican hasta 49 fotos (**40,3%** a **20,3%**); acercándose las cifras entre quienes publican entre 50 y 199 fotos (**47,8%** de varones y **42,3%** de mujeres). Y, repitiéndose el comportamiento de la franja de edad anterior, las adolescentes son quienes más fotos publican, mientras el **12%** de los varones publica más de 200 fotos, las mujeres lo hacen en un **37,4%**. Significativamente, el **23%** de las mujeres publica más de 350 fotos, en tanto lo hace, solamente, el **3%** de los varones. (Gráfico III)

Gráfico III: Cantidad de perfiles (en porcentaje) por sexo. Franja de 16 a 18 años

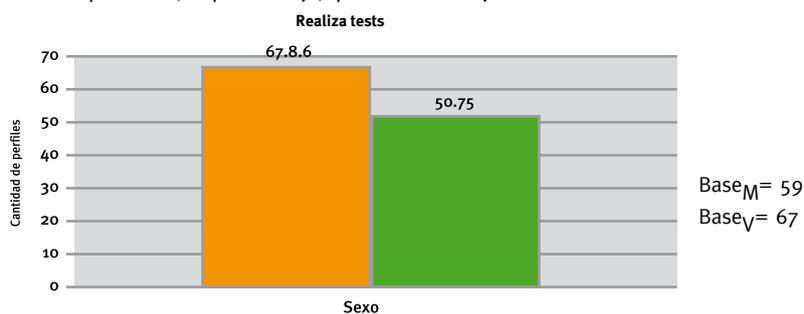


4.2.3. TESTS

El **66%** de los adolescentes de la muestra **realiza tests** como parte de sus actividades en Facebook. En ambas franjas de edad, son mayores las mujeres que los varones, si bien los porcentajes son elevados tanto para unas como para otros.

En la franja de 13 a 15 años, son **78,26%** de las mujeres con respecto a **67,27%** de los varones, mientras que en la franja de 16 a 18 años esto ocurre en un **67,8%** de las mujeres respecto a un **50,75%** de los varones (Gráfico IV).

Gráfico IV: Cantidad de perfiles (en porcentaje) por sexo. Franja de 16 a 18 años.

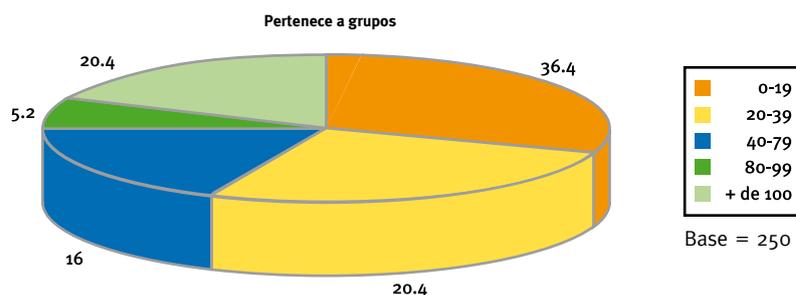


4.2.4. GRUPOS

El **36,4%** de los adolescentes es miembro de entre 1 y 19 grupos.

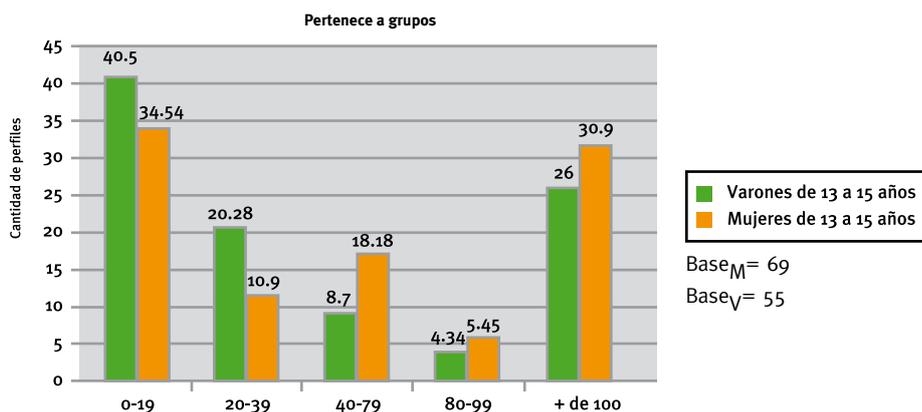
Un **20,4%**, de entre 20 y 39 grupos. Quienes son miembros de entre 40 y 99 grupos representan el **21,2%**; y con membresía en 100 o más grupos, otro **20,4%** (Gráfico V).

Gráfico V: Perfiles (en porcentaje). Total de la muestra.



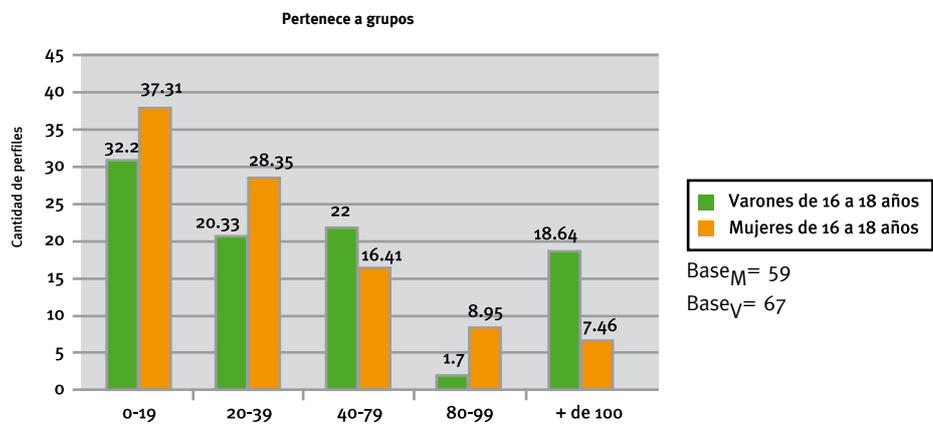
Respecto a las diferencias por edad y por sexo, en la franja de 13 a 15 años, el **40,5%** de las mujeres y el **34,5%** de los varones son miembros de 1 a 19 grupos; el **20,3%** de las mujeres y el **10,9%** de los varones, de entre 20 y 39 grupos; el **13%** de las mujeres, y el **23%** de los varones, de entre 40 y 99 grupos; y el **26%** de las mujeres y el **31%** de los varones, de 100 o más grupos. O sea, el **60,8%** de las mujeres son miembros de hasta 39 grupos, y el **39%** pertenece a más de 40 grupos. En los varones, el **45,4%** pertenece hasta 39 grupos y el **54%** a más de 40 grupos (Gráficos VI).

Gráfico VI: Cantidad de perfiles (en porcentaje) por sexo. Franja de 13 a 15 años.



En la franja de 16 a 18 años, un **32,25%** de las mujeres y el **37,1%** de los varones es miembro de 1 a 19 grupos; el **20,3%** de las mujeres y el **28,3%** de los varones, de entre 20 y 39 grupos; el **23,7%** de las mujeres, y el **25,4%** de los varones, de entre 40 y 99 grupos; y el **18,6%** de las mujeres y el **7,5%** de los varones, de 100 o más grupos. Inversamente a lo que sucede en la franja anterior, los varones superan en porcentaje a las mujeres en ser “miembros de hasta 39 grupos” (**65,7% a 52,5%**); y, las mujeres, superan a los varones en “más de 40 grupos” (**42,3% a 33%**). (Gráfico VII).

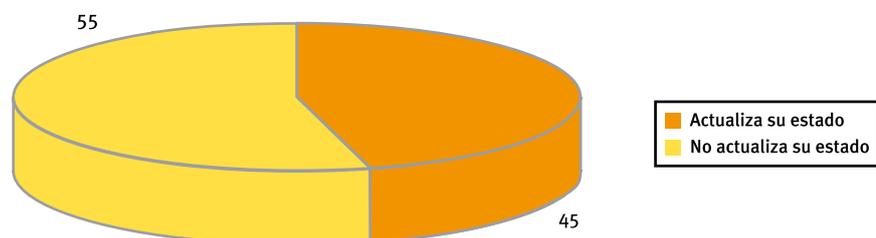
Gráfico VII: Cantidad de perfiles (en porcentaje) por sexo. Franja de 16 a 18 años.



4.2.5. ¿ACTUALIZA SU ESTADO?

El **45%** de los chicos de la muestra **actualiza su estado** en Facebook (Gráfico VIII). Esto se da en mayor medida entre las mujeres: un **43,5%** de las chicas de entre 13 a 15 años con respecto al **32,7%** de los varones de esa misma franja; y un **57,6%** de mujeres y un **46,2%** de los varones de la franja de 16 a 18 años.

Gráfico VIII: Perfiles (en porcentaje). Total de la muestra.

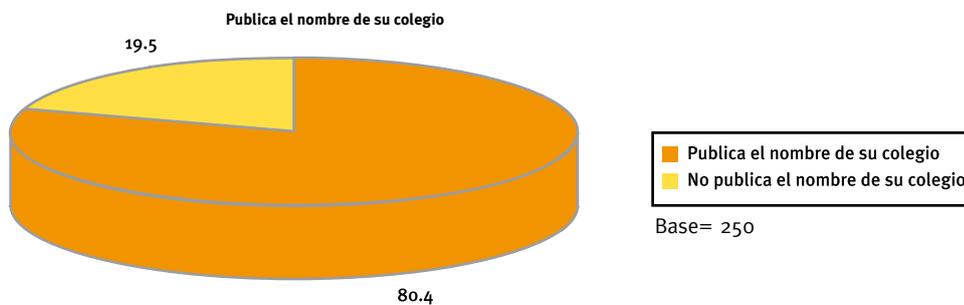


4.2.6. ¿PUBLICA EL NOMBRE DE SU COLEGIO?

Un elevado **80,4%** de los adolescentes publica en su información personal o hace explícito el nombre del colegio al que asiste. Observando el comportamiento por franjas de edad: el porcentaje asciende de un **77%** entre los 13 y 15 años, a un **83%** entre los 16 y 18 años.

Respecto a las diferencias por género, en el caso de los chicos de 13 a 15 años, el **82%** de los varones publica el nombre del colegio al que asiste, mientras que un **74%** de las mujeres lo hace. En el caso de las chicas y chicos de 16 a 18 años, el porcentaje es idéntico: **83%** (Gráfico IX).

Gráfico IX: Cantidad de perfiles (en porcentaje). Total de la muestra.



4.2.7. ¿PUBLICA SU NÚMERO DE TELÉFONO CELULAR?

Un **17%** de los chicos de la muestra publica su teléfono celular entre sus datos personales (Gráfico X). No se observan diferencias según la franja de edad, pero, según género, se puede observar, que entre los chicos de 13 a 15 años, son mayormente las mujeres quienes lo publican, llegando al **20,3%** de las mujeres con respecto al **13%** de los varones (Gráfico XI). En cambio, en la franja de 16 a 18 años, las cifras se invierten, siendo quienes lo publican el **19%** de varones, respecto al **14%** de mujeres (Gráfico XII).

Gráfico X: Cantidad de perfiles (en porcentaje). Total de la muestra.

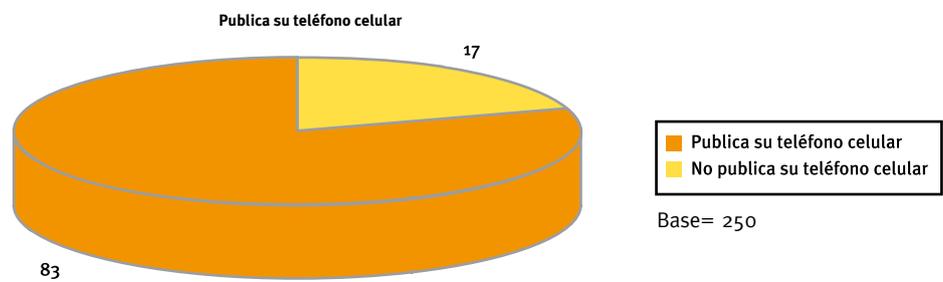
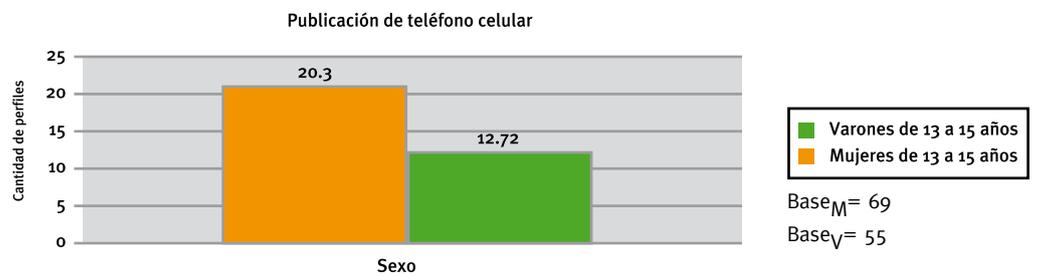


Gráfico XI y XII: Cantidad de perfiles (en porcentaje) por sexo. Según franjas de edad.



5. PERFILES

En el grupo entre 13 y 15 años expone su “Situación Sentimental” el **44%** de las mujeres y el **33%** de los varones. Otros datos personales predeterminados en el Facebook como “Ideología Política” y “Religión” en las mujeres casi no tienen registro, y, en los varones, alcanza, en ambos casos a un **9%**. Tanto en relación a las mujeres como a los varones, resulta irrelevante la cifra de quienes no suscriben a grupos y no publican fotos.

En el grupo entre 16 y 18 años, expone su “Situación Sentimental”, el **37,2%** de las mujeres y el **38,8%** de los varones. “Ideología Política” y “Religión” en las mujeres asciende al **13,5%** y **17%**, respectivamente; en cuanto a los varones, alcanza al **5,9%** y **13,4%** respectivamente. Es necesario señalar que se registran como porcentual positivo quienes describen no tener religión y no tener ideología política. Tanto para mujeres y varones, resulta irrelevante la cifra de quienes no suscriben a grupos y no publican fotos.

5.1 Sobre el uso de Facebook en general

- En términos generales, podemos decir que hay una **polarización en cuanto a la frecuencia con que la muestra actualiza su cuenta de Facebook**: o lo hacen todos los días (la mayoría) o con muy poca frecuencia.
- A partir de los perfiles observados, **los chicos que actualizan su Facebook con mayor frecuencia son aquellos que más “amigos” y fotos publicadas tienen**. A su vez, son quienes más comentarios realizan acerca de las publicaciones de otros “amigos”. Esto podría ser un indicador de que el uso, genera a su vez cada vez más uso, porque cuando los adolescentes comentan fotos, tests, o dejan comentarios en el muro de sus amigos esperan la respuesta de sus pares.
- En general, **las mujeres tienen muchos más “amigos”** que los varones y actualizan su Facebook, en proporción, con mayor frecuencia que ellos.
- **Publican más fotos las mujeres** que los varones.
- Los adolescentes utilizan y “perciben” el Facebook como un **lugar público** donde se



muestran, expresan y encuentran. Una especie de plaza virtual en la que encontrarse.

- Mediante la pregunta de inicio “¿Qué estás pensando?”, Facebook habilita a que los adolescentes respondan y ubiquen la respuesta estructurándola en tercera persona -si bien hablan de ellos mismos-. Este distanciamiento se puede relacionar con la idea de Facebook como un lugar de “**puesta en escena**” de ellos mismos.
- **El Facebook es una actividad en sí misma:** tiene sus reglas propias, sus juegos, y requiere una inversión de tiempo por parte de los chicos. Esto se refleja en el nombre de muchos grupos relacionados con el mismo Facebook: *Armemos el grupo más grande de Facebook; Tener un Facebook es peor que tener un amante de carne y hueso; Yo también iba a estudiar y terminé en Facebook; I live in Facebook.*

5.1.1. EL MURO

- La actividad que más se realiza en el muro es la **exposición de tests y fotos**. La interacción (vía muro) es menos frecuente y cuando ocurre se reduce a saludos, muestras de afecto entre amigas y amigos, comentarios sobre las fotos o sobre la actualización de estado/acción. Sólo en contados perfiles se observó que se generaban conversaciones en el muro.
- Existen casos en los que, las y los adolescentes que están de novios, conversan a través del muro y publican fotos de la intimidad de la pareja.
- Las chicas de 13 a 15 años suelen incluir comentarios sobre chicos que consideran atractivos. Estos chicos pueden ser conocidos suyos o personajes famosos. En cuanto a los personajes famosos, también muestran sus gustos usando aplicaciones, como “Top five’s” (Ej: *¿Con quién te casarías?*, 14 años) y “regalos” (Ej: *Chicos que se parten*); o, uniéndose a grupos o páginas (Ej: *Para las que no se pudieron fijar en ningún chico más después de Edward!!!!*, 13 años, refiriéndose a Edward Cullen, personaje de la película “Crepúsculo”). Sobre un Top five que se titula “*dejaría que me violen*” de una nena de 13 años, que se define como de entretenimiento pero tiene un sentido equívoco, vale preguntarse por su permanencia en Facebook y que no haya sido denunciado.

5.1.2. JUEGOS

- Una de las actividades más frecuentes realizadas en Facebook es jugar a diferentes juegos a los que se accede al ser usuario de esta red social. Los preferidos son: *Pet Society*, *Word Challenge*, *Poker*, *Mafia wars*, *Guerra de Pandillas*, *Secuestrador en serie*, etc. No difieren mucho del tenor de los videojuegos en general, con aplicaciones integradas que involucran, en algunos casos, nominalmente (sin participación real) a sus “amigos”, dando la sensación de que juegan con ellos.

5.1.3. GRUPOS

- Es un ámbito amplio, escasamente o nada regulado, que permite que, en algunos -pocos- casos, se manifiesten **expresiones discriminatorias**, como los llamados *grupos de odio*. Han aparecido, a lo largo del relevamiento de 250 grupos elegidos al azar, algunos tales como: *Yo también cruzo de vereda cuando veo a un cumbiero tomando cerveza*; *Me molestan los limpiavidrios “trapitos” que piden monedas*; *Grupos contra los chinos*; *Matemos a Cumbio*; *Que los floggers y Cumbio desaparezcan del planeta*; *Por un Facebook sin floggers*. No existen adultos que moderen los comentarios, los nombres de los grupos, o las fotos que se exhiben. Existe, en cambio, la posibilidad de “denunciar” una foto o un comentario que sea considerado inadecuado.
- En algún caso observamos conflictos por el **repentino cambio de nombre de un grupo** – función que puede ejercer quien coordina o crea un grupo-, con lo cual se generan situaciones confusas para los chicos y que pueden resultarles desagradables: *...¿Quién es el que maneja esto? mató cómo cambió el nombre del grupo... pasó de llamarse colegio French a llamarse “tuve experiencias homosexuales y me gustó”* (Fem, 18 años).
- En general, chicos y chicas **no intervienen en el foro de los grupos a los que pertenecen**. Cuando lo hacen, es porque se trata de un grupo con cuyos miembros tienen una relación muy cercana, ya sea por pertenecer al mismo colegio, al mismo club o a la misma zona o localidad. De hecho, en los grupos de gente de “Zona Sur” o “Zona Oeste”, el grupo funciona como vía de publicidad de actividades y cursos en esa zona, y los chicos creadores del grupo plantean, por ejemplo, que si se ponen en contacto, pueden organizarse para alquilar remises para ir a bailar a boliches de la zona. De algún modo, **construyen a través de Facebook un espacio de organización de su vida social y un continuo con su vida real**.



- En todas las franjas de edad, aparecen grupos relacionados con el **colegio** y el **grupo de pertenencia/amigos más íntimos**. También es común en todas las edades y en ambos géneros pertenecer a grupos relacionados con situaciones de la vida cotidiana, con el uso de tecnología y, como ya señalamos, con el mismo Facebook.
- Los reclamos sociopolíticos son escasos, verificándose, en particular, en algunos colegios de la Ciudad de Buenos Aires, con tradición de participación política
- Muchos grupos **están estructurados según el “amo...” u “odio...”**. Ej: *...odio viajar en un colectivo lleno; ...amo dormir tapado en invierno; etc..* Según la edad y el género hay algunas diferencias, pero expresan, en general, rechazos o adhesiones básicas.

5.1.4. FOTOS

- Se observa una gran **importancia y predominio de la imagen** de los chicos y chicas. Teniendo en cuenta el rol protagónico de las fotos en Facebook, se desencadena una batería de comentarios –críticos- acerca del cuerpo y las partes del cuerpo que se muestran en las imágenes publicadas. Incluso los mismos protagonistas de las fotos hacen comentarios sobre su propia imagen, además de lo que comentan los demás. Aparece con frecuencia el uso de una palabra “defo” (de deforme) para llamarse, o para hablar de sí mismos. Surge como relevante la **valoración de la buena apariencia e imagen personal, buscando la confirmación del buen aspecto a través de los comentarios**. La expectativa de gustar está en el centro.
- Abundan las **autofotos individuales** (tomadas con celulares, frente al espejo o con cámara); también hay muchas fotos de grupos pequeños. Son frecuentes las fotos en el colegio.
- **Las chicas aparecen en dos prácticas cotidianas** que terminan automáticamente publicadas en Facebook: la principal es la de realizar **sesiones de fotos** en la casa de alguna de ellas, maquilladas, probándose ropa, en poses seductoras; y minoritariamente -algunos casos- **comprándose ropa** en locales. También aparecen “jugando” al modelaje. En estas sesiones de fotos, las más provocativas generan comentarios de los varones.
- Ante las fotos “sexys” de las chicas -se observan , pocos casos de chicos en ropa interior o mostrando partes del cuerpo más privadas- pudimos hallar **comentarios**

con contenido sexual y/o agresivo; observamos el caso de una chica que publicó fotos posando en ropa interior y que recibió comentarios agresivos sexuales por parte de un adulto.

- En las fotos, tiene un lugar central el **grupo de amigos (grupo de pertenencia)**, que comienza con el grupo del colegio: hay juegos, “preguntas entre amigos” y encuestas que ellos mismos crean para los integrantes de su grupo. Como juego, hay imágenes en que tienen que completar con los nombres de los amigos: *...Todos tenemos un/a amigo/a: cantante, colgado, nerd, rasta, que no vemos hace mucho, tetona, divertido...*
- La totalidad de los adolescentes de la muestra **etiquetan las fotos** que publican, con el nombre y apellido de sus amigos. En muchas oportunidades, esta acción genera conflictos y conversaciones, por ejemplo, cuando alguien no quiere que se publique tal o cual foto con su nombre, ya sea porque no les gustó cómo se ve, o que la misma puede generarle conflictos por otros motivos: *...no me agrada esta foto...habrá posibilidad de q la eliminemos?* Podemos pensar que el etiquetado afirma la pertenencia al grupo, cuando no entra en conflicto con la necesidad de “dar bien”, o exponer ciertas situaciones.

5.1.5. TESTS

- Las mujeres suelen realizar **tests y quiz acerca de “lo femenino”**: *si saben besar; si son lindas; si son fieles; cómo se van a llamar sus hijos; cómo va a ser su vestido de novia; si son sexys; qué piensan los chicos de ellas; etc.* La mayoría de los tests son **autorreferenciales**: *qué les gusta a los hombres de ti; cuán histérica sos, qué don posees, qué parte de Marilyn llevas adentro, qué pecado capital sos.*
- Los varones suelen realizar **tests y quiz relacionados con deportes**, y específicamente, en nuestra muestra, fútbol y rugby: *¿Qué tipo de jugador de fútbol sos?; ¿En qué posición deberías jugar?; ¿Cuánto sabés de fútbol mundial?* También responden más “trivias” que las mujeres.



5.2. Otras prácticas en el uso de Facebook

- Los adolescentes de la franja de 13 a 15 años -y en mayor número las mujeres- suelen hacer más actividades en relación al grupo de amigos mediante el uso de aplicaciones como: “Preguntas sobre amigos”, “Friend secrets”, “Imágenes para etiquetar amigos” (Ej: *Escribe algo que hayamos vivido juntos*).
- En cuanto al lenguaje utilizado, se observa un **uso del lenguaje abreviado, con la ortografía modificada, característico del MSN y del celular** (que requieren abreviar las palabras por la rapidez que requiere escribir o la escasez de caracteres posibles de tipear), “importados” de dichas prácticas- ya que no son necesarios en Facebook- y que se caracteriza también por el **vértigo y la exageración**: muchos signos de exclamación o interrogación y emoticones.
- Por lo general, no hay un lenguaje agresivo (con intencionalidad agresiva), excepto en muy pocos casos. En cambio, sí puede observarse el uso de términos que pueden considerarse agresivos (las vulgarmente llamadas “malas palabras” en el lenguaje común), pero que son propias de la comunicación entre los adolescentes.
- La **actualización del “estado”** suele tener relación con las acciones y actividades de los usuarios (Ej: *Se fue a noniar; Se fue al cole*); con su estado de ánimo (Ej: *Feliz; triste; cansada; aburrido*) o con quién está en ese momento (Ej: *con popi y titi*). En términos generales, los adolescentes de 16 a 18 años -y dentro de esta franja, las mujeres- actualizan más frecuentemente su “estado” que los varones.
- En la opción donde deben colocar “Intereses” o “Actividades”, quienes contestan hacen énfasis en las tecnologías (Ej: *la compu, MSN, internet, Facebook*).
- En general las chicas usan un mayor número de aplicaciones diferentes: Muro, Fotos, Videos, Notas, Tests, Regalos. A su vez, usan con mayor frecuencia Tests, Notas y Regalos, mientras que los varones hacen más uso de Juegos y Tests.
- Al parecer no utilizan -o lo hacen poco- el sistema de chat del Facebook. Cuando quieren hablar en privado, pasan a vía MSN (Ej: *Pasemos al MSN*).

5.3. Seguridad y publicación de datos

- Se observa la **ausencia de los padres y de otros adultos en el Facebook de los adolescentes**, tanto en el rol de “amigos”, como en las fotos publicadas. Los adultos aparecen sólo cuando es inevitable -por ejemplo, en las fotos de las fiestas de 15 años-, pero aún en las fotos de vacaciones, los chicos aparecen solos, sin abundar las fotos familiares. Además cuando hay fotos con adultos, los mismos no son etiquetados; es indudable que funcionan como personas externas al grupo de amigos.
- En la franja de 13 a 15 años **se observa mayor presencia de la familia**. Muchos -sobre todo los varones- tienen fotos familiares y sobre deportes.
- **No se observa un cuidado especial al publicar datos personales** en el perfil de Facebook.
- Casi todos los chicos y chicas **publican su nombre completo, colegio, localidad, fecha de nacimiento y mail, como parte de su información personal**. Si bien publicar este tipo de información personal es parte de la lógica de las redes sociales, y de Facebook como tal, refuerza el hecho de la necesidad de orientación adulta en cuanto a la importancia de preservar la identidad como forma de prevención de situaciones de riesgo. Aún más, si los datos previos se combinan con los que siguen:
 - En muchos perfiles, los adolescentes **publican su teléfono celular** entre sus datos personales -más mujeres que varones-. En el grupo de 13 a 15 años, lo hace un **17%** de los adolescentes.
 - En contadas oportunidades, publican, además, **el número de teléfono fijo y la dirección de su casa o country donde viven**.
 - En casi la totalidad de los casos, los chicos y chicas **publican fotos de su casa** -seguramente, sin el conocimiento de sus padres-, lo cual no supondría un factor de riesgo, si no fuera por su articulación potencial con el resto de los datos publicados.
 - Hay una considerable **exposición de actividades, imágenes, situaciones y conversaciones sobre temas privados**, ya sea entre novios, entre amigas, amigos, etc.. Esto se produce en los muros, en los comentarios a fotos, en los comentarios en los grupos, etc..
 - Los y las adolescentes de 13 a 15 años suelen responder preguntas sobre

sí mismos -de estilo autoentrevistas- mediante la aplicación “Notas” (Ej: *25 cosas sobre mí. Fem. 13-15 años*)

- En ocasiones, los Test solicitan información personal –por ejemplo, “gustos e intereses”, pero también otros datos más sensibles- que son facilitados por los y las adolescentes.
- En la franja de edad entre 13 y 15 años, hay muchos casos de adolescentes que publican el diminutivo de su nombre más el apellido (Ej: *Mica, Nico*). Conforme avanzan en edad, escriben su nombre completo. En unos pocos casos, registran nombres de ficción.
- En algunas oportunidades aparecen en los comentarios de los adolescentes, usuarios al parecer ajenos a su grupo de pertenencia, que expresan comentarios poco pertinentes o agresivos. Es de suponer que, en algún momento, han sido aceptados como “amigos” sin mayor restricción.

6. CONSIDERACIONES FINALES

En el presente estudio, se hace evidente que casi la totalidad de los adolescentes de la muestra parece no percibir la diferencia entre las características y circunstancias de un espacio público y un espacio privado; o bien consideran que la información que proveen a través de Facebook sólo está al alcance de amigos y conocidos.

Sin embargo, hay señales que indican que sus perfiles incluyen a personas que no han sido parte de sus vidas. En consecuencia, podría inferirse, que por parte de los y las adolescentes no existe una adecuada noción del alcance y proyección en tiempo y espacio de aquello que publican en la red.

Esta circunstancia implica una importante diferencia respecto a sus vidas en el mundo “real”, donde las redes sociales suponen una aproximación, presencia y conocimiento de sus nodos, hasta constituirse como tales. Diferencia que se potencia por el hecho esencial de la ausencia adulta en la red de su “mundo Facebook”.

Son adolescentes que han nacido entre las nuevas tecnologías y que las viven como naturales, expresándose a través de éstas, constituyendo espacios y desarrollando prácticas que, en mucho, se emparentan con el entretenimiento y la diversión, propios de su edad, sin tener en cuenta la posibilidad de un arrepentimiento ulterior por las consecuencias que pudiera acarrearles la publicación de cierta información personal, en tanto pérdida de la intimidad.

Por otra parte, *Boyd y Ellison (2007)* ilustraron acerca de distintas estrategias de los adolescentes para protegerse, no de extraños, sino de sus propios padres. Y reflexionaron en sus estudios sobre el uso, por parte de adolescentes, de este tipo de sitios como lugares “seguros” desde los que poner a prueba situaciones difíciles off-line, como podrían ser las citas, el flirteo, la construcción del propio status social, decidir qué imagen mostrar⁽¹⁵⁾. Asimismo, como señala *Michele Strano (2008)*, la presión de sus pares para participar

15- Boyd y Ellison (2007) Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship.
<http://jcmc.indiana.edu/vol13>

de las redes sociales virtuales es importante y decisiva (Ej: “no quedar afuera”, “porque todos los demás lo están haciendo”)⁽¹⁶⁾.

Respecto a la privacidad, observamos que los adolescentes, en sintonía con lo señalado por *Acquisti y Gross* (2006), revelan más de lo conveniente. Lo que sería un signo de confianza de su parte, tanto como del interés por ser encontrado y la recompensa emocional que de ello derivaría⁽¹⁷⁾. *Jones y Soltren* (2005) agregan además que Facebook no toma las precauciones necesarias para proteger la privacidad y que existen terceras partes que buscan activamente la información de los usuarios⁽¹⁸⁾.

Como señala el Informe Ofcom (2008), “Privacidad” y “Seguridad”, son conceptos que han cambiado con la aparición de las redes sociales en Internet⁽¹⁹⁾. Existiendo, además, cierta desavenencia entre la percepción de padres e hijos sobre el control que ejercen los adultos, quienes dicen estar más presentes de lo que refieren los adolescentes. También en este estudio -como en el nuestro- los “amigos” de las redes virtuales van más allá de los “amigos” del mundo real, atendiendo su número.

Por otra parte, la investigación cualitativa del mencionado informe, expuso que “los usuarios no eran conscientes de los riesgos asociados a este tipo de acciones”, concepto al que nuestro estudio nos lleva a adherir. En esta percepción, pueden colaborar los sentimientos de omnipotencia, propios de esta etapa de la vida adolescente, y la idea de que los riesgos -de presentarse- podrían ser enfrentados con facilidad.

Para finalizar, es evidente que los “mundos virtuales”, por un lado, continúan los “mundos reales”, en la medida en que los extienden y los proyectan; y, por otro, que, sus propias características nos demandan una nueva atención e interpelan nuestra capacidad de análisis y comprensión de los hechos sociales tal cual en ellos se presentan.

16- Strano M. (2008) User Descriptions and Interpretations of Self-Presentation through Facebook Profile Images. [http://www.cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2008110402&article=\(search%20in%20issues](http://www.cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2008110402&article=(search%20in%20issues)

17- Acquisti A. y Gross R. (2006) Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook. <http://www.springerlink.com/content/gxoon8nh88252822/>

18- Jones H.y. Soltren J.H (2005) Facebook: Threats to Privacy. <http://groups.csail.mit.edu/mac/classes/6.805/student-papers/fallos-papers/facebook.pdf>

19- Ofcom (2008) Social Networking. A quantitative and qualitative research report into attitudes, behaviours and use. http://www.ofcom.org.uk/advice/media_literacy/medlitpub/medlitpubrss/socialnetworking/report.pdf

Extracto versión en español: <http://www.dreig.eu/caparazon/2009/02/09/actitudes-comportamiento-usos-clasificacion-de-los-usuarios-de-las-redes-sociales/>

En este sentido, los tradicionales conflictos de la sociedad y las generaciones que conviven en ella, tanto como la aparición de nuevas escenas mediadas por la potencia tecnológica, fortalecen nuestra convicción que -en tanto padres y adultos- nuestra presencia activa y comprometida es fundamental para el presente y futuro de las nuevas generaciones. Asimismo nos lleva a subrayar la necesidad de seguir atentamente el desarrollo de estos fenómenos sociales emergentes, para ir *pari passu*, generando los necesarios recursos que nos permitan ayudarles a construir, con gradual autonomía, sus caminos en un mundo crecientemente complejo.

7. RECOMENDACIONES

7.1. En relación al uso de Internet

Para comenzar, no es ocioso retomar las recomendaciones relacionadas al uso de Internet en general. En este sentido, repasamos brevemente algunas sugerencias a las que se arribó a partir del estudio *“Chic@s y Tecnologías: Usos y Costumbres de los niños, niñas y adolescentes con las TIC”*⁽²⁰⁾ (2008), que nos parece hacen a un marco siempre presente.

- Promover prácticas de autocuidado en niños y adolescentes, a fin de que ellos mismos identifiquen las conductas y los factores de riesgo, favoreciendo su participación activa en acciones diseñadas especialmente para cada contexto y edad.
- Incluir –tanto en los programas curriculares de escuelas primarias como de escuelas medias- proyectos sobre el uso responsable de las tecnologías, como un eje temático transversal y no específicamente del área de informática, asociado a contenidos de ética y formación ciudadana. De esta manera se busca incorporar los conflictos que aparecen en los entornos virtuales (por ejemplo, violencia y discriminación a través de las nuevas tecnologías, como son los casos de ciberbullying, sexting, y otros) y abordarlos en la escuela.
- Favorecer el acercamiento de padres y madres al uso de las tecnologías y promover el diálogo con sus hijos e hijas.

En este marco, ya orientados a Facebook (y las redes sociales), es razonable considerar lo que Facebook mismo nos dice al respecto:

7.2. En relación al uso de Facebook

Facebook dirige recomendaciones a los usuarios en general que son especialmente importantes en cuanto a niñas y niños se refiere. A continuación citamos algunas de ellas:

Recuerda que aunque la utilización de nombres falsos incumple las condiciones de uso de Facebook, hay personas que no siempre son quienes dicen ser. Sé siempre cauteloso al enviar o aceptar solicitudes de amistad de personas que no conoces. Además, recuerda que es peligroso citarse en persona con alguien que no conoces a través de amigos⁽²¹⁾.

- *Nunca compartas tu contraseña con nadie.*
- *Ajusta la configuración de seguridad al nivel con el que te sientas a gusto y revísala a menudo.*
- *Sé prudente a la hora de publicar y compartir información personal, en particular datos que podrían utilizarse para identificarte o ubicarte fuera de Internet, como tu dirección o tu número de teléfono.*
- *Denuncia el contenido o los usuarios que incumplan las Condiciones de uso.*
- *Bloquea y denuncia a cualquier persona que te envíe mensajes no deseados o inapropiados.*

En un todo de acuerdo con las recomendaciones que Facebook sugiere a sus usuarios, por nuestra parte sugerimos a Facebook, una mejor y más clara organización de los contenidos de “Ayuda”, “Seguridad” y “Privacidad”, que incluyen los puntos anteriormente mencionados; facilitar especialmente a los usuarios su ubicación dentro de la página, evitando la accesibilidad de hacer varios clicks y una búsqueda intensiva para hallarlos, desventajosa para un usuario no avezado. Por la importancia de estas recomendaciones, entonces, sería conveniente una reconfiguración para que las mismas tengan la visibilidad necesaria.

Algo similar, podemos sugerir en relación a la política de configuración de los Perfiles. Facebook es claro respecto a cómo proceder para resguardar la privacidad:

Facebook te ayuda a compartir información con tus amigos y las personas que te rodean. Tú eliges qué pones en tu perfil, como tu información de contacto, datos personales, fotos, intereses y grupos a los que te unes. Además, controlas con qué usuarios deseas compartir dicha información mediante la configuración de privacidad de la página Privacidad.

21- Facebook <http://www.facebook.com/safety/>

ANEXO I

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES CONSULTADAS AL COMENZAR EL ESTUDIO

- Chicos.net (2008) Investigación *Chic@s y Tecnologías: Usos y Costumbres de los niños, niñas y adolescentes en relación a las tecnologías de la información y la comunicación*.
http://www.chicos.net/internetsegura/pdfs/chicosytecnologia_junio09.pdf
- Balardini, Sergio (2002) *Jóvenes, tecnología, participación y consumo*.
<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cyg/juventud/balardini.doc>
- Balardini, Sergio (2006) *Impacto y transformaciones de la cultura escolar ante la inclusión de las tecnologías de la información y la comunicación*.
- Carrier y Asociados (2009) *Nativos al poder*.
http://www.carrieryasoc.com/index.php?option=com_content&view=article&id=634:nativos-al-poder&catid=32:negocios&Itemid=27
- Dabas, Elina (1998) *Redes Sociales, Familia y Escuela*. Ed. Paidós. Buenos Aires.
www.proyectojuventud.com.ar/tics/Subjetividades_juveniles_tecnocultura.pdf
- INDEC (marzo 2009). *Accesos a internet*.
http://www.indec.gov.ar/nuevaweb/cuadros/14/internet_03_09.pdf
- Levis, Diego (1998) *Computadoras y redes en la educación*.
www.diegolevis.com.ar/secciones/Articulos/Computadoras%20y%20redes.pdf
- Levis, Diego (2005) *Amores en Red. Relaciones afectivas en Internet: buscando salir del círculo de la soledad*. Ed. Prometeo. Buenos Aires.
- Ministerio De Desarrollo Social (MDS). Dirección Nacional de Juventud (2002). *Manual de Herramientas de Gestión para el Desarrollo de ONGs*. MDS. Buenos Aires.
- Prensky, Marc (2001) *The death of command and control*.
<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-SNS-01-20-04.pdf>
- Prensky, Marc (2001) *Digital Natives, Digital Immigrants*.
www.marcprensky.com
- Urresti, Marcelo (2008) *Ciberculturas juveniles: vida cotidiana, subjetividad y pertenencia entre los jóvenes ante el impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información*. Ed. La Crujía. Buenos Aires.

FUENTES DE INFORMACIÓN / BIBLIOGRAFÍA SOBRE FACEBOOK RELEVADA EN EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN

1. Videos

Commoncraft.com (2007) *Social Networking in plain English.*

http://www.youtube.com/watch?v=6a_KF7TYKvc

<http://www.youtube.com/watch?v=Jos7CADwzss&feature=related> (subtitulado en español)

<http://www.youtube.com/watch?v=klln71HuAFQ&feature=related> (en español)

Blake, Robin (2008) *OfCom's research on Social Networks.*

<http://www.youtube.com/watch?v=ochVbMyRdQ4>

2. Artículos de índole académica

Jones y Soltren (2005) *Facebook: Threats to Privacy.*

<http://www.swiss.ai.mit.edu/classes/6.805/student-papers/fallos-papers/facebook.pdf>

Lampe, Ellison y Steinfield (2006) *A Face (book) in the crowd: social Searching vs. social browsing.*

<http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1180875.1180901>

Lampe, Ellison y Steinfield (2006) *A familiar face (book): profile elements as signals in an online social network.* <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1240695>

Joinson, A. N. (2008) *Looking at, looking up or keeping up with people?: Motives and Use of Facebook.* <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1357054.1357213>

Govani, T. y Pashley, H. (2006) *Student awareness of the privacy implications when using Facebook.* <http://lorrie.cranor.org/courses/fa05/tubzhlp.pdf>

Stutzman, F. (2006) *Student life on the Facebook.*

http://fredstutzman.com/pubs/stutzman_wp3.pdf

Dimicco, J. M. y Millen D.R. (2007) *Identity management: multiple presentations of self in Facebook.* <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1316624.1316682>

Lampe, Ellison y Steinfield (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.* <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>



de Ugarte, D. (2004) *Breve Historia del análisis de redes sociales*.

http://www.deugarte.com/gomi/historia_del_analisis_de_redes_sociales.pdf

Strano, M. (2008) *User Descriptions and Interpretations of Self-Presentation through Facebook Profile Images*.

[http://www.cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2008110402&article=\(search%20in%20issues\)](http://www.cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2008110402&article=(search%20in%20issues))

Shah, K. (2008) *Talking With Friends*.

http://intranet.cs.man.ac.uk/Intranet_subweb/library/3yrep/2008/5731213.pdf

Vitak, J. (2008) *Facebook “Friends”: How Online Identities Impact Offline Relationships*.

<http://aladinrc.wrlc.org/dspace/handle/1961/4433>

De La Presa, A. (2009) *Pequeño estudio sobre redes sociales*.

<http://www.scribd.com/doc/10933939/Redes-Sociales>

Boyd, D. M. y. Ellison, N. B (2007) *Social network sites: Definition, history, and scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11.

<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>

Lenhart ,A y Madden, M (2007) *Social Networking Websites and Teens: An Overview*. *Pew Internet and American Life Project*. www.pewinternet.org

Millwood Hargrave, A., Livingstone, S. y Brake, D. (2007) *Ofcom’s submission to the Byron Review*. <http://www.ofcom.org.uk/research/telecoms/reports/byron/annex6.pdf>

Wellman, B. (1996) *For a Social Network Analysis of Computer Networks: A Sociological Perspective on Collaborative Work and Virtual Community*.

<http://www.ischool.utexas.edu/~i385q/readings/Wellman-1996-ForASocial.pdf>

Soltren, J. H. (2005) *Facebook: Threats to Privacy*. *Harvey Jones*.

<http://groups.csail.mit.edu/mac/classes/6.805/student-papers/fal05-papers-old/facebook.pdf>

Muñoz, I. (2009) *Mi Facebook Y Yo – Yo Y Mi Facebook (O Quizá Viceversa)*. Trabajo Final del Curso Networking.

Foro Generaciones interactivas (2009) *Cyberbulling, estudio comparado*. <http://www.generacionesinteractivas.org/?p=1377>

Balaguer Prestes, R. (2009) *Facebook, y las ()timidades*. http://www.facebook.com/roberto.balaguer?ref=ts#/note.php?note_id=101937874776

Baloum, K. M. (2006) *Inside Facebook, life, work and visions of greatness*. <http://fbbook.com/>

Acquisti, A. y Gross, R. (2006) *Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook*. <http://www.springerlink.com/content/gxoon8nh88252822/>

de Ugarte, D. (2007) *El Poder de las Redes*. http://www.deugarte.com/gomi/el_poder_de_las_redes.pdf

Jones, S. (1999) *Doing Internet research: critical issues and methods for examining the net*. http://books.google.com.ar/books?id=15SksRiDfo4C&dq=social+network+studies&lr=&source=gbs_summary_s&cad=o

Research on Social Network Sites . <http://www.danah.org/SNSResearch.html>

3. Slide share / Presentaciones

Fabernovel Consulting (2007) *Facebook: The “social media” revolution*. <http://www.slideshare.net/misteroo/facebook-analysis-and-study>

Walther, Van Der Heide, Kim, Westerman y Tong (2008) *Facebook Friends*. <http://www.slideshare.net/corinnew/facebook-study-on-online-identity>

C. Li. Forrester Research (2007) *Big Brands & Facebook: Demographics, Case Studies & Best Practices*. <http://www.slideshare.net/charleneli/big-brands-facebook-demographics-case-studies-best-practices>

Cátedra Procesamiento de Datos (2009) *El Proyecto Facebook. Facebook como analizador social*. Universidad de Buenos Aires. <http://www.slideshare.net/apiscite/facebook-como-analizador-social>



Practical Participation Social Networking and young people. <http://www.slideshare.net/timdavies/york-childrens-trust-safer-social-networking-sessions>

Curbelo, Aury. *El uso de Facebook en la educación* <http://www.slideshare.net/acurbelo/facebook-en-la-educacin-experiencias-de-uso>

4. Blogs

Gabbay, N. (5/11/2006) *Facebook Case Study: Offline behavior drives online usage.* <http://www.startup-review.com/blog/facebook-case-study-offline-behavior-drives-online-usage.php>

Cuaresma, S. B. (12/10/2007) *Comparativa de redes sociales: Facebook, LinkedIn, Myspace, Xing, Orkut, Neurona, eConozco.* <http://www.marblestation.com/blog/?p=631>

Owyang, J. (17/08/2007) *Estadísticas sobre Facebook.* <http://www.web-strategist.com/blog/2007/08/17/the-numbers-from-facebook-themselves/>

Ford, Judy. *How to Monitor a Teen's Facebook Page.* http://www.ehow.com/how_2086592_monitor-teens-facebook-page.html

Gonzalez, N. Tech Crunch (6/07/2007) *Facebook Users Up 89% Over Last Year; Demographic Shift.* <http://www.techcrunch.com/2007/07/06/facebook-users-up-89-over-last-year-demographic-shift/>

Schonfeld, E. Tech Crunch (28/11/2007) *Social Site Rankings.* <http://www.techcrunch.com/2007/11/28/social-site-rankings-october-2007/>

Reig, D. Elcaparazón.net consultoría. *Actitudes, comportamientos, usos, clasificación de los usuarios de las redes sociales.* <http://www.dreig.eu/caparazon/2009/02/09/actitudes-comportamiento-usos-clasificacion-de-los-usuarios-de-las-redes-sociales/>

5. Blogs dedicados a Facebook

Cuesta Arza, Gabriel. Faceblog. <http://blogfacebook.gabrielcuesta.com/>

Facebook Noticias.com <http://www.facebooknoticias.com/2009>

Inside Facebook. <http://www.insidefacebook.com/>

All Facebook. <http://www.allfacebook.com/>

The Facebook blog. <http://blog.facebook.com/>

Gonzalez, N. Checkfacebook.com. *Herramienta demográfica basada en el sistema de publicidad de Facebook*. <http://checkfacebook.com/>

6. Reportes de investigaciones institucionales

Ofcom (2008) *Social Networking: A quantitative and qualitative research report into attitudes, behaviors and use*. www.ofcom.org.uk

Byron, T. (2008) *The Report of the Byron Review: Safer Children in a Digital World*. <http://www.dcsf.gov.uk/byronreview/pdfs/Final%20Report%20Bookmarked.pdf>

The Internet Safety Technical Task Force (2008) *Enhancing Child Safety and Online Technologies*. <http://cyber.law.harvard.edu/pubrelease/isttf/>

7. Artículos periodísticos acerca de Facebook y otros relacionados

Clarín (10/05/2009) *El "sexting" crece a pesar de sus peligros*. <http://www.clarin.com/diario/2009/05/10/um/m-01915380.htm>

Clarín (18/03/2009) *Denuncian a un grupo de Facebook en el que se burlan de una discapacitada*. <http://www.clarin.com/diario/2009/03/18/um/m-01879780.htm>

Clarín (24/03/2009) *Sigue la polémica en un caso por discriminación a una sordomuda en Facebook*. <http://www.clarin.com/diario/2009/03/24/um/m-01883819.htm>

INADI, Delegación Buenos Aires (24/3/2009) *El odio: la otra cara de las redes sociales*. http://delegaciones.inadi.gov.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=1414:la-nacion-el-odio-la-otra-cara-de-las-redes-sociales&catid=64:actividades&Itemid=165

8. Sobre Facebook dentro de Facebook.com

Facebook Academic Research. <http://www.facebook.com/group.php?gid=5114067727>

Facebook. Estadísticas globales (oficial). <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>



ANEXO II

MATRIZ DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Amistades contactos	Lectura del Muro	Lectura del Estado	Observación de fotos	Uso de aplicaciones	Adhesión a grupos	Información personal	Observaciones
Cantidad de contactos; pares o adultos; del mismo /diferente sexo.	Análisis de contenido (cuestiones privadas, “sensibles” o públicas, interaccional o monologal), frecuencia de publicación.	Análisis de contenido (ánimo, haceres, opiniones, externalidades.	Cantidad de fotos, situación que expone la foto (personales, grupos de amigos, contenido agresivo, contenido sexual, provocativas/transgresoras); si están etiquetadas (interacción con terceros; separación clara o no, de lo público y lo privado); comentarios.	Juegos y tests (género: deportivo, musical, etc.); características de la aplicación.	Identificación, gustos e intereses (grupos de pares, pertenencia –en particular relacionados con la escuela-); ideológicos (reclamos/protestas -sociopolíticas; socioambientales; discriminatorios).	Publica o no publica. Estructural (nombre, apellido, sexo, edad, mail, teléfono, dirección) Subjetiva: gustos e intereses. Estado sentimental. Religión e ideología política.	Características del lenguaje utilizado: estructura clásica o estilo sms. Contenido: si hay o no contenido sexual o agresivo.

ANEXO III

PERFIL DE FACEBOOK

A continuación se transcriben los textos que el equipo de investigación colocó en los dos perfiles de Facebook que creó para realizar este estudio.

Los nombres de los perfiles fueron: **Investigación Chicos.net I** e **Investigación Chicos.net II**

Recuadro del perfil:

¿Tenés entre 13 y 18 años? Podés colaborar en la investigación que Chicos.net está realizando sobre Facebook. Sumádotte, nos ayudás a responder a la pregunta “¿Qué hace la gente en Facebook?”

Información brindada:

“Hacia un entendimiento de la interacción de los adolescentes con los dispositivos de la Web 2.0”

Generando conocimiento sobre los usos y costumbres de la generación digital con las TIC.

Las nuevas tecnologías, afectan los modos de relación de los/as chicos/as y los/as adolescentes: cómo estudian, cómo se entretienen, cómo sostienen lazos de amistad o amplían sus redes sociales. Mediante ellas, construyen su cotidianeidad y, en parte, sus mismas identidades. Las y los jóvenes de nuestros días viven en un paradigma cultural absolutamente diferente al de sus padres y las nuevas tecnologías contribuyen a la composición de ese nuevo mundo de experiencia. Estos cambios notables plantean nuevas preguntas para la relación con las generaciones adultas, sea en su rol como padres, sea en su rol como educadores.

Con el propósito de alcanzar un mayor conocimiento sobre las particularidades de los usos y las costumbres de las TIC en niños, niñas y adolescentes, Chicos.net ha llevado a cabo la investigación “Chic@s y tecnologías: Usos y Costumbres de los niños, niñas y adolescentes con las TIC” (2008), orientada a determinar la significación que adquiere la interacción mediada por tecnologías en esta



población, las modalidades de comunicación y expresión más utilizadas, la percepción de riesgo, las precauciones que se ponen en práctica y la identificación de elementos de vulnerabilidad.

Puede verse y bajarse la investigación concluida desde aquí:

http://www.chicos.net/asociacion/pdfs/investigacion_chicosytecnologia.pdf

Actualmente, Chicos.net se haya abocada al estudio de las interacciones que generan niñas, niños y adolescentes en el marco de las redes sociales virtuales.

Para ingresar a Chicos.net:

www.chicos.net

ANEXO IV

“PRINCIPIOS DE FACEBOOK” ⁽²⁶⁾

1. Privacidad

Tu privacidad es muy importante para nosotros. Hemos diseñado nuestra Política de privacidad para ayudarte a comprender cómo recopilamos y usamos la información que publicas en Facebook. Te animamos a que leas nuestra Política de privacidad y a que utilices la información que contiene con el fin de poder tomar decisiones fundamentadas.

2. Seguridad

Hacemos todo lo posible para hacer que Facebook sea un sitio seguro, pero no podemos garantizarlo. Necesitamos tu ayuda para lograrlo, lo que implica los siguientes compromisos:

- 2.1. No molestarás, intimidarás ni acosarás a ningún usuario.
- 2.2. No publicarás contenido que resulte hiriente, intimidatorio, pornográfico o que contenga desnudos o violencia gráfica o injustificada.
- 2.3. No desarrollarás ni harás uso de aplicaciones de terceros que contengan, publiquen o promocionen de cualquier otro modo contenido relacionado con el consumo de alcohol o de naturaleza adulta sin las restricciones de edad apropiadas.
- 2.4. No utilizarás Facebook para actos ilícitos, engañosos, malintencionados o discriminatorios.

3. Seguridad de la cuenta y registro

Los usuarios de Facebook proporcionan sus nombres e información reales y necesitamos tu colaboración para que siga siendo así. Éstos son algunos de los compromisos que aceptas en relación con el registro y mantenimiento de la seguridad de tu cuenta.

- 3.1 No proporcionarás información personal falsa en Facebook, ni crearás una cuenta para otras personas sin su autorización.
- 3.2 No utilizarás Facebook si eres menor de 13 años.
- 3.3 No utilizarás Facebook si has sido declarado culpable de un delito sexual.
- 3.4 Mantendrás la información de contacto exacta y actualizada.

26- Se tomaron de Facebook.com sólo los principios pertinentes a este estudio

4. Protección de los derechos de otras personas

Respetamos los derechos de otras personas y esperamos que tú hagas lo mismo.

4.1. No publicarás contenido ni realizarás ninguna acción en Facebook que infrinja los derechos de otros o que viole la ley de algún modo.

4.2. Podemos retirar cualquier contenido que publiques en Facebook si consideramos que viola esta Declaración.

4.3. Si recopilas información de usuarios: deberás obtener su consentimiento previo, dejar claro que eres tú (y no Facebook) quien recopila la información y publicar una política de privacidad que explique qué datos recopilas y cómo los usarás.

4.4. No publicarás los documentos de identificación ni información financiera de nadie en Facebook (como números de pasaporte, números de documento nacional de identidad y otra información financiera).

5. Links de Referencia

Principios de Facebook

15 de abril de 2009 a las 13:24.

http://www.facebook.com/note.php?note_id=183542805300

Declaración de derechos y responsabilidades

15 de abril de 2009 a las 13:15

http://www.facebook.com/note.php?note_id=183539185300

La respuesta a los comentarios sobre la Declaración de derechos y responsabilidades

15 de abril de 2009 a las 13:10

http://www.facebook.com/note.php?note_id=183536900300

La respuesta a los comentarios sobre los Principios de Facebook

15 de abril de 2009 a las 13:18

http://www.facebook.com/note.php?note_id=183540695300

Declaración de derechos y responsabilidades

Fecha de la última revisión: 1 de mayo de 2009

<http://www.facebook.com/terms.php?ref=pf#/terms/spanish.php>

OTRA INFORMACIÓN DE INTERÉS EN FACEBOOK

1. Servicio de Ayuda - Privacidad

¿Cómo puedo proteger mi privacidad?

Puedes personalizar tu configuración de privacidad en la página Privacidad. Desde aquí tienes un control total sobre quién puede ver todo tu contenido. Ten en cuenta que, como mucho, sólo tus amigos, sus amigos y la gente que está en tus redes pueden ver tu perfil completo. Si deseas ajustar quién puede encontrarte en las búsquedas y qué pueden ver o hacer con los resultados de éstas, simplemente edita la configuración de tu Privacidad de búsqueda. Finalmente, puedes usar la función Bloquear para finalizar toda interacción con un usuario en Facebook si introduces su nombre en el cuadro “Bloquear personas”. Cuando los encuentres en una búsqueda, haz clic en el enlace “Bloquear personas” a la derecha de su nombre. Ya no podrán encontrarte usando Facebook. <http://www.facebook.com/help.php?page=839>

2. Servicio de Ayuda - Advertencias

¿Elimina Facebook todos los elementos sobre los que se realizan denuncias?

Facebook revisa todas las denuncias que recibe para determinar si el contenido infringe o no nuestras condiciones de uso. Se eliminará cualquier contenido que se considere sexualmente explícito, violento, malicioso u ofensivo. La recepción de una advertencia sobre un elemento eliminado implica que dicho elemento infringía nuestras condiciones. <http://www.facebook.com/help.php?page=421>

3. Servicio de Ayuda - Seguridad

¿Cómo denuncio un abuso?

Facebook recomienda a todos los usuarios que usen los enlaces “Denunciar” cuando encuentren contenidos abusivos. En la mayoría de los casos, podrás encontrar el enlace “Denunciar” bajo el contenido. Si seleccionas este enlace, irás a un formulario en el que podrás especificar el tipo de abuso y redactar una denuncia detallada. Facebook investiga estas denuncias y determina si el contenido debe permanecer en el sitio o no. Todas las denuncias sobre abusos en Facebook son confidenciales.

Si observas abuso en el sitio, pero no puedes denunciarlo a través de los enlaces, ponte en contacto con nosotros aquí.



¿Qué sucede cuando denuncio a alguien?

Todas las denuncias sobre abusos en Facebook son confidenciales. El usuario al que denuncias no sabrá que lo hiciste. Después de enviar la denuncia, Facebook investigará el problema y determinará si el contenido debe permanecer en el sitio o no. En ciertas situaciones, las circunstancias requieren acciones más severas. Por ejemplo, es posible que los usuarios que infrinjan varias veces nuestras Condiciones de uso sean excluidos del sitio. Denuncia todos los abusos que observes en el sitio mediante un clic en el botón “Denunciar”, situado debajo del contenido.

¿Qué sucede si alguien me acosa/difama?

Recomendamos que bloquee a la persona agregando su nombre al cuadro “Bloquear personas” en la parte inferior de la página Privacidad. Si esto no resuelve el problema, ponte en contacto con nosotros aquí.

¿Cómo puedo denunciar contenido pornográfico en Facebook?

Puedes “denunciar” cualquier foto cuyo contenido consideres ofensivo (hay un enlace bajo la imagen). Facebook monitoreará estas quejas y eliminará las fotos según sea necesario. Todas las denuncias tendrán carácter confidencial. También puedes denunciarlo aquí.

4. Servicio de Ayuda - Registro

¿Cuál es la edad mínima necesaria para poder registrarse en Facebook? ¿Qué edad debes tener?

Para ser aptos para registrarse en Facebook, los usuarios deben tener trece (13) años o más.

<http://www.facebook.com/help.php?page=173>

5. Seguridad en Facebook

<http://es-la.facebook.com/safety/>

A pesar de los controles de seguridad y privacidad, Facebook no puede garantizar que el sitio esté completamente libre de contenido ofensivo, pornográfico, ilegal o inapropiado, ni que sus miembros no se encontrarán con conductas inapropiadas o ilegales por parte de otros miembros. Por lo tanto, es posible que encuentres dichos contenidos o conductas. Puedes ayudar a Facebook informándonos sobre desnudos, pornografía, contacto no deseado o acoso haciendo clic en el enlace “Denunciar” que encontrarás en las páginas del sitio web. Si las quejas se realizan de modo confidencial mediante esta herramienta, Facebook hará todo lo posible por eliminar el contenido o conducta ofensivos y por advertir (o si fuera necesario, impedir el acceso al sitio) a las personas que

transmitan dicho contenido o muestren dicha conducta, en las 24 horas siguientes a la recepción de la queja. Si las quejas sobre desnudos, pornografía, contacto no deseado o acoso se envían desde una dirección de correo electrónico independiente a abuse@facebook.com, Facebook acusará recibo de la queja y comenzará a tomar medidas durante las siguientes 24 horas. Al cabo de 72 horas de la recepción de tu mensaje como máximo, Facebook se pondrá en contacto contigo para informarte de los pasos que se han tomado en relación con tu queja.

** En la misma página, además, se proporciona un link externo: <http://www.krollisse.com/> **
“para contactar con el Independent Safety and Security Examiner (ISSE) con relación a los procedimientos de resolución de quejas de Facebook.”

ANEXO V

MIRADAS DESDE EL CAMPO

Para concluir, algunas reflexiones de las investigadoras en campo sobre sus impresiones al recorrer los perfiles de los adolescentes de la muestra.

I.- Por: Daniela Szpilbarg; Delfina Cabrera

Cuando comenzamos la lectura de los perfiles de Facebook que analizamos, teníamos pensadas algunas categorías que nos parecía interesante observar: qué publicaban los adolescentes en su *estado*, cuál era el modo en que utilizaban el *muro* que les servía de pantalla con sus pares, cuántas y qué tipo de imágenes aparecían en las *fotos* que publicaban, etc.

Pero a medida que nos enfocamos en la observación y lectura de los perfiles, para ver el modo en que los adolescentes utilizan esta herramienta - sumado a reuniones periódicas donde comentábamos las observaciones-, nuestra investigación (sin antecedentes) fue abriéndose y surgieron dos cuestiones: por un lado, niveles de análisis que *a priori* no nos resultaban particularmente interesantes o sobre los cuales teníamos algún tipo de opinión formada (por ejemplo, en relación al *lenguaje* de los chicos, lo imaginábamos diferente al del *chat*, por contar en Facebook con más tiempo para escribir); y, por otro lado, la misma observación, fue generando, “en cadena”, cuestiones que nos llamaron la atención y que provocaban el planteo de nuevas preguntas, que hicieron que tomáramos en cuenta otras observaciones, o que pusiéramos énfasis sobre algunos temas que hasta ese momento no habíamos considerado.

Como ejemplo de esta situación, el hecho que nos resultaba llamativo – y chocante, al principio- fue que algunos chicos compartieran su información *estructural* (es decir, su nombre y apellido, el colegio al que asistían, etc.) en el muro, (que después de todo es un lugar de información al que puede acceder todo aquel que sea “amigo”); o que muchos publicaran su número de teléfono celular, y en unos pocos casos, hasta la dirección de su casa, nos hizo ir pensando que este tipo de actitudes se relacionaban con el modo en que ellos perciben la herramienta Facebook. A nuestro entender los adolescentes viven el *lugar* Facebook como un lugar relativamente seguro. Esto, al mismo

tiempo, provocó que hiciéramos eje en la cantidad de amigos que tenían, suponiendo que si ellos publicaban sus datos, era porque compartían ese ámbito con un número relativamente pequeño de contactos, pero tampoco resultó ser así.

Incluso, en el caso de la cuenta que abrimos como “Investigación Chicos.net”, pudimos observar que los chicos tendieron a aceptar nuestra propuesta de amistad. En función de esto, nos preguntamos en qué medida funcionaba el ámbito Facebook como un lugar que permitía el desarrollo de nuevos vínculos, que pudieran eventualmente, tomar carácter real (suponiendo como pasaje de lo virtual a lo real la situación de la interacción *cara-a-cara*).

Esa dirección, nos llevó a observar en cada uno de los perfiles, con cuántos de los contactos –que generalmente eran cientos- mantenían algún tipo de comunicación cotidiana, y observamos que esta cantidad era reducida y bastante constante.

También la observación de los perfiles nos permitió acceder a nueva información y hacernos nuevas preguntas sobre el funcionamiento y los alcances de algunos de los servicios y aplicaciones de Facebook. Por ejemplo, en uno de los perfiles, su usuario se quejaba por el cambio de nombre de un grupo del que era miembro - los adolescentes pertenecen a grupos que están relacionados con sus intereses e identidades-. Los nombres de los grupos pueden ser cambiados súbitamente por el creador o moderador de un grupo, y los miembros quedan adheridos automáticamente a un grupo distinto al elegido en un principio.

En definitiva, la observación de los perfiles fue generando nuevos elementos a analizar que no estaban previstos de entrada y nuevas preguntas cuyas respuestas deberán ser profundizadas en próximas etapas de la investigación.



II.- Por: Tatiana Barrero

Sobre la moderación de contenidos y comentarios producidos por adolescentes:

Algunos chicos/as producen contenidos que atacan o discriminan a otras personas mediante la creación de grupos o la publicación de mensajes. Este fenómeno de la existencia de contenidos que hacen apología al odio o la discriminación ha encontrado nuevos cauces con la proliferación de las aplicaciones web 2.0. Sin embargo, no son solamente adolescentes los autores de este tipo de contenidos⁽²⁷⁾.

Aunque la idea de la ausencia de adultos que moderen los comentarios y comportamientos surge inmediata tras la observación de unos cuantos perfiles de adolescentes en Facebook, es necesario cuestionar si una participación mayor sería realmente efectiva. La vigilancia adulta en estos espacios, ¿no conduciría a un mayor ocultamiento de los espacios propios de los adolescentes en el mundo virtual?, más aún, ¿son los adultos los que tienen que encargarse de moderar las acciones de los adolescentes o más bien brindarles criterios para evaluar sus comportamientos y los contenidos que ellos o los mismos adultos publican en la red?

Sobre mensajes que reciben los chicos a través de los medios incluyendo la misma Red:

A partir de la observación de perfiles de adolescentes en Facebook, y ver la tendencia de muchas chicas a exhibirse y transmitir la imagen de sí mismas que desean ser, es lícito pensar en los mensajes que reciben hoy los chicos/as sobre lo que es 'ser mujer' y 'ser varón', y cómo estos inciden en los comportamientos, actitudes y formas de vincularse de niños, niñas y adolescentes⁽²⁸⁾. ¿Qué tan adecuados son los contenidos que brindan los medios de información? ¿Qué tipo de reflexión promueven los adultos sobre los mensajes que niños, niñas y adolescentes reciben?

27- Simon Wiesenthal Center (2009) News Releases

El informe del Centro Simon Wiesenthal se basa en páginas web problemáticas, grupos en redes sociales, portales, blogs, chats, vídeos y juegos que fomentan el odio en Internet, que promueven la violencia racial, el antisemitismo, la homofobia y el terrorismo. <http://www.wiesenthal.com/site/apps/nlnet/content2.aspx?c=lsKWLBpJLnF&b=4441467&ct=6994349>

28- Página 12 (19/12/2008) Hasta en la sopa.

<http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/las12/13-4581-2008-12-19.html>