



UNCUYO



Lic. Com. Social



Usos y abusos de las redes sociales en ARGENTINA

Campaña de Prevención



Miryam Cejas
Año 2014.

Directora: Lic. Nora Gimenez
Co Director: Lic. Daniel Peña

Índice

INTRODUCCIÓN.....	5
Capítulo 1: <i>Las nuevas tecnologías de la información</i>	
<i>Y comunicación: Impacto en la sociedad.</i>	
1.1. Las nuevas tecnologías de la información y comunicación A fines del siglo XX.....	11
1.2. Los momentos más importantes de Las nuevas tecnologías de la información.....	13
1.3 La sociedad de la información.....	17
1.4 Características fundamentales de la sociedad de la información.....	18
1.5 El impacto social de la sociedad de la información... ..	19
1.6 Tiempos de comunicación digital: Internet	
➤ ¿Qué es Internet?.....	20
➤ Internet: un espacio simbólico, un ciberespacio.....	22
➤ Internet: un espacio urbano.....	22
➤ Internet: impone una nueva estrella, el chat virtual.....	23
➤ Etapas en la evolución de Internet.....	25
➤ La expansión de Internet.....	28
Capítulo 2: <i>El protagonismo de las redes sociales</i>	
2.1. Las redes sociales: conceptos.....	30
2.2. Un poco de historia: teorías.....	32
2.3. Conclusiones.....	35
2.4. Conceptos fundamentales de las redes sociales.....	39
2.5. Cronología de la aparición de las redes sociales más populares.....	39
2.6. Clasificación de las redes sociales.....	41
2.7. Redes sociales y contenido	51
2.8. Descripción de las redes sociales más importantes.....	52

2.9. Términos usuales en las redes sociales.....	61
2.10. Estadísticas:	
➤ Las redes sociales que ganaron popularidad en Argentina.....	66
➤ Audiencias y tiempo dedicado a las redes	66
➤ Redes favoritas.....	67
2.11. Las redes sociales y los adolescentes.....	69
Capítulo 3: <i>Usos y abusos de las redes sociales</i>	
3.1. Distintos enfoques.....	72
3.1.1. <i>La Psicología y las redes sociales:</i>	
➤ <i>Aspecto negativo.....</i>	72
➤ <i>La adicción de los adolescentes.....</i>	74
➤ <i>Lo positivo de las redes sociales según la Psicología.....</i>	75
3.1.2. <i>Redes sociales y el enfoque de la lingüística.....</i>	76
3.2. Diversos usos de las redes sociales.....	79
3.2.1. <i>El uso de las redes sociales en los negocios.....</i>	79
➤ <i>Las ventajas de las redes sociales en las empresas.....</i>	80
➤ <i>Consejos prácticos para el uso de las redes sociales en las empresas.....</i>	81
3.2.2. <i>El uso de las redes sociales en la política.....</i>	85
➤ <i>¿Cómo influyen las redes sociales en la política?.....</i>	84
➤ <i>Las redes sociales elegidas por los políticos.....</i>	85
3.2.3. <i>El uso de las redes sociales en la educación.....</i>	88
➤ <i>Beneficios de las redes sociales para la educación.....</i>	90
➤ <i>Áreas involucradas en las redes sociales educativas.....</i>	91
3.3. Riesgos en las redes sociales.....	91
Grooming.....	91
➤ Tipos de acosadores.....	92
➤ Las fases del engaño.....	92
Bullyng.....	95
➤ La triada del bullyng.....	95

➤ Consecuencias del bullying.....	96
Phising.....	97
➤ Concepto.....	97
➤ Fases del Phising.....	99
➤ Consejos prácticos para evitar el phising.....	101
Sexting.....	101
➤ Consecuencias y riesgos del sexting.....	103
➤ Señales de alertas para los padres.....	104
➤ Consejos prácticos para los adolescentes.....	104
3.4. Conclusiones del capítulo.....	105
➤ Beneficios.....	105
➤ Riesgos.....	107
Capítulo 4: Campaña de prevención	
4.1. Campaña de Prevención.....	109
➤ Planteamiento del problema.....	109
4.2. Características de las Estrategias de Comunicación.....	110
4.3. Público objetivo: (Target).....	110
4.4. Duración de la Campaña.....	110
4.5. Estrategias de Comunicación.....	111
Conclusión.....	115
Anexos.....	117
Bibliografía.....	175

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas se ha producido un cambio radical en el modelo de comunicación tradicional, (los diarios, la televisión, la radio etc.), las nuevas tecnologías impactaron en la sociedad, y trajeron consigo innovadoras formas de comunicar.

La llegada de Internet transformó la vida por completo. Internet es un organismo vivo que crea un mundo paralelo, un ciberespacio, “un no lugar” sin fronteras geográficas. Un mundo que compite con el real.

Internet es un medio específico e intensamente urbano que se asemeja a las autopistas y avenidas de cualquier megalópolis contemporánea. Los cibernautas, deambulan por las páginas web, como si se tratara de las calles de una gran ciudad. Sin preocupaciones, sin miedos, totalmente abiertos a toda clase de aventura virtual.

La red se convirtió en el espacio propicio para el nacimiento y proliferación de las redes sociales, para algunos “la nueva moda, y para otros la revolución que trastocó los medios de comunicación”, sea cual sea nuestra postura, las redes sociales vinieron a quedarse y a modificar la vida cotidiana.

La sociedad posmoderna abrió gustosamente sus brazos para dar la bienvenida a estos nuevos desafíos y encontró en ellas un lugar para ser protagonistas y participar creativamente, interactuar, mejorar su comunicación, jugar, colgar fotos, compartir videos, conseguir trabajo, o encontrarse con amigos que casi habían desaparecido en el tiempo. Pero los usuarios están poco informados sobre los riesgos a los que se exponen en el uso de las redes y esto es realmente preocupante, dado que los niños y jóvenes tienen prácticamente su vida en la red. Pasan mucho tiempo sumergidos en su mundo virtual.

5

Muchos autores, críticos, han escrito libros, reflexiones, criticado o apoyado la aparición de las redes sociales. Mi presente trabajo no intenta hacer una

investigación exhaustiva sobre las redes sociales, porque sería casi imposible y no alcanzarían las hojas para escribir sobre ellas. Mi objetivo es:

- 1- Informar acerca de las redes sociales, su origen, desarrollo y su manera de imponerse en la sociedad.
- 2- Analizar cómo los cibernautas utilizan las redes sociales, el tiempo que le dedican.
- 3- Identificar las redes más populares.
- 4- Determinar los usos frecuentes y alertar sobre los abusos y consecuencias que suponen su mal uso.
- 5- Y por último establecer una campaña nacional de prevención bajo el slogan: **“NO permitas el ABUSO, RESPETA tu vida”...** Esta campaña intenta concientizar a niños y adolescentes los peligros que suponen el uso descuidado de las redes. Alertar sus conductas para que no sean seducidos, engañados por individuos indeseables que se encuentran a “la pesca” de incautos para lograr sus delitos y abusos.

Especialmente esta tesis está enfocada al segmento de la niñez y adolescencia, quienes pueden ser presa fácil de gente inescrupulosa. Es importante que toda la familia, se encuentre informada acerca de las nuevas tecnologías, y las diversas maneras de interactuar. Esta tesis es un sencillo estudio que intenta ayudar a personas comunes, otorgar información a padres y docentes acerca de los usos y abusos usuales en las redes sociales.

El trabajo se encuentra dividido en 4 partes. En la primera parte me dedico a examinar la aparición de las nuevas tecnologías, el nuevo paradigma tecnológico que transformó la visión de la realidad, de cómo pensamos, cómo vivimos y cómo soñamos. El advenimiento de Internet y la configuración de una sociedad de la información y sus consecuencias. En la segunda parte, mi enfoque es exclusivamente el protagonismo de las redes sociales, sus orígenes, su aparición en el tiempo, su descripción y clasificación. Las estadísticas

argentinas que muestran las redes favoritas de los usuarios y el tiempo de visita a cada página. En la tercera parte, mi análisis se interna en los usos de las redes sociales y los abusos que se cometen, los signos de alerta y consejos para padres y adolescentes. En la cuarta parte, presento mi campaña de prevención, que aspira alertar a los niños y jóvenes sobre los riesgos en el uso de las redes sociales. Por último incorporo un espacio para anexos, donde quedan a disposición del lector, notas sobre abusos, videos y curiosidades de las redes sociales que ayudarán a comprender mejor el tema.



Agradecimientos

En primer lugar, extiendo mi agradecimiento a DIOS, porque él ha sido mi fuerza y mi apoyo en los momentos más difíciles de mi vida, por que cuando parecía que mi carrera quedaba relegada al último lugar, él siempre se ocupó de resucitar mis sueños y deseos de estudiar. Y cada vez que parecía que no lo iba lograr, me susurraba al corazón: “TU PUEDES...LEVANTATE, SIGUE, SE VALIENTE, SE ESFORZADA, TIENES QUE TERMINAR”.

Hoy que estoy escribiendo mi tesis, viene a mi memoria imágenes de todo el proceso de aprendizaje, el poco tiempo disponible, el cansancio de muchas noches sin dormir, la responsabilidad de cada área de mi vida y siento caer algunas lagrimas y no ceso de decir:

“A Dios ¡toda la gloria!”

Mi segundo agradecimiento es para mí amado esposo, que se embarcó en mis sueños, y que sufrió mis prolongadas ausencias cuando tenía que preparar algún final.

También agradezco la paciencia, la benevolencia, la disposición de mis hijos que me ayudaron en todo lo que estaba a su alcance.

¡FAMILIA, LOS AMO!

También mi agradecimiento es para todos mis profesores que aportaron lo suyo y me guiaron en el proceso de aprendizaje, en especial, mis directores de mi Tesis, Nora y Daniel Peña quienes me ayudaron a concretar este último paso de mi estudio.

Además, considero importante destacar mi profundo agradecimiento a la Universidad Nacional de Cuyo, a la Facultad de Ciencias Políticas, su rector y directivos por brindarme la posibilidad de acceder a una enseñanza gratuita y permitirme el acceso a muchas becas.

Y mi último agradecimiento es para mi amiga y compañera de estudios Mariana Dichiara, de quien me llevo el mejor de los recuerdos...



CAPITULO 1

*NUEVAS TECNOLOGIAS DE LA
INFORMACION Y COMUNICACIÓN*

IMPACTO EN LA SOCIEDAD

1-1. Las nuevas tecnologías de la información y comunicación:

A fines del siglo XX

Durante el siglo XX las personas recibían la mayor parte de la información en forma oral, mediante cartas, radio, televisión, periódicos o a través de libros. Pero a fines de este siglo, se produjo una transformación radical en nuestra cultura material y en la forma de comunicarnos debido a la presencia de un nuevo paradigma tecnológico organizado en torno a las tecnologías de la información. Freeman-Soete afirma que este nuevo paradigma tecnológico consiste en:

"un conjunto interconectado de innovaciones tecnológicas, que han reducido drásticamente los costos de almacenaje, procesamiento y transmisión y difusión de la información, y que afectan al diseño, la gestión y el control de la producción de los servicios económicos en general". (1)

Los rasgos constitutivos de este paradigma son:

- ✚ El Primero de los rasgos tiene en cuenta a la información como materia prima. Todas las nuevas tecnologías se diseñan para actuar sobre la información.
- ✚ El segundo rasgo hace alusión a los efectos que producen las nuevas tecnologías, su impacto en la sociedad. Todas nuestras actividades diarias están moldeadas por la aparición de estas nuevas tecnologías.
- ✚ La tercera característica hace referencia a la lógica de interconexión o conjunto de relaciones que utilizan estas tecnologías.
- ✚ El cuarto rasgo se basa en la flexibilidad. El nuevo paradigma tecnológico tiene la capacidad para reconfigurarse, cambiar de arriba abajo las reglas sin destruir la organización.

(1) BLACH RIBAS, José María, ESPUNY TOMAS, María Jesús, DURAN, Carolina Gala, ARTILES, Antonio Martín. "Teoría de las relaciones laborales. Desafíos" Editorial: UOC Edición: 2003 Pág. 45

(1.1) Christopher Freeman: Economista británico uno de los principales representantes de la corriente económica nacida en los ochenta.

✚ La quinta característica de esta revolución tecnológica es la convergencia creciente de tecnologías específicas en un sistema altamente integrado.

Según Castells, ese conjunto de tecnologías que la componen son:

- las tecnologías de la microelectrónica,
- la informática (máquinas y software),
- las telecomunicaciones/televisión/radio/ y la optoelectrónica.

Y también incluye a la ingeniería genética, sus descubrimientos y sus nuevas aplicaciones. Se incorpora la ingeniería genética, porque ésta, ha concentrado sus estudios e investigaciones sobre la decodificación, manipulación y eventual reprogramación de los códigos de información de la materia viviente. Pero también debido a que, en los años 90, la biología, la electrónica, y la informática parecían estar convergiendo e interactuando en sus aplicaciones y en sus materiales.

El cuánto al empleo de las nuevas tecnologías de las telecomunicaciones en las últimas dos décadas ha pasado por tres etapas bien diferenciadas:

1. Automatización de las tareas.
2. Experimentación de los usos.
3. Reconfiguración de las aplicaciones. (2)

Según la opinión de Rosenberg, las dos primeras tuvieron su progreso debido al aprendizaje por uso. Y en la tercera etapa, los usuarios aprendieron tecnología creándolas y terminaron reconfigurando las redes y encontrando nuevas aplicaciones.

Las tecnologías de la información a lo largo del tiempo se fueron perfeccionando, con el objetivo de cubrir las necesidades de los usuarios. ZDnet, después de muchas investigaciones realizadas, ha elaborado una lista de los hitos más importantes de las tecnologías de la información, el mundo entero coincide con esta enumeración. Estos acontecimientos dan forma al panorama actual de la industria de la información:

1.2. Los momentos más importantes de las nuevas tecnologías de la información

- **Creación del lenguaje Cobol (1959)**

El lenguaje COBOL (acrónimo de **CO**mmun **B**usiness-**O**riented **L**anguage). El objetivo de su invención fue crear un lenguaje universal que pudiera ser usado en cualquier ordenador, ya que en los años 60 existían numerosos modelos de ordenadores incompatibles entre sí. Todavía en la actualidad existen máquinas que siguen utilizando las aplicaciones de este lenguaje.

- **El desarrollo de la ARPANET (1969)**

ARPANET fue la precursora de la moderna Internet. Para muchos de nosotros, Internet se remonta a los años 90, sin embargo, Internet es más antiguo, creció de la fusión de varias redes de ordenadores individuales, siendo la más antigua y la más influyente la llamada **Arpanet**.

Su origen se remonta al año 1966, la agencia ARPA (*Advanced Research Projects Agency*) tenía un programa con varias instituciones de investigación. La meta de ARPA era enlazar diferentes ordenadores, para mejorar la potencia general del procesamiento de los ordenadores, y descentralizar el almacenamiento de la información. La inquietud por este proyecto surge por parte de los Estados Unidos que buscaba una forma de acceso y distribución de información en casos de catástrofes, por ejemplo la explosión de una bomba nuclear.

El proyecto comenzó en 1968, cuando ARPA envió una petición a varias instituciones, solicitando ofertas para crear la primera red de área extensa (WAN). La firma BBN ganó la oferta para diseñar 4 máquinas procesadoras de mensajes que crearían comunicaciones abiertas entre los cuatro dispositivos diferentes, y en cuatro sistemas operativos distintos.

- **La creación de UNIX (1970)**

Unix, es un sistema operativo que admite varios usuarios, así como múltiples tareas, lo que significa que permite que un único equipo o multiprocesador se ejecuten simultáneamente varios programas a cargo de uno o varios usuarios.

Comenzó como un proyecto entre el MIT y AT&T Bell. Su mayor logro consistió en crear un entorno multiusuario, al ser el primer sistema operativo que permitía que más de un usuario accediera a la vez.

La comunicación con el sistema UNIX se da mediante un programa de control llamado SHELL. Este es un lenguaje de control, un intérprete, y un lenguaje de programación, cuyas características lo hacen sumamente flexible para las tareas de un centro de cómputo.

- **El primer ordenador portátil (1979)**

William Moggridge, que trabajaba para GRID Systems Corporation, diseñó el ordenador Compass, pero éste no apareció en el mercado hasta 1991, considerándose el primer ordenador portátil tipo 'clamshell'

- **El inicio del trabajo de Linus Torvalds en Linux (1991)**

En lo referente a ordenadores, la aparición de LINUX fue un momento importante en los avances tecnológicos, es un sistema operativo, compatible Unix. El sistema ha sido diseñado y programado por multitud de programadores alrededor del mundo. El núcleo del sistema sigue en continuo desarrollo bajo la supervisión de Linus Torvalds, de quien partió la idea, a principios de la década de los noventa. LINUX se distribuye bajo la GNU Public License: Ingles, por lo tanto, el código fuente tiene que estar siempre accesible.

Posee dos características muy peculiares que lo diferencian del resto de los sistemas, la primera, es que es libre, esto significa que no tenemos que pagar ningún tipo de licencia a ninguna casa desarrolladora de software por el uso del mismo, y la segunda, es que el sistema viene acompañado del código fuente. El sistema lo forman el núcleo del sistema (kernel) más un gran número de programas/ librerías que hacen posible su utilización.

- **La llegada de Windows 95**

Sin lugar a dudas, Windows 95 ha reformado el escritorio de la PC. **Windows 95** es un sistema operativo con interfaz grafica de usuarios híbrido de entre 16 y 32 bits. Fue lanzado al mercado el 24 de agosto por la empresa de software Microsoft marcando un gran índice de ventas. Durante su desarrollo se conoció como Windows 4 o por el nombre clave *Chicago*.

Se estandarizó por la barra de herramientas, el menú de inicio, los iconos y el área de notificación. Todos los sistemas operativos comenzarían a imitar este nuevo estándar.

- **La burbuja de las 'punto.com' (1990)**

La burbuja de Internet consiguió que una pequeña idea se convirtiera en un gran proyecto en la Red. Empresas como Amazon y Google no solo han conseguido sobrevivir a la explosión de la burbuja, si no que han conseguido tener una gran influencia sobre cómo las empresas se mueven en el mundo actual.

- **El regreso de Steve Jobs a Apple (1996)**

Steve Jobs Apple resurgió de su declive en el que estaba inmerso gracias a un nuevo producto el iPod, qué dio un vuelco al mercado de la tecnología de consumo y de la industria musical.

Sin Apple, no habría OSX, y todo el panorama de sistemas operativos se limitaría a Windows y Linux. No habría iPhone, y sin él ¿existirían los móviles táctiles?

- **La creación de Napster (1999)**

Napster es un servicio de distribución de archivos de música, en formato Mp3 .Sin Napster, el intercambio de archivos se habría adoptado de una forma totalmente diferente, esto también obligó a reformular los derechos digitales.

- **El inicio de la Wikipedia (2000)**

Según Wikipedia, se define como “enciclopedia, libre, poliglota, editada colaborativamente” es administrada por la fundación Wikipedia, organización sin fines de lucro. Wikipedia se ha convertido en una de las principales fuentes de información en Internet. ⁽³⁾

Estos hechos y el progreso de las tecnologías han cambiado la percepción del mundo que poseen los seres humanos, y la apreciación de nuestro entorno. Nuestra circunstancia ya no es el barrio, la ciudad donde vivimos, ni siquiera el país dónde estamos radicados, nuestro horizonte se ha vuelto planetario. Esto no quiere decir, que estamos en conocimiento de lo que sucede en el mundo, sino que a diario obtenemos una gran cantidad y variedad de mensajes de latitudes lejanas y a veces hasta desconocida para nosotros. Estos son los signos de la globalización y una nueva etapa llamada “la sociedad de la información”

(3.1)<http://www.publico.es/253890/los-10-momentos-mas-importantes-de-la-historia-de-las-tecnologias-de-la-informacion>)

(3.2)<http://www.unocero.com/2009/09/21/10-grandes-momentos-de-la-tecnologia/>

1.3. La sociedad de la información

Para algunos autores la llamada “era digital”, trajo como consecuencia “una sociedad de la información”. Este término surge en contraposición a “sociedad industrial”. El término “sociedad de la información” ha tenido mucho éxito y ha generado una gran expectación gracias a grandes campañas de marketing social que declaraban el fin de una etapa y el comienzo de nueva era que prometía grandes beneficios.

La sociedad industrial tuvo como rasgo predominante la industria y la producción de mercaderías en grandes escalas, se caracterizó por



innovaciones tecnológicas que ampliaban las capacidades físicas, mientras que la sociedad de la información, se ocupó de ampliar las capacidades intelectuales, se enfocó en el conocimiento y la información que regula la vida material de las sociedades actuales. Para Manuel Castells el

conocimiento no es lo central, sino más bien, la generación, procesamiento, y transmisión de la información, que son las fuentes fundamentales de la productividad y el poder, debido al uso de las nuevas tecnologías. (Castells 1999) (4)

(4.1) **CASTELLS**, Manuel *LA ERA DE LA INFORMACIÓN*, Economía, Sociedad y Cultura. Vol. 1. Editorial Alianza.Pag.47

(4.2)<http://www.ub.edu/prometheus21/articulos/obsciberprome/socinfoscon.pdf>

También señala que existe una estrecha relación entre los procesos sociales de creación y manipulación de símbolos (la cultura de la sociedad) y la capacidad de producir y distribuir bienes y servicios (las fuerzas productivas). Esto muestra por primera vez, según el autor, que la mente humana es una fuerza productiva directa, no solo un elemento decisivo del sistema de producción.

Es una época de globalización cultural y económica que tuvo una profunda penetración en todos los medios de comunicación de masas, ordenadores y redes de comunicación, la información se torna más audiovisual, multimedial e intertextual.

La sociedad de la información es la piedra angular de la sociedad del conocimiento. Para algunos autores el término trae a nuestra mente la idea de innovación tecnológica.

1.4. Características fundamentales de la sociedad de la información



d. 5. El impacto social de la sociedad de la información

Podríamos señalar que ésta es una época totalmente distinta que exige una formación constante y una adecuación a las continuas actualizaciones tecnológicas y cambios sociales que lo acompañan. Los cambios de fines del siglo veinte trajeron además rupturas en materiales avanzados, en fuentes de energía, en aplicaciones médicas, en técnicas de manufacturas (existentes o potenciales, como la nanotecnología), y en la tecnología de la transportación, entre otras.

La transformación tecnológica se extendió exponencialmente por su habilidad para crear una interfaz ⁽⁵⁾ entre los campos tecnológicos a través de un lenguaje digital común en el que la información es generada, almacenada, recuperada, procesada y retransmitida. ⁽⁶⁾

Mokyr señala, que la revolución de las tecnologías de información al principio, se difundieron en áreas geográficas limitadas. Lo que produjo una profunda brecha cultural, una marcada diferencia entre los “países conectados” y “los no conectados”. Pero los científicos, conociendo estas limitaciones, emprendieron nuevos desafíos y lograron extender las tecnologías a todo el globo, a una velocidad relampagueante en menos de dos décadas, a partir de 1970 a mediados de 1990. Estos avances dice Bruce Mazlish está alterando toda nuestra vida: cómo aprendemos, producimos, consumimos, soñamos luchamos o morimos ^(6.3)

(5) <http://es.wikipedia.org/wiki/Interfaz> Interfaz: significa superficie de contacto, en informática se refiere a la conexión física y funcional entre dos sistemas o dispositivos de cualquier tipo, dando una comunicación entre distintos niveles

(6. 1) http://www.dgbiblio.unam.mx/servicios/dgb/publicdgb/bole/fulltext/vollV22001/pgs_77-86.pdf

(6.2) <http://www.slideshare.net/w2sn/sociedad-de-la-informacion-1606704>

(6.3) **CASTELLS**, Manuel *LA ERA DE LA INFORMACIÓN*, Economía, Sociedad y Cultura. Vol. 1. Editorial Alianza.

Este nuevo contexto facilita técnica y económicamente la posibilidad de producir, difundir y acceder a los bienes culturales a un número mayor de personas sin la intervención tradicional de las industrias culturales quienes mantenían hasta entonces el control absoluto de la producción y distribución audiovisual.

1.6. Tiempos de comunicación digital: Internet



¿QUÉ ES INTERNET?

Internet es una red de redes, o dicho de otra manera, una gran red de ordenadores que permite compartir diversos recursos. Es decir mediante un ordenador, se puede acceder a una comunicación inmediata con cualquier parte del mundo. La interconexión descentralizada de computadoras se realiza a través de un conjunto de protocolos denominada TPC/IP (Transmission Control Protocol / Internet Protocol) (7)

Lenguaje /idioma que usan los ordenadores para entenderse. Sus orígenes se remontan al año 1969, cuando una agencia del **Departamento de Defensa** de los **Estados Unidos** comenzó a buscar alternativas ante una eventual guerra atómica que pudiera incomunicar a las personas. Tres años más tarde, dos universidades de California y una de EE UU después de muchas investigaciones lograron establecer una conexión conocida como **ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network)**, una red telemática militar creada en plena guerra fría. Los requisitos que debía tener esta red son:

:

- La red debía estar protegida en caso de un desastre natural o una guerra, especialmente un ataque nuclear, de modo que no debilitase a la totalidad de la red, aunque una parte estuviera dañada.
- La red, debía permitir la incorporación de nuevos elementos con facilidad.
- Debía usar un lenguaje (códigos informáticos), un protocolo, que pudiera ser entendido por cualquier ordenador, independientemente del sistema empleado.

Internet alcanzó su auge a partir 1994, se debió a la aparición de la web, módem telefónicos, el software gratuito para los servidores de la web, y el aumento de los ordenadores personales. Uno de los servicios que más éxito tuvo fue la World Wide Web (WWW o la Web). La WWW es un conjunto de protocolos que permite en forma sencilla la consulta remota de archivos de hipertexto. Otros servicios que fueron ganando un lugar en las actividades de los usuarios fueron: Los correos electrónicos (e-mail), transmisión de archivos, chat, transmisión de contenidos, y comunicación multimedia.

La palabra Internet proviene de dos palabras:

- ✚ Inter: enlace o conexión
- ✚ Net: red de redes.

Internet es una red mundial de



ordenadores de cualquier tipo y plataforma, interconectados. Los usuarios al

conectarse, hacen uso de sus servicios: seleccionar, buscar, compartir información, etc. y se convierten en parte de la red.

INTERNET: un espacio simbólico: un ciberespacio

A partir de la segunda mitad de los 80, entre los usuarios activos de la red, comenzó a utilizarse una nueva noción: “ciberespacio”. Término acuñado por el escritor estadounidense William Gibson, que hace referencia a un espacio simbólico, que se encuentra en un punto indeterminado entre el interior de la pantalla del ordenador y el servidor de una red telemática. Aparece la idea de un espacio conceptual, un “no lugar” digital fuera de todo límite físico, creando una cibercultura: “la información es de todos o la información ha de ser libres”

De todas maneras, el ciberespacio es un terreno abierto a las exploraciones, en permanente construcción. Es un hábitat para la imaginación Novak (1993), realidad virtual con la que se comparte una mística común: es una inmersión en otro mundo, un mundo inmaterial que se puede tocar y mirar directamente. Y también considerado un espacio mental. (8)

INTERNET: un espacio urbano

Internet es un medio específico e intensamente urbano que se asemeja a las autopistas y avenidas de cualquier megalópolis contemporánea. Como en ellas, Internet tiene zonas de luces y sombras, rutas directas y atajos bruscos. Es un “no lugar” sin límites geográficos donde se corre el riesgo de despojos y la posibilidad de múltiples deleites y retribuciones. Una nueva ciudad, “una ciudad red” según el término utilizado por Susana Finquelievich. (9)

(8) LEVIS, Diego. La pantalla ubicua. Editorial Crujía. (9) Susana Finquelievich es Arquitecta, Máster en Urbanismo por la Universidad de Paris VIII, Doctora en Ciencias Sociales. Investigadora Independiente del CONICET. Directora del Programa de Investigaciones sobre la Sociedad de la Información, en el Instituto de Investigaciones Gino Germani, Universidad de Buenos Aires (UBA). Presidente de LINKS, Asociación Civil para el Estudio y la Promoción de la Sociedad de la Información. Docente en la Universidad de Buenos Aires, La Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), en el Instituto Tecnológico de Buenos Aires (ITBA), entre otros. Coordina el capítulo argentino del Proyecto WINDS – LA, Fortaleciendo la cooperación en investigaciones sobre TIC entre Europa y América Latina. Miembro fundador de la Red de Organizaciones Digitales Argentinas (RODAr). Autora y coautora de once libros sobre sociedad informacional

“Debería ser visto como un juego articulado entre el avance y el fortalecimiento de una virtualidad urbana (circuitos de comunicación mediatizada por computadoras) y el consecuente debilitamiento y vaciamiento de la materialidad de la realidad urbana contemporánea (relacionada con el transporte de bienes, materias, personas, etc.)”

Se considera un espacio paralelo que compite con el mundo real. La red es una nueva forma de comunicarse, trabajar y divertirse, crea nuevos hábitos y vicios. Con la red, surge el teletrabajo: una innovadora forma de trabajar. El individuo ya no necesita salir de su casa para ir a su oficina, ahora puede trabajar desde la comodidad de su hogar. También, existen otras ventajas, se puede comprar o vender online, sin tener que ir al almacén. Los hábitos de deambular por las calles, se asemejan a deambular de página en página en la red. Busca, visita, investiga, se instruye, como quien pasea por las calles.

Manuel Castells, opina que Internet solo es apta para desarrollar lazos débiles, que la interrelación tradicional de persona a persona está disminuyendo, y ese aislamiento social lleva a los individuos a buscar lazos en Internet, buscan personas con iguales intereses. (10)

INTERNET impone una nueva estrella: el Chat virtual

Como bien lo señala la doctora Finkelievich, “el chat rompe los parámetros habituales en el trato entre individuos, en la ciudad nos encontramos con alguien o lo buscamos intencionalmente, en el submundo del chat sabemos que nos vamos a encontrar con alguien, pero no adivinamos quién es ni cómo será. Se asemeja a una cita a ciegas, las identidades están o pueden estar enmascaradas. La fantasía y el juego son elementos de esta relación.” El chat deja esa sensación de tiempo libre, es un mosaico o rompecabezas lleno de figuras, clones humanos, ideas, pasiones y locas expresiones. (10)

Se asemeja a una película de villanos, héroes, inocentes y delincuentes etc. Internet puede cumplir sueños, fantasías, responsabilidades y rituales de la sociedad contemporánea, pero todo tiene sus límites. Hay cosas que no se pueden hacer en una relación virtual, desde algunas prácticas humanas como: nacer, procrear, alimentar, morir o matar. Aunque muchas veces se olvida de estos detalles gracias a la parafernalia embaucadora que envuelve la apreciación de la red.

Marcia Lipman ha estudiado a muchas comunidades virtuales y señala otro dato importante: las comunidades virtuales son más exitosas cuando están unidas por tareas en común o perseguir iguales metas. Así la gente se siente cómoda, habla de tonterías, cuentan chistes, comparten información, se pasan fotos, hablan de lo cotidiano y de sus propios sueños

Esta nueva forma de comunicarnos hace la diferencia entre:

Comunidad tradicional	Comunidad virtual
-Establecida en un espacio físico, Temporal común a todos.	Sin límites geográficos, ni de tiempo.
El espacio y el tiempo condicionan la conducta.	Las relaciones se desarrollan en un espacio virtual, mediante el uso de las nuevas tecnologías de comunicación.
Es el soporte material de la Comunidad virtual.	

(11)

Internet, nos presenta un nuevo lenguaje, las letras y las palabras son reemplazadas por objetos manipulables, audibles, visibles y tocables.

(11) <https://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero43/covirtual.html>

La nueva escritura hipermedial (o unimedia) se asemeja un montaje de un espectáculo según lo afirma Diego Levis, al que denomina: ideografía dinámica (o simbólica), una manera de expresión muy diferente al alfabeto y del audiovisual clásico.

Etapas en la evolución a Internet:



Web 1.0. (1991-2003) La Conectividad.

Nace en una sociedad de medios de entretenimiento y consumo pasivo (medios tradicionales, radio, TV, email). Internet era un servidor estático de acceso limitado por cuestiones técnicas, económicas y geográficas. En la red, se diseñaron buscadores sencillos como Lycos, Alta vista, y Terra creados por los pioneros del código HTML. Las páginas web eran estáticas, con poca interacción con el usuario (web 1.0 eran páginas para leer). El HTML o **Hiper Text Markup Lenguaje**, hace referencia al código que permite crear páginas web sencillas y atractivas, pero sin permitir actualización o interacción. El objetivo primordial era difundir información, y el papel del usuario era buscarla. Los contenidos colgados, eran reciclados y no tenían actualización. Prácticamente no existía interactividad, era la época de los foros. El área educativa la utilizó como un instrumento de aprendizaje formal.

Web 2.0. La interactividad. El paso de web 1.0 a la web 2.0 se dio lugar por la llegada de una nueva generación de tecnologías y aplicaciones interactivas online que permiten publicaciones, edición y difusión de contenidos, creación de redes personales y comunidades virtuales así lo señala Anderson (2007), para otros autores es mucho más que eso, el punto central son un conjunto de

ideas que han transformado la forma de interactuar de las personas. Término web 2.0, acuñado por Tim O'Reilly (fundador de la editorial **O'Reilly Media**, en EEUU). Se basa en la Sociedad del Conocimiento, la autogeneración de contenido, en medios de entretenimiento y consumo activo. En esta etapa las páginas web se caracterizan por ser dinámicas e interactivas (web 2.0, páginas para leer y escribir) en donde el usuario se convierte en participante activo de la red, comparte información y recursos con otros usuarios. (12) Las características estratégicas de esta web son:

- Arquitecturas de información, participativas y democráticas.
- Paso de una comunicación unidireccional (un autor emite un usuario recibe) a una multidireccional (todos emiten, todos reciben).
- Empleo de software libre, con bajas inversiones.
- Uso de aplicaciones a través de la web, como editores de texto y otros. (13)

Web 3.0 Representa una nueva transformación que permite actualización y dinamismo perpetuo, web semántica y búsqueda inteligente.

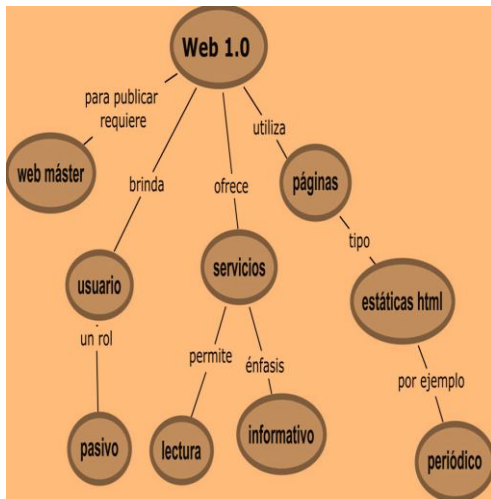
(12) <http://bid.ub.edu/17serra2.htm>

(13.1) **COBO** Romani, CRISTOBAL y KUKLINSKI Hugo Pardo. PLANETA WEB 2.0 INTELIGENCIA COLECTIVA O MEDIOS FAST FOOD. UVIC. Flacso:

(13.2) <http://libros.metabiblioteca.org/bitstream/001/133/8/978-84-934995-8-7.pdf>

(13.3) http://www.juntadeandalucia.es/averroes/~escuelatic20/didactica/introduccion_web20.pdf

Cambio de roles



CUADRO COMPARATIVO				
	CONCEPTO	CARACTERÍSTICAS	OBJETIVO	EJEMPLOS
WEB 1.0	Potenciación de presencia informativa y accesible a través de la red. Internet se convierte en un servidor de conocimientos estáticos de acceso limitado por razones técnicas, económicas y geográficas.	Pocos productores de contenidos. Paginas estáticas. Los usuarios nomas son lectores y no consumidores de la información.		paginas estáticas. libros de visitas online o guestbooks. formularios html enviados vía email
WEB 2.0	Segunda generación de Web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios.	Simplifica la usabilidad del sitio web. Ahorra tiempo al usuario. Facilita las interacciones .	Otorgarle a los usuarios un control pleno a las personas con posibilidades para la creación de comunidades tan globalizadas e incluso con la ventaja de manejo / intercambio de información al alcance de cualquiera, es verdaderamente inquietante.	Twitter. YouTube. Ezinearticles. Flickr. Facebook.
WEB 3.0	Transformación de la estructura web actual en la web semántica. Potenciación de nuevas formas de ocio y comunicaciones entre usuarios.		Es hacer referencia a la transformación de la Web en una base de datos, un movimiento hacia la fabricación de contenido accesible para múltiples buscadores, la influencia de la Inteligencia Artificial, la Web Semántica o la Web	Ideas afines. Mnemomap. Kooltorch

La expansión de Internet.

No es una mera coincidencia que los gobiernos sean tan activos en la promoción del uso de las nuevas tecnologías de la información, es necesario tener presente que la informática y las redes de telecomunicaciones son poderosas herramientas de control y sirven para supervisar las actividades de los usuarios. Muchos pensadores ven en el multimedia interactiva y en las redes telemáticas como Internet, los cimientos de una sociedad más solidaria y democrática, en la cual desaparecerán las clases sociales y los enfrentamientos, en esto coinciden las grandes corporaciones, instituciones que intentan convencer a la sociedad de las bondades intrínsecas de las tecnologías de la comunicación y la simulación digital como instrumentos de reordenamiento económico, político y cultural.

CAPITULO 2 *El Protagonismo de las
Redes Sociales*

2. 1. REDES SOCIALES: Conceptos

¿Qué son las redes sociales? Lo primero que debemos aclarar es que es un concepto es polisémico. Existen muchas teorías y maneras de definirlo. La teoría de redes se remota a los años 30, y para llegar a su configuración actual, el concepto se ha alimentado de los aportes e investigaciones de la antropología, la teoría de sociogramas de la Psicología, y la teoría de grafos de la matemática que fue fundamental en la formalización del concepto.

Pero comencemos por exponer que el origen etimológico del término “red”. Este proviene del latín: **rete** y se utiliza para definir **una estructura que tiene un determinado patrón**. Existen diversas redes: redes eléctricas, informáticas, sociales etc.

Las redes sociales se podrían definir entonces, como estructuras, donde una gran cantidad de personas se relacionan con intereses a fines: interactúan, comparten contenidos, imágenes, establecen conversaciones, se distraen, se relacionan laboralmente o profesionalmente, y también porque no decirlo buscan y encuentran parejas, de esta forma las define Yolenny Cabrera, profesora y abogada venezolana. (14)

La noción de red social implica un **proceso de construcción permanente** tanto individual como colectiva, **es un sistema abierto, de intercambio** que posibilita la optimización de los recursos de comunicación y la creación de alternativas para la resolución de problemas y la satisfacción de necesidades.

Jaime Royero (2007) define las redes sociales como “el conjunto de personas, comunidades, entes u organizaciones que producen e intercambian bienes y servicios sociales para su sostenimiento en un esquema de desarrollo y bienestar esperado. Este bienestar es mediatizado por el avance de la ciencia y las nuevas tecnologías”.

Otros opinan que las redes sociales son un fenómeno social que tiene su origen en la filosofía de la Web 2.0. **Son plataformas de comunidades virtuales** que proporcionan información e interconectan personas con afinidades comunes. La web 2.0 permite interactuar, ser protagonistas en la creación de contenidos.

En resumen, las redes sociales son:



-Una estructura que tiene un determinado patrón, donde un conjunto de personas interactúan.

-Es un proceso de construcción permanente individual o colectivo.

-Un sistema abierto, de intercambio.

-Un fenómeno social que se origina en la web 2.0.

Son comunidades o plataformas virtuales donde personas se interconectan y se produce una:

- ✚ UNA INTERACCION
- ✚ UN INTERCAMBIO
- ✚ UNA COMUNICACIÓN

Velásquez Álvarez, Alejandro y Aguilar Gallardo Norman, en su libro “Manual introductorio al análisis de las redes sociales” dicen: “una red se entiende

cómo un grupo de individuos, que en forma individual o colectiva se relacionan con otros con un fin específico, caracterizado por flujos de información”. También agrega que las redes pueden poseer muchos o pocos actores.

El fenómeno de las redes sociales ha revolucionado nuestra percepción acerca de la relación clásica, “cara a cara” y la ocupación de nuestro tiempo libre. Mediante el uso de las redes sociales, buscamos contacto con aquellos que hemos pedido de vista por años, compañeros de escuela, de trabajo, mantenemos amistades, nos ponemos al día acerca de acontecimientos, conocemos nuevas personas, buscamos trabajo, etc. Lo nuevo, y gratificante de esta nueva modalidad de relacionarnos es que somos protagonistas, individuos activos que participamos, opinamos y creamos un mundo virtual, lleno de expectativas.

2.2. UN POCO DE HISTORIA.

TEORIAS

La teoría de redes es deudora de diferentes corrientes de pensamiento como ya lo hemos mencionado. Scott (1991 pg. 1-38), ha desarrollado excelentes investigaciones acerca de los orígenes de las redes. En su opinión, su origen se remonta a la teoría de Gestalt, según la cual la percepción de un objeto se realiza dentro de una totalidad conceptual, compleja y organizada.

Kurt Lewin señaló por su parte, que las relaciones pueden ser analizadas formalmente por procedimientos matemáticos.

Moreno (1934) y su sociometría, se inscribe como uno de los fundadores de las redes sociales. Moreno se interesó por el estudio de las estructuras de amigos, aunque con razones terapéuticas. Otras de las teorías que influyeron en las redes sociales fue la teoría matemática de grafos, se remonta al siglo XVIII, Cartwright y Zander, 1953; Harary y Norman, 1953; Bavelas, 1948, 1950; Festinger, 1949). Estos Psicólogos, a partir de la teoría de grafos,

estudiaron la estructura de pequeños grupos, descubriendo que la estructura social influye en el comportamiento individual.

Según esta teoría, la estructura de las redes sociales está compuesta por dos partes: nodos y aristas (nodos: individuos a veces llamados actores, y las aristas conforman las relaciones que se establecen entre ellos, que pueden ser: relaciones de amistad, financieras, políticas, profesionales etc.). Cada nodo se une a otro mediante líneas que le otorgan sentido y dirección. En las imágenes podemos observar este fenómeno.



Otra de las teorías a examinar en el estudio de las redes sociales es la que proviene del estructural funcionalismo antropológico desarrollada en los años 30 y 40, por Warner y E. Mayo. Estos investigadores realizaron un análisis de los grupos y subgrupos a partir del uso de socio gramas. Sus investigaciones tuvieron un papel muy importante.

Otro de los autores que podemos mencionar es J.A. Barnes, antropólogo y etnógrafo, quien en 1954, acuñó el término “redes sociales”. Barnes investigó la importancia de las relaciones informales e interpersonales como la amistad, el parentesco y la vecindad en la integración de una pequeña comunidad de pescadores. El, Define la red social como un conjunto de puntos que se conectan entre sí a través de líneas, muy semejante a la idea que se

desarrollo en la teoría de grafos. Bott examinó a las familias británicas, se dedicó a investigar sobre las relaciones de parentesco a través del diseño de redes (E. Bott, 1955, 1956)

Nadel, señala por su parte que las estructuras sociales son estructuras de roles y pueden ser examinadas mediante métodos comparativos, y métodos formales matemáticos.

J.C. Mitchell (1969) reúne la teoría de grafos y las distintas corrientes provenientes del estructural funcionalismo antropológico poniendo las bases sistemáticas para el análisis social de las redes. En los años cincuenta y sesenta aumentaron las investigaciones sobre redes sociales por parte de muchos sociólogos, entre los más importantes: Hunter (1953), Blau (1955), Coleman, Katz y Menzel (1957, 1966), Coleman (1961) Laumann (1966).

Al final de los sesenta se da una ruptura importante con las corrientes mencionadas. (1971). White establece el análisis de las redes como un método de análisis estructural llegando a esta concepción a partir de modelos algebraicos, la teoría de grafos y el desarrollo de técnicas como la escala multidimensional. (15)

(15.1) <http://alejandrogg.com.mx/temario3/Carlos-redes%20sociales.pdf>Dialnet-

2.3. CONCLUSIONES

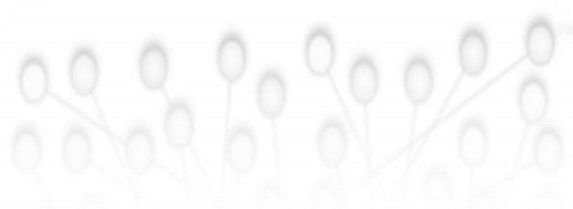
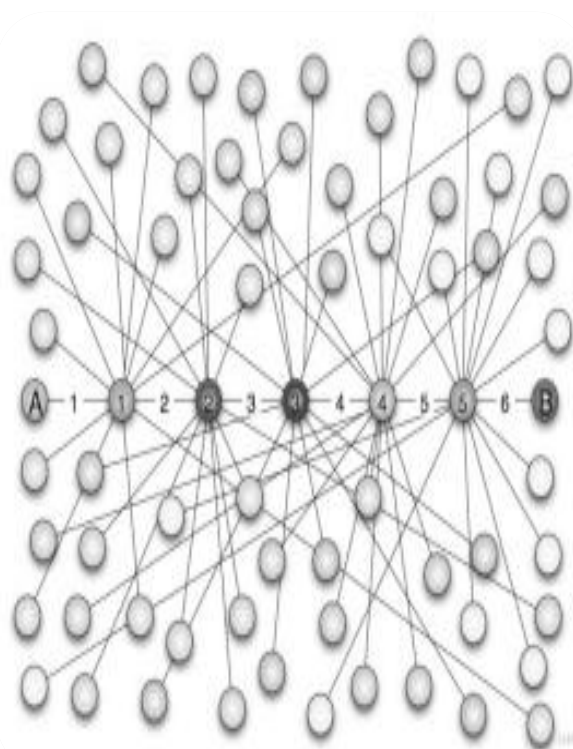
Desde Moreno (1934) se investigaron sobre las redes sociales, el tema había despertado muchos enfoques, pero es a partir de los setenta que se abocaron a diseñar métodos, estudiar minuciosamente las relaciones sociales y descubrir pautas a seguir. Los setenta marcan así un gran momento de crecimiento de la teoría de redes: nacimiento de la INSA en el 78, de la revista Social Networks así como muchas investigaciones y su bibliografía correspondiente.

Las innovaciones más importantes se llevaron a cabo en:

1. En el campo metodológico, teórico y conceptual: en estos años las redes llegan a una cierta plenitud teórica como cuerpo específico de métodos. Además, aunque el análisis de redes es para algunos una orientación teórica particular sobre la manera de entender la estructura de los fenómenos sociales, para otros constituye una teoría en sentido estricto.
2. Métodos, algoritmos y técnicas: el avance en los métodos, algoritmos y técnicas han sido importantes sobre todo en la aplicación del formalismo general matemático. A partir de la necesidad de identificar subgrupos de actores a distancias, dados dentro de la red, de agruparlos y de justificarlos (J. Galaskiewicz y S. Wasserman, 1993) han desarrollado técnicas de análisis estadísticos.
3. Recogida de datos y del muestreo: Se han usado métodos de muestreo para describir la estructura global, para estudiar su densidad, la reciprocidad de los lazos.

Según la teoría de los “seis grados de separación” del sociólogo Duncan Watts, se ha demostrado que cada persona conoce de media, entre amigos, familiares y compañeros de trabajo o escuela, a unas 100 personas. Si cada uno de esos

amigos o conocidos cercanos se relaciona con otras 100 personas, cualquier individuo puede pasar un recado a 10.000 personas más tan sólo pidiendo a un amigo que pase el mensaje a sus amigos. Estas serían relaciones de segundo nivel. Si esos 10.000 conocen a otros 100, la red ya se ampliaría a 1.000.000 de personas conectadas en un tercer nivel, a 100.000.000 en un cuarto nivel, a 10.000.000.000 en un quinto nivel y a 1.000.000.000.000 en un sexto nivel. En seis pasos, usando las tecnologías disponibles, se podría enviar un mensaje a cualquier individuo del planeta. ¡Un alcance asombroso! Que puede conectar, a un lustrabotas con máximas autoridades de gobierno. Las redes sociales son definidas como “formas de interacción social, como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos”.



Historia de las redes sociales



Scott (1991)	Moreno (1934) Sociometría	Moreno, Heider, Bavelas, Festinger, Cartwright (1959), Newcomb (1961) Psicólogos	Warner y E. Mayo a Corriente de pensamiento: Estructural funcionalismo antropológico	J.A. Barnes (1954)	J.C. Mitchell (1969)
Sostiene que el origen de las redes sociales se remonta a la Teoría de la Gestalt.	Con su sociometría, se podría inscribir como uno de los fundadores de las redes sociales. Se interesó en la estructura de grupos de amigos	Fueron psicólogos que trabajaron sobre pequeños grupos a partir de modelos de grafos teóricos. Ponen de manifiesto cómo la estructura del grupo afecta a los comportamientos individuales. Teoría de grafos: compuesta por dos partes: nodos y aristas.	Los análisis de los grupos y subgrupos a partir de la utilización de sociogramas jugaron un papel importante.	Analiza la importancia de las relaciones informales e interpersonales como la amistad, el parentesco y la vecindad. Barnes acuñó el término "redes sociales"	Une la teoría de grafos y la corriente funcional estructuralista antropológica Pone las bases sistemáticas para el análisis social de las redes

<p>Hunter (1 953), Blau (1955), Coleman, Katz y Menzel (1 957, 1966), Coleman (1 96 l), Laumann (1 966).</p>	<p>Lorrain y White, (1971).</p>	<p>CONCLUSIONES:</p>
<p>En los años 50 y 60 hay una proliferación de investigaciones sociológicas sobre redes sociales</p>	<p>White establece el análisis de las redes como un método de análisis estructural llegando a esta concepción a partir de modelos algebraicos, la teoría de grafos y el desarrollo de técnicas como la escala multidimensional</p>	<p>Desde Moreno (1934) se investigaron sobre las redes sociales, el tema había despertado muchos enfoques.</p> <p>Pero es a partir de los setenta que se abocaron a diseñar métodos, estudiar minuciosamente las relaciones sociales.</p> <p><u>S. Wasserman y K. Faust (1994: 17-20)</u></p> <p><u>Aparición de Conceptos Fundamentales:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Los actores sociales. 2. Los lazos relacionales. 3. Diada. 4. Triada. 5. Subgrupo. 6. Grupos

(15.2)

2.4. CONCEPTOS FUNDAMENTALES DE LAS REDES SOCIALES

Según lo señala S. Wasserman y K. Faust (1994: 17-20), son los siguientes:

- 1. ACTORES SOCIALES:** Son los integrantes de las redes. Son de tipo diverso: individuos, empresas, unidades colectivas, agencias de servicios públicos.
- 2. LOS LAZOS RELACIONALES.** Se refiere a los vínculos entre pares de actores. Son relaciones de distintos tipos: 1-Personales: amistades, parientes, compañeros. 2-Transferencia de recursos: bienes, dinero, información. 3 asociaciones, interacciones; movilidad geográfica o social; conexiones físicas.
- 3. DIADA:** es la relación específica entre dos actores.
- 4. TRIADA:** es el conjunto de tres actores y sus relaciones.
- 5 SUBGRUPO:** es cualquier subconjunto de actores además de los lazos existentes entre ellos.
- 6. GRUPO:** Se trata de un conjunto finito.

2.5. CRONOLOGÍA DE LA APARICIÓN DE LAS REDES MÁS POPULARES

Las redes sociales se han incorporado en la vida diaria de una manera sorprendente. *Ofrecen múltiples ventajas, el correo electrónico, los foros, el chat, dado su carácter asincrónico y personal, y la relativa sencillez de sus interfaces.*

Según un informe presentado por la revista digital universitaria (Coordinación de Acervos Digitales. Dirección General de Cómputo y de Tecnologías de Información y Comunicación –UNAM) Rebeca Valenzuela Argüelles en su artículo “Las redes sociales y su ampliación en la educación” nos deja el siguiente listado.

1997. Se lanza AOL Instant Messenger. Se inaugura Sixdegrees, red social que permite la creación de perfiles personales y la lista de contactos.

2003. Nacen MySpace, LinkedIn y Facebook, aunque la fecha de esta última no está muy clara ya que ha sido un proceso. También nacen muchas otras redes como Hi5 y Netlog, entre otras.

2005. YouTube comienza su servicio para subir y compartir videos y MySpace se convierte en la red social más importante en Estados Unidos.

2006. Se inaugura la red social de microblogging Twitter. Google cuenta con 400 millones de búsquedas por día.

2009. Facebook alcanza los 400 millones de miembros y MySpace retrocede hasta los 57 millones.

2010 Google lanza a la red Google Buzz, su propia red social integrada con Gmail, en su primera semana sus usuarios publicaron nueve millones de entradas.

2011. LinkedIn se convierte en la segunda red social más popular en Estados Unidos con 33.9 millones de visitas al mes. En este año se lanza Google+, la nueva propuesta de red de Google. Pinterest alcanza los diez millones de visitantes mensuales. Twitter aumenta los tweets recibidos hasta los 33 billones en un año.

2012. Facebook superó, en 2012, la cifra de 1.000 millones de usuarios. Twitter contó con un nuevo miembro de gran importancia: el Papa Benedicto XVI. Instagram alcanzó 100 millones de usuarios. Se publicaron 48 horas de video cada minuto en YouTube (Alfaro, 2012) y llegó a 800 millones de usuarios únicos (Cortés, 2012). 250 millones de usuarios registrados en Google + y 161 millones en LinkedIn (Cortés, 2012)

2.6. CLASIFICACIÓN DE REDES SOCIALES

Para comprender la nueva realidad social debemos conocer en profundidad los diferentes tipos de redes sociales que operan en la Red. Mencionaremos las siguientes:

1 Según los vínculos:

- ✓ **Primarios:** Esta integrada por los integrantes de la familia: Padres, hijos, hermanos, parientes cercanos: tíos, abuelos y parientes lejanos; parentescos en segunda línea. Son lazos fuertes, de unión, afecto, y apoyo en el sostenimiento de la familia. También en esta categoría se cuentan los amigos y vecinos.
- ✓ **secundarios:** Corresponde a los vínculos de familiares con la comunidad. El objetivo de estas relaciones son de autoayuda, cooperación, solidaridad, propósitos, sueños, proyectos en común. Entre ellos: **Grupos deportivos. Grupos de estudios. Comité de salud.**
- ✓ **Institucionales:** Estas redes se circunscriben los servicios y apoyo de tipo institucional con que cuentan las familias para superar dificultades o alcanzar mejores niveles de vida

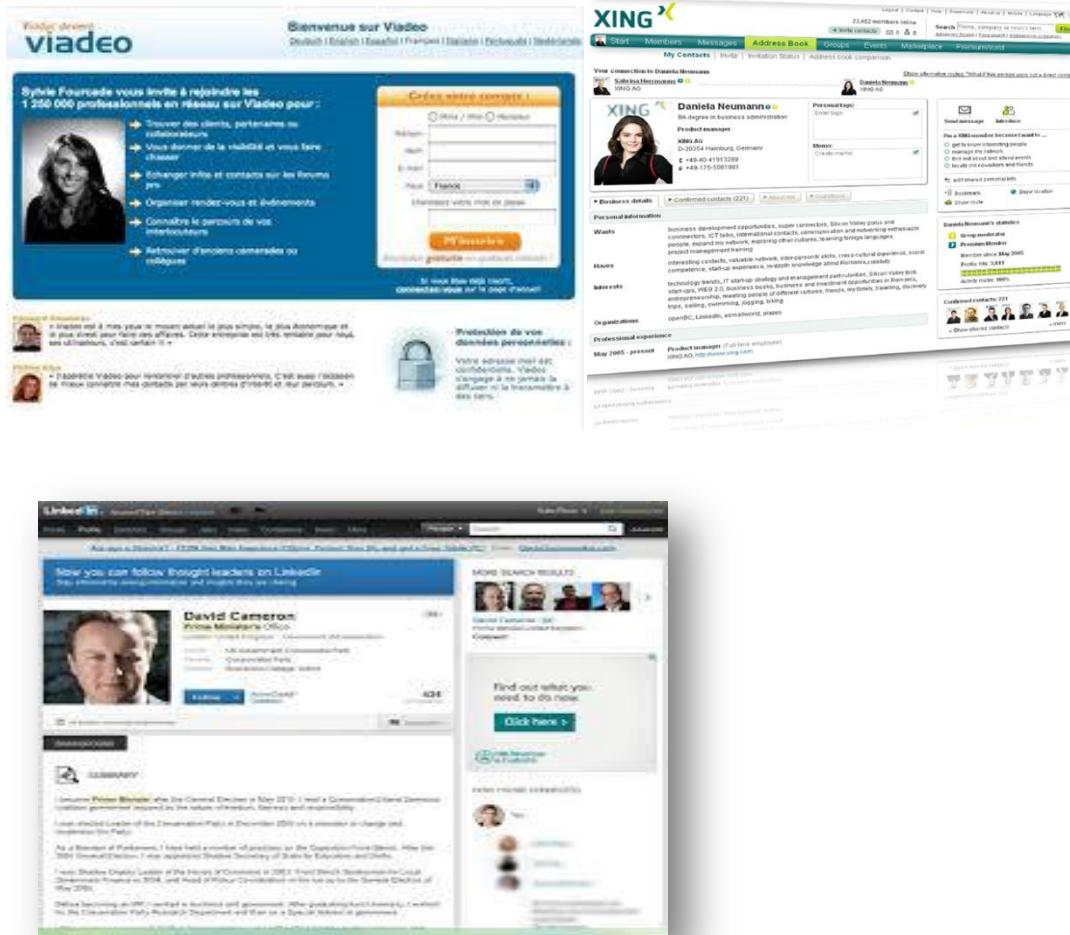
2. Por su público objetivo y temático:

- ✓ **Redes sociales horizontales:** También son conocidas como redes generales que se dirigen a todo tipo de usuario, sin una temática específica, su función principal es relacionar personas a través de las herramientas que ofrecen. Las más populares: **Facebook. Twitter, Google+, Tuenti, MySpace, Hi5, Sónico.** Todas comparten las mismas características: Crear un perfil, compartir contenidos, fotos, y tener una larga lista de contactos.⁽¹⁶⁾



✓ **Redes sociales verticales:** Su objetivo es relacionarse bajo los mismos intereses, o especialidades. Dentro de éstas encontramos:

- ❖ **Redes sociales verticales profesionales:** Están dedicadas a generar relaciones profesionales entre los usuarios. Entre ellas las más conocidas: **Viadeo, Xing y Linked In.**



- ❖ **Redes sociales verticales de ocio:** Su objetivo relacionar individuos que tengan alguna actividad de ocio en común: deportes, fans, videojuegos etc. Las más representativas de este grupo: **Wipley, Minube Dogster, Last.FM y Moterus.**



❖ **Redes sociales**

Verticales Mixtas: Ofrecen a usuarios y empresas, un entorno específico para desarrollar actividades tanto profesionales como personales, en torno a sus perfiles: **Yuglo, Unience, PideCita**

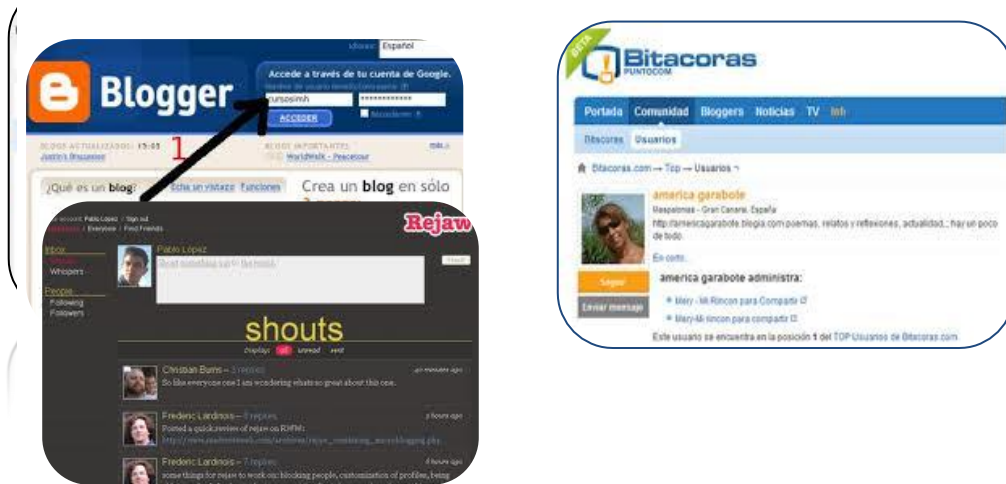


3. Redes sociales de Geolocalización: Su prioridad es determinar la ubicación geográfica de los usuarios. La socialización y las relaciones se realizan en base a la localización física de los usuarios. Las redes sociales más populares son: Foursquare, Facebook Places y Google Places.



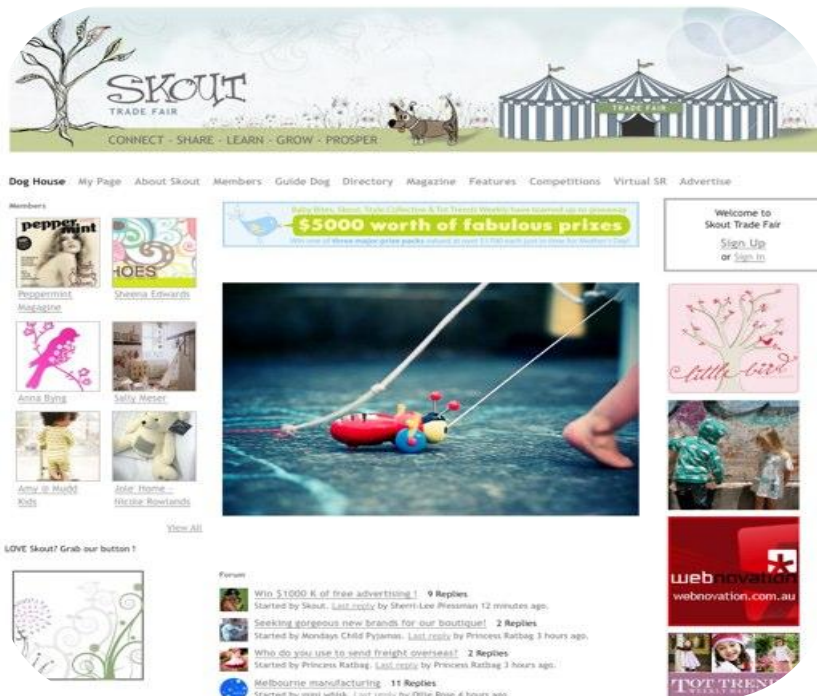
- ✓ **Redes sociales sedentarias:** Son un tipo de red que va cambiando e innovándose según la relación entre los usuarios, los contenidos o los eventos generados.

Ejemplos: Blogger , Rejaw, Bitácoras, Plaxo.



- ✓ **Redes sociales Nómadas:** A las características propias de las redes sociales sedentarias se le suma un nuevo factor de mutación o desarrollo basado en la localización geográfica del sujeto. Este tipo de redes se componen por sujetos que se hallen geográficamente cerca del lugar en el que se encuentra el usuario, o por los lugares que hayan visitado o según los que tenga previsto acudir. Los ejemplos más destacados son: **Latitud, Brighkite, Fire Eagle y Skout.** (17)





4. Redes sociales de contenidos compartidos: Son las redes sociales en las que las relaciones entre los usuarios están unidos con el fin de generar y divulgar contenidos de diferentes formatos:

- ✓ **Fotografía:** Ofrecen la posibilidad de almacenar, ordenar, buscar y compartir fotografías: Flickr, Fotolog, Netlog, Instagram,



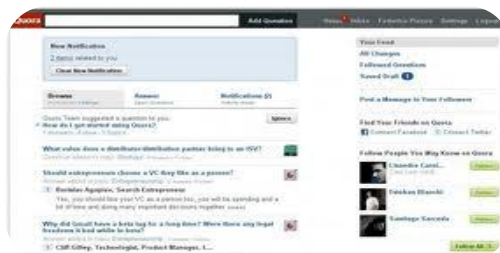
- ✓ Video: Estas redes se enfocan en el almacenamiento de vídeos. Se han popularizado de tal manera, en los últimos años se han incorporado la creación de perfiles y listas de amigos. Algunos son YouTube, Vimeo.



- ✓ Documentos: En la red navegan documentos de todo tipo con formatos diversos, en estas redes sociales podemos encontrar, publicar y compartir los textos definidos por nuestras preferencias de una manera fácil y accesible. Su mayor exponente es **Scribd (18)**

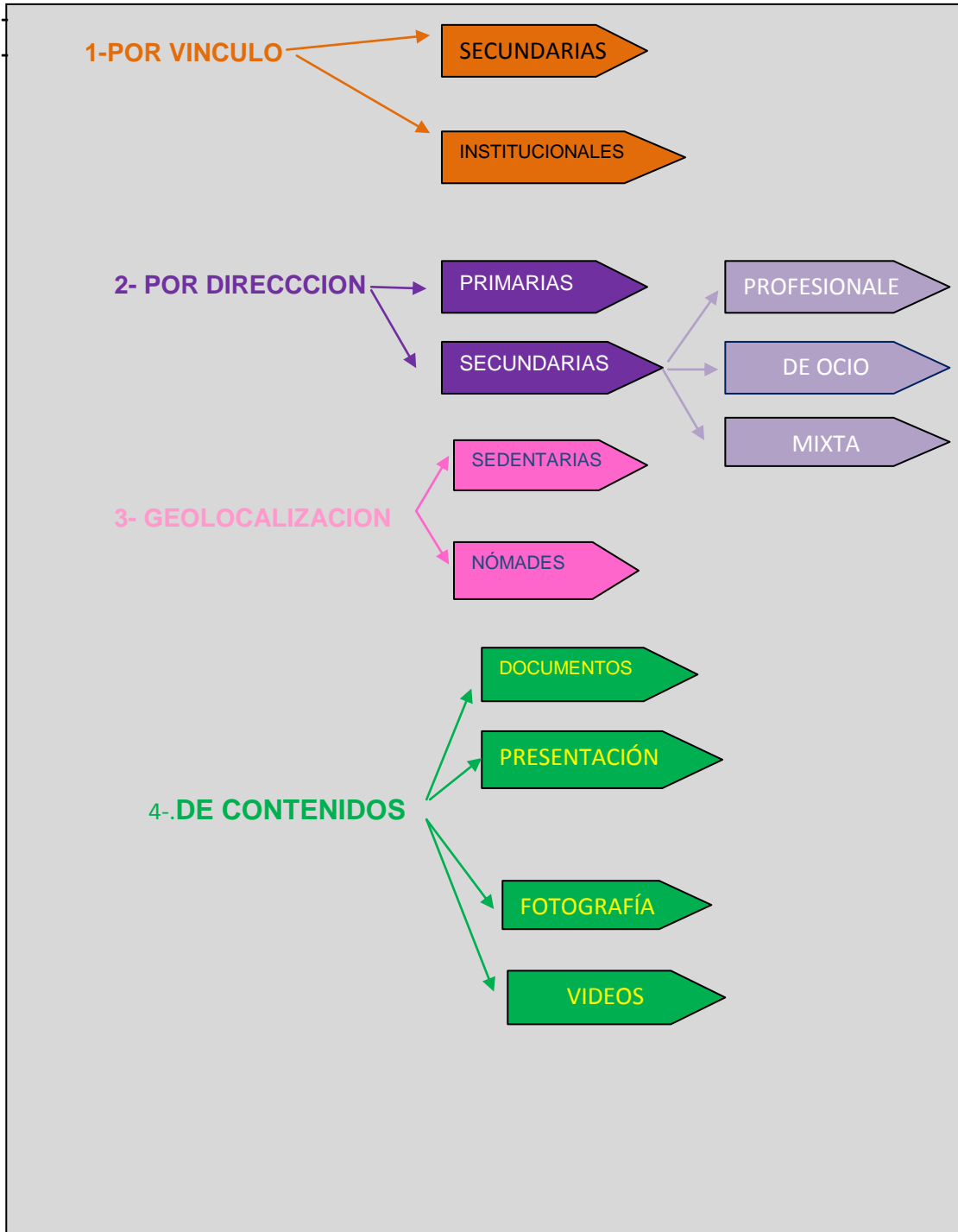


- ✓ Formatos de presentación: Al igual que ocurre con los documentos, el trabajo colaborativo y la participación marcan estas redes sociales que ofrecen a los usuarios la posibilidad de clasificar, y compartir sus presentaciones profesionales, personales o académicas. Las más conocidas son: Quora, Slideshare



CLASIFICACIÓN

REDES SOCIALES



2.7. REDES SOCIALES Y CONTENIDO

REDES SOCIALES

CONTENIDOS

Foursquare, Facebook Places y Google Places

SE RELACIONAN POR CERCANÍA
GEOGRAFICA

Facebook, Twitter, Google+, Tuenti,
MySpace, Hi5, Sónico

ENTRETENIMIENTO

Viadeo, Xing y Linked In.

PROFESIONALES

Wipley, Minube Dogster, Last.FM y
Moterus.

DE OCIO, DEPORTES, AFICCIONES

Yuglo, Unience, PideCita

MIXTAS: PROFESIONALES O
PERSONALES

Blogger, Rejaw, Bitácoras, Plaxo

COMPARTEN ARTICULOS.

Flickr, Fotolog, Netlog, Instagram

COMPARTEN FOTOGRAFÍAS

YouTube, Vimeo

COMPARTEN VIDEOS

Scribd

COMPARTEN DOCUMENTOS

Slideshare

DE PRESENTACIONES

2.8. DESCRIPCIÓN DE LAS REDES SOCIALES MAS IMPORTANTES

Facebook



Nace en el año 2004, su creador **Mark Zuckerberg**, estudiante de la Universidad de Harvard. Originalmente esta red fue dirigida a estudiantes de esa universidad, pero al mes ya se había extendido a más de la mitad de los estudiantes, y al año siguiente ingresó a otras instituciones académicas de Estados Unidos , además de instalar una oficina en Palo Alto California. El éxito de esta red social fue explosivo, lo que hizo que otros se unieran a su desafío, y así fue como logró el

financiamiento de Pay-Pal, Peter Thiel (500 mil dólares) y Accel Partners (12.7 millones de dólares). Y gracias a esos aportes logró incorporar en ese mismo año a más de 25 mil escuelas secundarias y 2 mil universidades de los Estados Unidos y el Extranjero, logrando en ese entonces la cantidad de 11 millones de usuarios en todo el mundo.

Para el año 2006 nace el **feed de noticias** y se inventó un toolbar para Firefox. Más universidades extranjeras se unieron y se desarrolló nuevos servicios en su plataforma: tales como Facebook Notes o la importación de blogs de servicios como Xanga, Live Journal o Blogger. Ese mismo año **Facebook se**

hizo público permitiendo que todas las personas con una cuenta de correo electrónico pudieran formar parte de la comunidad.

En el 2007 sucedieron grandes cambios para Facebook. Se inauguró la función de enviar mensajes a través del celular, se crearon: los perfiles, los mensajes privados y **las páginas**.

En ese mismo año se comenzó a permitir la subida de videos con la **integración de YouTube**, logrando alcanzar la cantidad de 30 millones de usuarios en su red, en donde aparecieron las primeras páginas públicas de celebridades, además de los grupos.

En el 2009 se lanzó el **botón “Me gusta”**, además de aumentar la capacidad del álbum de fotografías de 60 a 200. Ese mismo año, también se habilitaron los nombres personalizados de usuario en las URL. También se concedió que las actualizaciones de Twitter se logaran publicar en Facebook. La cifra de usuarios ascendió a los 250 millones de usuarios.

En el 2010, apareció el botón “me gusta” en los comentarios. Y se comenzó a mostrar un espacio en blanco para la búsqueda de amigos y de otros perfiles.

Para entonces, **Facebook seguía en progreso y alcanzó a los 500 millones de usuarios**. Su creador **Mark Zuckerberg recibe el premio a la persona del año**, por la revista Times, como merito al haber conectado a 500 millones de personas.

2011, Facebook agregó: nuevas formas de presentar el aspecto de la biografía, incorporó el protocolo https con grandes avances en la privacidad, aumentó la calidad de las imágenes que podemos subir, y se modificó el chat. Para el 2012, se renuevan las aplicaciones móviles de Facebook para las diferentes plataformas, se añaden mejoras en los grupos y chat. También se añade la opción de regalos (gifs), se añade la opción para adjuntar archivos mediante dropbox, y **Facebook compra Instagram**, mejorando aun más su integración

con las fotografías. Ese mismo año **debuta en la bolsa de valores**, siendo una de sus peores decisiones hasta la fecha.

¿Por qué el enorme éxito de Facebook?

La popularidad de Facebook tiene varias causas, algunas son las siguientes:

- ❖ La facilidad de compartir contenido, ya sea este links, fotos o videos.
- ❖ La posibilidad casi sin límites de subir las fotos.
- ❖ La interface sencilla, aun para el usuario no experimentado en la navegación web.
- ❖ La facilidad de convertirse en miembro y crear una cuenta.
- ❖ La facilidad que agrega el chat, que hace que no sea necesario una herramienta de terceros para comunicarse en tiempo real.
- ❖ La integración de mensajes y correos electrónicos. •
- ❖ Las exitosas páginas de fans beneficiosas para negocios, empresas y marcas.
- ❖ La posibilidad de los desarrolladores de crear aplicaciones para integrarlas y ganar dinero por ello.



Twitter es otra de las redes sociales más famosas que se utiliza mundialmente. Twitter **es un servicio gratuito de microblogging** (combinación de los conceptos de blog y red social). El usuario que posee una cuenta en Twitter, publica mensajes públicos, denominados **Tweets**, los cuales pueden ser vistos por todos los conectados a esta red. Los mensajes responden a la pregunta: ¿qué estás haciendo?, ¿Qué pasa? Las entradas o mensajes tienen una **longitud máxima de 140 caracteres**. Esta red permite seguir a personas (para conocer sus estados) y tener seguidores, es decir personas que quieran leer nuestros Tweets, logrando así, una muy buena interacción. (19)

Lo interesante es que esta tecnología vincula la web con los teléfonos celulares vía SMS o a través de programas de mensajería instantánea como MSN, Gtalk, etc., o incluso desde cualquier aplicación de terceros, como puede ser Twitterrific, Tweetie, Facebook, Twinter, Tweetboard o TweetDeck-en inglés.

Su historia comienza con un grupo de jóvenes (Jack Dorsey, Biz Stone, Evan Williams y Noah Glass.) **de la compañía Podcasts Odeo, Inc.**, de San Francisco, Estados Unidos. La idea surge de Jack Dorsey, quien deseaba hacer saber de sus estados mediante mensajes a un grupo de amigos. Si bien a Jack se lo considera como el promotor de esta inventiva, fue Noah Glass quien trabajó y presionó para que esta idea fuera publicada.

Una vez iniciado el proyecto se ensayaron distintos nombres, el primero de ellos fue Status (Stat.us), a causa del tipo de vibraciones de los teléfonos, pero se quedaron con Twitter, nombre colocado por Noah Glass. Que en palabras de Dorsey era perfecto, y la definición era “una corta ráfaga de información intrascendente”, el “pio de un pájaro”, que en inglés es **twitt**.

El primer mensaje enviado por twitter fue de Dorsey a las 12:50 del 21 de marzo de 2006 y decía *"just setting up my twttr"* que traducido dice: “sólo ajustando mi twttr”.

La interfaz web de Twitter está escrita en **Ruby on Rails**, y los mensajes se mantienen en un servidor que funciona con software programado en Scala y además dispone de una **API abierta para todo tipo de desarrolladores**, lo cual supone una gran ventaja para todos aquellos que quieran integrar Twitter como un servicio tanto en otras aplicaciones web como en aplicaciones de escritorio o móviles.

Twitter fue lanzado al público en el 2007. El servicio rápidamente comenzó a ganar adeptos y en ese mismo año ganó el premio *South by Southwest Award* en la categoría de blog. Se estima que en la actualidad Twitter tiene aproximadamente 2000 millones de usuarios.

72,5% de todos los usuarios se registraron en los primeros cinco meses de 2009.

85,3% escribía menos de un texto por día.

93,6% tenían menos de 100 seguidores. Y el 92,4% seguía a menos de 100 personas.

Los usuarios registrados eran más mujeres que hombres.

Twitter es utilizado para promocionar empresas, para comunicarse con famosos, para encontrar clientes, seguir a la competencia, hacer encuestas, entrevistas, compartir archivos, música.



YouTube es un sitio web que brinda un servicio gratuito que permite a los usuarios subir, bajar, ver y compartir vídeos. Funciona como un blog común y corriente, pero en este caso en vez de publicar textos, publicas videos. Cuando abres una cuenta en YouTube, comienzas a integrarte a

esta red, teniendo tu propio canal, desde donde te podrás suscribir a otros perfiles y también personas se unirán a tu red, para seguir la publicación de tus videos. Es necesario registrarte para poder colgar algún video o filmación. (20). YouTube fue fundado en **febrero de 2005** por 3 ex-empleados de PayPal: (*Chad Hurley, Steve Chen y Jaweb Karim*), todo empezó con una fiesta realizada en febrero de 2005, por **Chad Hurley y Steve Chen**. Ellos habían filmado su fiesta y quisieron enviarle por correo electrónico a sus amigos, pero se vieron impedidos, ya que el video era demasiado largo. De su frustración, surgió la idea de diseñar un sitio más grande, donde cualquiera pudiera enviar y ver cualquier vídeo. Eso era en 2005; hoy se cuelgan 65,000 vídeos nuevos al día. (20)

En octubre de 2006, fue adquirido por Google Inc. a cambio de 1650 millones de dólares y ahora opera como una de sus filiales. YouTube utiliza un reproductor en línea, basado en Adobe Flash (aunque también puede ser un reproductor basado en el estándar HTML5, que YouTube incorporó poco después. Los formatos en los que se envían los videos son: MPEG, AVI, MOV y los utilizados por videocámaras y cámaras integrada en los teléfonos móviles.

YouTube permite colgar videos clips de películas y programas de televisión, videos musicales, y videos caseros. (21)

Resulta un sitio de gran utilidad, ya que nos solo permite encontrar variedad de música, películas, sino que también sirve como herramienta educativa, ya que muchas empresas, profesionales publican tutoriales acerca de diversos temas: temas escolares, formación de oficios, comprensión de programas informáticos diseño, historias, documentales, etc. (22)



LinkedIn es una red social orientada al segmento laboral. El usuario se registra para dar a conocer su Cv, su preparación académica, sus experiencias laborales y actuales trabajos. El objetivo es lograr contactos profesionales, buscar trabajo,

poseer relaciones comerciales, e integrar grupos de discusión. LinkedIn fue fundada por Reid Hoffman, Allen Blue, Konstantin Guericke, Eric Ly y Jean-Luc Vaillant en diciembre de 2002 y lanzado en mayo de 2003. La gran particularidad es que posee un buscador de recursos humanos permitiendo encontrar el perfil de empleado que la empresa busca, ofreciéndole infinidad de resultados referente a la búsqueda.

(21) www.um.es/ead/red/32/laaser_et_al.pdf

(22) www.cad.com.mx/historia_de_youtube.htm

Algo de mucho interés, también es que LinkedIn permite solicitar recomendaciones a otros usuarios ya sea por un servicio prestado o una relación comercial de cualquier índole, por lo cual cada usuario que vea su perfil podrá conocer que opinan los clientes de esa persona y saber si debe contratarlo o no. Este tema da para un largo debate, lo que si deja claro linkedIn es que mientras más recomendaciones tenga un usuario más posibilidades tiene de ser contratado, en cambio un usuario que no posea recomendaciones para exhibir, probablemente no sea adecuado contratarlo.⁽²³⁾

Sus aplicaciones:

Si bien en sus comienzos LinkedIn se asemejaba a un directorio con nombres y datos de contacto, hoy en día ha integrado características propias de otras redes sociales. Por ejemplo, quienes tengan una cuenta en twitter puedan compartir sus últimos tweets dentro de su perfil, y a la vez desde él actualizar su cuenta en Twitter.

También es posible presentar los últimos artículos de un blog personal escrito en Wordpress. Se pueden también crear encuestas para ser respondidas por contactos profesionales e insertar presentaciones de SlideShare y Google Presentations. Y aquellos que deseen presentar un portafolio creativo también pueden encontrar respuesta para ello en LinkedIn. Estas son solo unas pocas de las posibilidades que entrega esta red, por lo que es conveniente explorarlas para descubrir más acerca de ellas.

El merito de LinkedIn reside además en su vocación de red profesional dentro de los medios sociales incluyendo perfiles de profesionales cualificados y expertos en infinitas áreas y actividades y se supone que después de su salida a bolsa su éxito será aún mayor.



Es una red social que se ocupa de compartir presentaciones de diapositivas on line en forma pública o privada. Este servicio se creó el 4 de octubre de 2004, sirve para publicar y difundir nuestras presentaciones. Su funcionamiento es muy sencillo, el usuario sólo tiene que suscribirse a la página y luego puede subir sus archivos que pueden ser: Power Point (ppt, pps, pot) documentos en Word, Open Office (odp) y PDF El tamaño máximo que permite por archivo es de 100Mb



Es una red social que se asemeja a facebook en algunas formas, pero introduciendo el concepto de círculos que posibilita conformar grupos de contacto independientes entre sí, sin que los mismos sepan que han sido agrupados. Permite además incorporar una misma persona a diferentes círculos independientes. Los contenidos publicados pueden ser públicos o privados (24)



Orkut es una red social que es propiedad y está operado por Google. Fue creada por un ingeniero, empleado de Google, llamado Orkut Buyukkokten, en enero de 2004. El servicio está diseñado para conservar lazos de amistad Empezó con una versión beta, en la que se podían unir sólo los que eran invitados, pero finalmente lanzaron una versión disponible para todos. En sus primeros años, fue popular principalmente en Estados Unidos, pero pronto fascinó a Brasil. Con el tiempo, también conquistó India y en la actualidad, estos dos últimos países son los que tienen la mejor recepción para esta red social llegando a tener el 54% y el 17% de los usuarios respectivamente

(24) Wikipedia.



Blogs o Bitácoras. No fueron creados como parte de redes sociales aunque en la práctica pueden formar parte de las mismas.

Los términos ingleses “*blog y web blog*” provienen de las palabras *web* y *log* ('log' en inglés = *diario*).

Un blog es un servicio web donde uno o varios autores publican cronológicamente, noticias, artículos sobre diversos temas. También surge la posibilidad de dar lugar a valoraciones y comentarios sobre “las entradas”(los documentos colgados en la página de blog). Las publicaciones son actualizadas periódicamente y llevan un orden cronológico inverso, es decir lo último que se ha publicado es lo primero que aparece. (25)

Su estructura:

Cada entrada se muestra de la siguiente forma:

- 1- Son encabezados por un título.
- 2- Quizás se sube una imagen o un enlace acorde al tema a tratar.
- 3- El desarrollo de la noticia, escrito personal del autor del blog.
- 4- A veces sólo encontramos el texto sin imagen.
- 5- O también la imagen o enlace puede aparecer al final del artículo, todo dependerá del formato que elija el autor del blog.

6- Cada entrada tiene un lugar para los comentarios de los lectores y seguidores habituales del blog. Estos según la configuración elegida por el administrador del blog, pueden ser publicados o eliminados.

Existen distintos tipos de blog:

- **Personales:** Son los más populares, el autor escribe sobre sus experiencias personales acerca de algún tema que le interesa, opiniones, recomendaciones o gustos. Se escriben periódicamente como un diario personal.
- **Temáticos o profesionales:** Son blog con temas específicos: moda, motores, música, religión etc. Son leídos por lectores que les interesa esas temáticas. Mayormente los seguidores son amigos o colegas.
- **Corporativos:** Son gestionados por una organización o marca. Su objetivo es presentar su especialidad y lanzar sus promociones. ⁽²⁶⁾

2.9. TERMINOS USUALES EN LAS REDES SOCIALES

Internet y el uso de las redes sociales, han generado cambios en el lenguaje, han creado términos específicos, con un significados que sólo pueden entender los conocedores estas nuevas herramientas de comunicación.

Mencionaremos algunos de esos vocablos:

- **Cuenta:** Conjunto de información que permite el acceso a una red social a través de la identificación de usuario. La cuenta se crea con un nombre de usuario y una contraseña, en algunos casos, a través de una cuenta de correo electrónico.

- **Usuario:** Persona que utiliza y forma parte de una red social. El usuario de estas redes sociales puede usar su propio nombre, parte de él, o usar un alias o apodo.
- **Perfil:** El término hace referencia a los datos personales o rasgos que caracterizan al dueño de la cuenta. Consiste en colocar una foto personal o la que mejor le guste o con la cual se identifica. Su dirección, su estado, ocupación etc. El perfil representa su identidad virtual.
- **Post:** Entrada, mensaje o comentario, un archivo compartido, una foto que cuelga el usuario en una red social.
- **Muro.** Espacio del usuario de una red social que comparte con el resto de sus contactos, donde estos pueden publicar sus comentarios u opiniones, etiquetar, colgar videos etc.
- **Comunidad virtual.** Conjunto de personas vinculadas por características o intereses en común, cuyas relaciones e interacciones tienen lugar en un espacio virtual, no físico o real, como Internet.
- **Estado.** Información de la situación, circunstancia o disposición del usuario de una red social. Esta información puede ser compartida por el propio usuario, o por la plataforma de comunicación de manera automática, indicando su disponibilidad o actividad en ese momento.
- **Grupo.** Servicio que proporcionan las redes sociales para la configuración de colectivos de usuarios con un interés u objetivo común. Los grupos permiten crear espacios donde los miembros pueden compartir información y contenidos de forma privada o abierta.
- **Evento.** Acontecimiento creado como una publicación o mensaje que se anuncia a otros usuarios de la red social para que participen del mismo.
- **Solicitud de amistad.** Mensaje enviado a otro usuario como petición para pertenecer a su lista de contactos, y viceversa. Una vez recibida la solicitud, el usuario puede aceptar y agregar un nuevo contacto para compartir con él su contenido e información.
- **Tweet.** Mensaje o publicación de 140 caracteres que se escribe y envía a los usuarios seguidores mediante la red social de microblogging

Twitter. También existe el Retweet (RT) que es, sencillamente, el reenvío de un tweet.

- **Seguidor.** Llamado *follower* en la terminología de Twitter. Usuario de esta red social que se suscribe a los mensajes o publicaciones (tweets) de otros usuarios, bien por admiración, como en el caso de los seguidores de deportistas o cantantes; por simpatizar con sus ideas; por mantenerse informado de sus actividades en Twitter; o, simplemente, por amistad. Este seguimiento o suscripción no es necesariamente recíproco.
- **Hashtag.** Etiqueta de Twitter para clasificar las publicaciones o mensajes (tweets) por temas específicos. Se representa mediante una almohadilla (#) delante de la palabra o palabras clave del tema dentro del cual se etiqueta el mensaje, con la finalidad de seguir, buscar y encontrar más fácilmente los temas interesantes para el usuario. Por ejemplo, #Educación o #TIC, para los mensajes que se etiquetan en estos temas.
- **Trending topic.** Tema popular en un momento determinado, en relación al número de publicaciones o mensajes (tweets) que se hacen sobre él en Twitter.
- **On-line.** Expresión inglesa que se traduce por las locuciones en línea o a través de Internet.
- **Web 2.0.** Conjunto de características, formas de uso y aplicaciones web que dan lugar, mediante cambios acumulativos en los desarrolladores de software y usuarios, a una transformación sustancial de Internet. El término se asocia a Tim O'Reilly debido a su promoción y divulgación en la conferencia O'Reilly Media sobre Web 2.0 de 2004.

Ejemplo:

FACEBOOK

PASO 1: CREAR LA CUENTA – ES RELLENAR EL FORMULARIO.



The image shows the Facebook registration page with the heading "Regístrate" and the sub-heading "Es gratis y cualquiera puede unirse." Below this, there are several input fields: "Nombre:", "Apellidos:", "Dirección de correo electrónico:", "Contraseña nueva:", "Sexo:" (with a dropdown menu), and "Fecha de nacimiento:" (with dropdown menus for "Día:", "Mes:", and "Año:"). A green "Regístrate" button is at the bottom. Below the button, there is a link: "Crear una página para una celebridad, grupo de música o empresa."

PASO 2 - Seguir pasos indicados y crear el perfil



The image shows the "Elección de tu foto de perfil" step in the Facebook registration process. It features a progress bar at the top with three steps: "Paso 1: Buscar amigos", "Paso 2: Información del perfil", and "Paso 3: Imagen del perfil" (which is currently active). Below the progress bar, there is a placeholder for a profile picture. To the right of the placeholder, there are two options: "Cargar una foto desde el equipo" and "Haz una foto con tu cámara web". At the bottom, there are buttons for "Volver", "Omitir", and "Guardar y continuar".

PASO 3 A partir de estos pasos eres un **USUARIO** de la red social.

PASO 4 Ahora ya puedes ver tu **MURO**. El aspecto es el siguiente



Nombre de usuario

Tu estado

Tu foto de perfil

El muro



Grupo

Eventos



Solicitud de amistad

Mensajes

Publicaciones de amigos.

2. 10. ESTADÍSTICAS

Las redes que ganaron popularidad en Argentina

No queda lugar a dudas de que las redes sociales se han impuesto en la generalidad de la sociedad argentina. Estas **constituyen una plataforma útil para todo tipo de organización**, especialmente las que buscan una vinculación directa con los clientes y público en general. Esta situación se ve **potenciada por la facilidad de acceso a Internet a través de los teléfonos celulares**, donde las aplicaciones de redes sociales adquieren mayor relevancia, debido a su omnipresencia en tiempo y espacio.

De esta forma, la **presencia de organizaciones y marcas en las redes sociales ya no es una opción sino una obligación**. No obstante, es clave entender la dinámica de las mismas para determinar cuál es la estrategia indicada para lograr que esa presencia sea fructífera.

Audiencias y tiempo dedicado a las redes



Resumen de Redes Sociales en Argentina

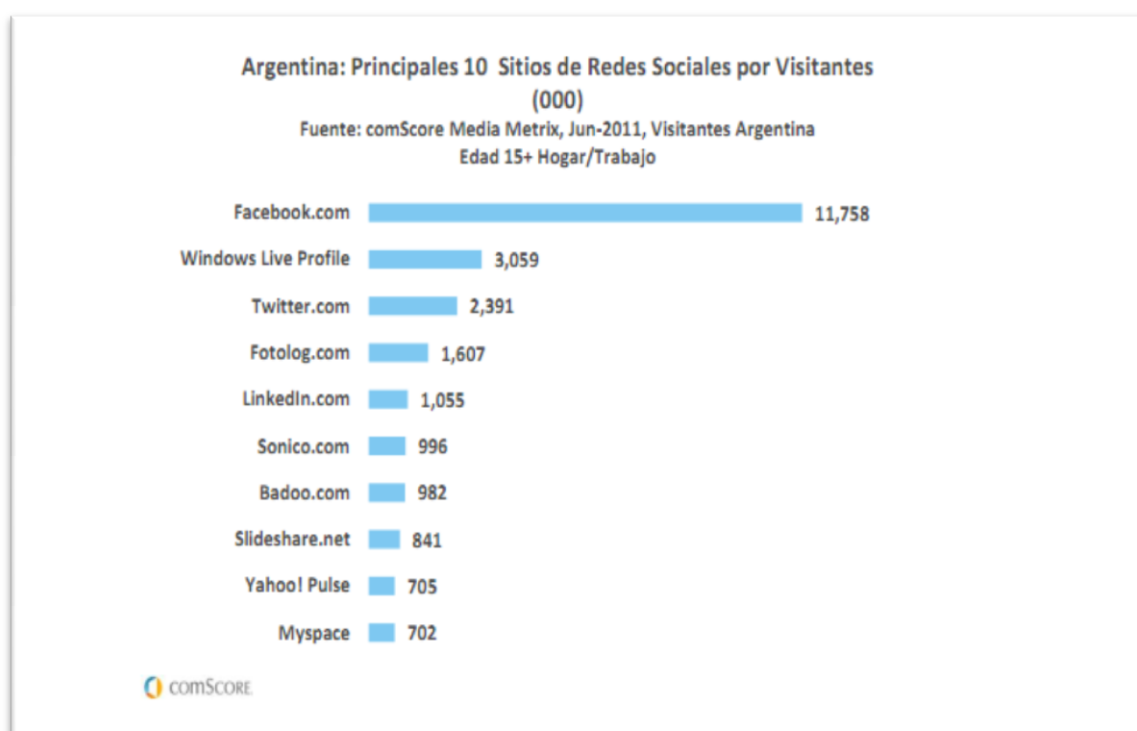
Fuente: comScore Media Metrix

ARGENTINOS EN INTERNET

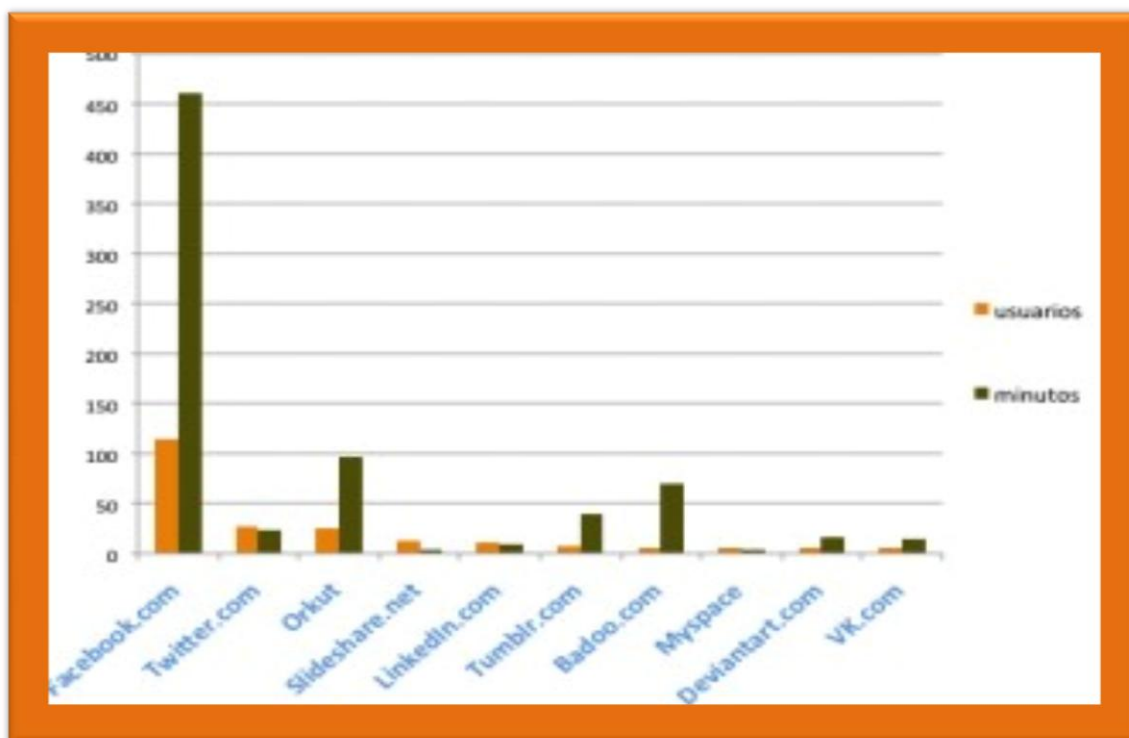
12,5 Millones	Total Audiencia Redes Sociales
95,4%	Población Online Visitando redes Sociales
7,5 Mil Millones	Total Minutos para Categoría Redes Sociales
32,2%	% de Total de Minutos Online
10,0 Horas	Tiempo Promedio Consumido por Visitante durante el Mes
Facebook	Principal Sitio de Red Social

Redes Favoritas

Argentina se encuentra primera en el ranking mundial, en el uso de facebook. En el mundo el promedio de visita a esta página es de seis horas, Argentina llega al récord de diez horas



El informe de **Comscore**: Recientemente (junio 2012), comenta que “más de 127 millones de latinos mayores de 15 años de edad visitaron un sitio de redes sociales desde el hogar o trabajo, en Abril del 2012, con un promedio de 7,5 horas consumidas por visitante al mes.” Estas son las 10 principales redes en América Latina y el promedio de uso por sesión de cada persona, de acuerdo con el reciente informe de Comscore



Datos de redes sociales en Latam. Fuente Comscore

Red social	Visitas	Minutos
Facebook	114.496.000	460min por persona
Twitter	27.371.000	22,5min por persona
Orkut	25.717.000	96,6 min por persona
Slideshare.net	12.811.000	3,6 min por persona
LinkedIn	10.467.000	28,8 min por persona
Tumblr	7.239.000	39 min por persona
Badoo	6.128.000	70,1 min por persona
MySpace	5.441.000	3,6 min por persona
Deviantart	5.260.000	17 min por persona
VK.com	4.910.000	14,9 min por persona

2. II. LAS REDES SOCIALES Y LOS ADOLESCENTES

Según una encuesta realizada por la UNICEF el 9 de octubre de 2013, sobre los usos de las redes sociales, en 500 adolescentes entre 12 a 20 años ha arrojado el siguiente resultado:

- El principal uso de las redes sociales es relacional, vincular y social.
- El 43% de los adolescentes abrieron sus cuentas antes de los 13 años.
- Casi 4 de cada 10 niños tienen más de 500 contactos en Facebook.
- El 77% busca a sus amigos como contactos.
- El 61% le parece importante que sus amigos escriban en sus muros.
- El 53% coloquen “me gusta “ en sus fotos.
- La actividad preferida es chatear con amigos o familiares (82%)
- Jugar on line el 62%
- Buscar información el 61%.
- Ver películas el 59%
- Bajar música 51%
- Buscar información sobre juegos el 45%
- En cuanto a los riesgos los adolescentes tienen sus precauciones para cuidarse de las redes.
- Muchos adolescentes han confesado que han conocido personas que primeramente fueron contactos en su redes (43%)
- 7 de cada 10 adolescentes pide permiso para abrir una cuenta en una red social. Solo el 13% de los padres acompañaron a sus hijos en el momento que ellos abrían una cuenta.
- El 52 % de los adolescentes que han sufrido discriminación o violencia En Internet, ha denunciado el abuso en la misma red.
- En diversas situaciones, los jóvenes han manifestado lo siguiente:
 - El 65% han bloqueado a usuarios molestos.
 - El 33% publicaron contenidos y luego lo borraron temiendo las consecuencias.

- El 26% ha mentido su edad.
- El 25% contactó personas que no conocía.
- El 17% envió mensajes ofensivos.
- El 14% dio su telefono a una persona desconocida.
- El 20% dijo que le pidieron video conferencias en el chat.
- El 17% se han burlado de fotos.

CAPITULO 3

USOS Y ABUSOS DE LAS REDES SOCIALES

3.DISTINTOS ENFOQUES.

3.1.1. Psicología y redes sociales.

Aspectos negativos

El uso de las redes sociales se ha convertido en los últimos años en un tema de estudio y análisis de los psicólogos por los efectos, tanto positivos como negativos, que producen en los individuos. Entre los riesgos que se han descubierto podemos nombrar los siguientes:

1- Desnudar la intimidad y poner en riesgos datos personales. Las redes sociales, los blogs y otros sitios en internet permiten que las personas expresen libremente lo que sienten, lo que piensan en sus perfiles personales. ¿Pero hasta qué punto es prudente revelar todos los detalles de nuestras vidas?

(...)”Una cosa es publicar informaciones y otra, hacer públicas nuestras intimidades. Además de compartir, debemos ser conscientes que arrastramos con nosotros a todo un equipamiento (amigos, dirección, correos, detalles de nuestra vida privada y demás). Son una multitud de detalles a disposición de gente que no conocemos, y su uso escapa a nuestro control. Vendemos gratis, datos y la intimidad de nuestros amigos sin su consentimiento. Muchos de los que leen estos “comentarios” “estados” colgados en las redes, no tienen inconvenientes en usarlos para sus propósitos... (27)



2- El abuso de las redes, daña el mundo de los afectos, el espacio de relaciones directas.

El mundo de los afectos, de los abrazos, incluso de la voz, de alguna manera están siendo dañados por el abuso de esta vía de comunicación con el otro, lo cual genera que devore el espacio de las relaciones afectivas y personales directas, que no dejan de ser las más importantes.

3- Provoca adicción



Así como hay adictos a las drogas, al alcohol, el tabaco también encontramos otro tipo de adicción no menos dañina: la adicción a Internet y en manera exclusiva a las redes sociales. Podría verse este hábito como algo inofensivo, pero los psicólogos muestran una gran preocupación por el tema dado que se ha convertido en

motivo de frecuentes consultas. Un estudio reciente de ComScore concluyó que Argentina es el país que más horas invierte en las redes sociales, 10 horas mensuales, casi el doble del promedio global, que es 5,2 horas.

Los usuarios adictos a las redes sociales son hombres y mujeres, habilidosos en el uso de las tecnologías de Información, con rasgos de personalidad tímida, retraída y depresiva, por lo que encuentran en Internet, el medio ideal para liberar su ansiedad.”

4- Desordenes a nivel social y físico

Extraemos estas observaciones del libro “Psicología de las adicciones” de Facultad de Psicología Universidad de Oviedo, Vol. 1, pág. 3, 4.



....Según Echeburúa y Corral (1994) cualquier conducta normal placentera es susceptible de convertirse en un comportamiento adictivo. En su opinión, la adicción a Internet se considera una adicción específicamente psicológica, con características comunes a otras adicciones: pérdida de control, aparición de síndrome de abstinencia, fuerte dependencia psicológica, interferencia en la vida cotidiana y pérdida de interés por otras actividades... La regulación fisiológica de la comida y del sueño se desequilibra, se saltan comidas y dejan de dormir por estar “enganchados” a su actividad. A nivel psicológico también se observa en el sujeto una euforia excesiva e incapacidad para dejar su uso abusivo incluso para mantener relaciones interpersonales con la familia y sus amistades. Cuando se priva de su comportamiento adictivo se siente vacío, con un estado depresivo e irritado. Al mantener un alto nivel de activación el sistema inmunitario se resiente y se observan efectos físicos en la persona como los ojos resecos, migrañas, el síndrome del túnel carpiano y dolores de espalda...

La adicción de los adolescentes:

El perfil de los adolescentes que caen bajo los efectos de las redes sociales:

- Los que no tienen una buena socialización, o no saben cómo acercarse a una chica o un muchacho, debido a su profunda timidez.
- Los que sufren estados depresivos.
- Los que rechazan su propia identidad.
- Los que tienen baja autoestima.

Lo positivo de las redes sociales según la Psicología.

Hasta aquí hemos desarrollado aspectos negativos del uso de las redes sociales. Pero “Nada es tan malo que no posea algo bueno”, dice un refrán popular, válido también para las redes sociales. Para el periódico digital BBC MUNDO, los que sufren insomnio podrían encontrar en las redes sociales alivio para combatir la falta de insomnio según la opinión de especialistas británicos. Joaquin Rocha, psicólogo especialista en educación para la comunicación, considera a las redes sociales como un instrumento eficaz, muchas veces utilizados por docentes, como aulas virtuales:

.... “Los vínculos que se entablan denotan la expresión particular e individual de cada alumno, así como la grupal, sin desatender las exigencias propias de una educación comprometida. Por otro lado, permiten centralizar las actividades de una comunidad educativa, haciendo de la comunicación, entre docentes y alumnos, algo efectivo y cercano.”...

Según José Luis Orihuela, las redes sociales son “servicios que permiten a sus usuarios relacionarse, compartir información, coordinar acciones y mantenerse en contacto”; y también se le podría sumar el hecho de facilitar la comunicación a muchas personas, quienes por falta de tiempo o de habilidades de comunicación escrita, consideran muy conveniente la posibilidad de enviar mensajes e información.

Desde lo cultural, personas de todo el mundo, paralelamente, comparten un mismo espacio y tiempo cibernético, de tal modo que las barreras fronterizas y lingüísticas se disipan. Cada país toma elementos culturales de otro y los añaden a su imaginario. (28)

3.1.2. Las redes sociales desde la opinión de la lingüística

Desde el punto de vista lingüístico, las lenguas cambian ya sea por 1- fenómenos ocurridos dentro del mismo sistema o 2- por influencia de otros. El teclado de la computadora, da acceso a distintos espacios de escritura, entre los más populares podemos citar al procesador de texto, el correo electrónico y el chat. Cada uno de ellos impone comportamientos y condiciones específicas de producción así lo afirma la Dra. Emilia Ferreiro.

El procesador de texto por ejemplo, es uno de los primeros espacios informáticos que introduce cambios, éstos se manifiestan en la revisión de los textos: se pueden corregir los errores de ortografía sin inconvenientes y sin dejar rastros. El correo electrónico por su parte, permite una respuesta rápida sin corrección (es muy propio de estos mensajes), donde se registran todo tipo de anomalías: malas separaciones entre palabras, ausencia de diacríticos, deficiente organización del espacio, incluso errores de ortografía. En cuanto al chat, es un espacio que suscita una respuesta ultra-rápida. El chat es una comunicación virtual entre dos personas y varias a la vez, esta forma requiere agilidad en la lectura y respuesta, de allí es que se abrevian términos, suceden errores ortográficos, y surge el acompañamiento de “emoticones” o caritas, iconos que intentan transmitir el estado de ánimo de los participantes. En poco tiempo estos iconos se hicieron muy populares. (29)

El lingüista argentino Alejandro Parini afirma en un artículo publicado en “Escritura y comunicación” (Ed. Teseo) que “la creatividad lingüística en las redes sociales, no solo se traduce en nuevas formas léxicas o morfológicas y en la utilización de emoticones y formas truncadas del lenguaje, sino que también se desarrolla en un contexto situacional en el que otros recursos lingüísticos, como la ortografía, son explotados de forma innovadora”.

La modalidad de simplificar la escritura en los mensajes de chat, al principio, no representaban una preocupación, poco importaba la sintaxis, y la mala ortografía, según lo señala un estudio empírico realizado en 1998 por la Universidad de Cambridge. En la mayoría de los casos, los “errores” eran considerados elecciones lingüísticas del hablante con el fin de economizar los esfuerzos de tipeo, imitar características del lenguaje oral o expresarse de “forma creativa”. Hoy, sin embargo –y sin importar las causas-, la mala escritura en las redes sociales es reprobada por La Real Academia Española y otras instituciones que velan por el buen uso de la lengua.

Estas instituciones, lingüistas, filólogos, escritores han levantado su voz en las mismas redes sociales criticando duramente los errores ortográficos, el reemplazo de letras (la “qu” por la “k”, por ejemplo), las abreviaturas forzadas y mal escritas o la formación incorrecta de acrónimos. Pero también dan opciones y consejos para mejorar la escritura, si así el hablante lo desea

Sobre la ortografía en el chat, dice Alberto García-Cervigón en “El nuevo léxico en la Red” (Ed. Dykinson, 2010) que “la transgresión de la norma, tan habitual en él, se ha convertido en su rasgo más característico”(…) ***“En ocasiones, como sucede con cualquier otro tipo de texto escrito, se advierten faltas de ortografía, fruto del desconocimiento del usuario del chat de las normas de nuestro código lingüístico. Pero a veces las transgresiones son el resultado de la extremada rapidez en el tecleo requerida en este tipo de comunicación”.***

Las recomendaciones de los lingüistas y profesionales de la comunicación es que antes de publicar algo en las redes sociales, se revisen cuidadosamente los términos y la ortografía, dado que lo que se cuelga en la red, “dice mucho de quien escribe”.

Otros opinan que los hablantes siempre buscarán decir más con menos, he allí el principio de la economía del lenguaje y el porqué los sistemas más complejos se van sintetizando o desaparecen. Los cambios lingüísticos son procesos más o menos lentos. Si recordamos lo que le sucedió al latín, nos damos cuenta de que la evolución de las lenguas no se da de la noche a la mañana, y de hecho, no se detiene. No obstante, en internet es probable que la evolución de ciertas lenguas se dé con mayor rapidez.

Al observar lo que pasa en las redes sociales Facebook y Twitter, podemos darnos cuenta de que se ha creado un argot cibernético que sólo funciona en este contexto. Se ha vuelto muy frecuente el uso de las viñetas llamadas comúnmente “memes” para comunicar, parodiar y satirizar todos los aspectos de la sociedad.

En la revista Wired Magazine, **Clive Thompson** hace referencia a un estudio muy interesante llevado a cabo por investigadores de la **Universidad de Stanford** (EE.UU.) a lo largo de cinco años (2001-2006). Se analizaron 15.000 escritos de alumnos universitarios: ensayos académicos, trabajos en clase, correos electrónicos, publicaciones en blogs, actualizaciones en espacios sociales y sesiones de chat. Contrariamente a lo que muchos creen, los jóvenes saben reconocer el contexto comunicacional y utilizan lenguajes y estilos diferentes según corresponda la ocasión: son capaces de adaptarse a las condiciones de producción de cada tipo textual, es decir, de cambiar de registro. La forma abreviada que utilizan en sus mensajes de texto no es la manera como escriben sus trabajos académicos en la universidad. Los jóvenes tienen mayor conciencia de lo que escriben para alguien y por qué uno escribe. Por su parte, otro estudio de la **Universidad de Alberta** (EE.UU.) muestra que el lenguaje comúnmente utilizado en los mensajes instantáneos no afecta necesariamente la ortografía de los chicos (30)

3. 2 Diversos usos de las redes sociales

3. 2.1 El uso de las redes sociales en los negocios.

“Hacia el final del segundo milenio de la era cristiana, diversos acontecimientos de trascendencia histórica han transformado el paisaje social de la vida humana. Una revolución tecnológica, centrada alrededor de las tecnologías de la información, está modificando la base material de la sociedad a un ritmo acelerado. Las economías de todo el mundo se han vuelto interdependientes a escala global, introduciendo una nueva forma de relación entre economía, estado y sociedad en un sistema de geometría variable”. (Castells, 2000:20)

Una etapa de transformaciones, como dice Torrent, (2009) “La economía del conocimiento se consolida a través de una nueva propiedad técnica: la relación simbiótica entre las TIC y el conocimiento. La TIC se configuran como la base material de un proceso de revolución industrial, el proceso de transición hacia la economía y la sociedad del conocimiento”

Las TIC permiten el paso de la red de empresas a la empresa red, superando la concepción de la tecnología como recurso e integrándola como un elemento central de la cultura empresarial, que se traslada a la estrategia y, por consiguiente, a la organización (Torrent, 2008b).

La empresa red surge de un cambio cultural interno, la empresa red, toma sus decisiones basadas en el conocimiento y no en la jerarquía. Las relaciones de los integrantes de la empresa red superan las tradicionales vinculaciones contractuales basadas en el precio, las características funcionales y el nivel de servicio. (Torrent, 2008b)

Del mismo modo que Tom O'Reilly introdujo el término web 2.0, el primero en nombrar el concepto “la empresa red”, fue McAfee, en la primavera de 2006, y lo denominó “empresa 2.0” (Cook, 2008) para referirse al uso de las plataformas emergentes de software social en el interior de las empresas o entre empresas, sus socios y clientes.

El uso de las TIC en la actividad empresarial potencia el replanteamiento de los procesos de negocio, de las estructuras organizativas y de las estrategias de mercado (Brynjolfsson y Yang, 1999).

Además, es propicio no sólo para la promoción y la publicidad, sino también es útil con respecto al servicio al cliente, la venta directa, la capacidad de interacción directa cliente vendedor y acceso inmediato a información (Schwartz, Evan, 1997).

Hoffman y Novak (1996) atribuían a la web, la capacidad para construir espacios de mercado altamente eficientes. Según ellos, la web no sólo ofrecería a los consumidores información completa sobre bienes y servicios, sino que también se presta a detallarla y especificarla de un modo novedoso y más eficiente que los medios tradicionales.

Las ventajas de las redes sociales en las empresas

❖ **Mejoran la colaboración**

Las redes sociales pueden agilizar el trabajo, especialmente en grandes empresas que tienen sedes en diferentes regiones o países, facilitan el intercambio de información entre departamentos y dentro de ellos. Las redes sociales pueden evitar la pérdida de archivos o documentos en casos de ausencia del empleado, cuando éste ya no se encuentre en su cargo por despido o renuncia.

- #### ❖ **Mejoran la comunicación interna.** Las empresas inteligentes, utilizan las redes sociales para conocer mejor a sus empleados, y comunicarse mejor con sus potenciales clientes, saber sus preferencias y aumentar la productividad. Algunas empresas crean grupos privados, que funcionan a modo de intranet, para compartir información corporativa. Plataformas como Facebook, Twitter, permiten la creación de comunidades, tanto abiertas como privadas sobre temas profesionales que pueden influir en la mejora competitiva de las organizaciones.

- ❖ **Refuerzan el compromiso de los empleados.** Las redes sociales pueden utilizarse para reforzar la percepción de pertenencia a la empresa, promoviendo la fidelización. Las redes sociales también pueden ser utilizadas para dar voz a todos los miembros de la organización abriendo vías para la innovación, la mejora de los productos y su promoción.
- ❖ **Mejoran la comunicación con el cliente**

Las empresas también pueden utilizar las redes sociales para dar a conocer sus noticias y abrir canales de comunicación bidireccionales para comprender las preocupaciones de sus clientes y también de los potenciales clientes. A través de las redes sociales, las empresas tratarán de interactuar con los usuarios, atender sus quejas y sugerencias.

También pueden permitir promocionar productos y servicios, creando comunidades de seguidores a través de concursos o promociones.
- ❖ **Las redes sociales son una muy buena estrategia de marketing,** se la utiliza para reforzar la imagen de la empresa.
- ❖ **Ayudan en la selección de recursos humanos**

Las redes sociales también pueden ser útiles para realizar contactos con otros profesionales y reclutar a futuros trabajadores. El reclutamiento 2.0 permitirá acceder a un número elevado de potenciales candidatos, de un modo más rápido y a un costo menor. (31)

Consejos Prácticos para el uso de las redes sociales en las empresas.

Francisco Álvarez Vaquero, consultor de marketing, opina que lo primero que una empresa debe hacer antes de incorporarse a una red social es definir los objetivos de marketing que intenta lograr, e investigar cual de los portales es el más conveniente, teniendo en cuenta los públicos a los cuales va dirigida su empresa.

También es necesario delinear la imagen que tendrá la marca del negocio dentro de la o las redes sociales que se elijan. Es aconsejable tener presencia en varias redes sociales aunque no se las use para proteger la marca. Además tener personal específicamente preparado para el mantenimiento de las redes.

Las publicaciones deben tener presente los siguientes puntos:

- 1- Redacción impecable. Contenido interesante y de calidad.
2. Lenguaje sencillo y claro.
3. Credibilidad.

Es muy importante:

- ✓ Interactuar con los usuarios.
- ✓ Atender y dar soluciones a las quejas sobre los servicios brindados por la empresa.
- ✓ Saber escuchar las demandas de sus consumidores.
- ✓ Siempre exponer promociones y descuentos.
- ✓ Disculparse en caso de cometer errores.

Las redes sociales, forman comunidades virtuales que se extienden día a día, usarlas inteligentemente brindará muchos beneficios. Además del progreso económico, y estar presente en medios de una continua innovación, los negocios fortalecen sus vínculos con sus empleados y clientes

3.2.2. El uso de las redes sociales en la política.

“La Web 2.0 modificó considerablemente la manera en la que utilizamos la información. Lo que cambia no es el número de medios, que aumentó prodigiosamente, sino más bien la actitud de los internautas que comentan, publican y finalmente vuelven a ser los actores de la información, dejando de ser lectores pasivos. Sin embargo

el cambio más importante reside en la difusión de contenidos. Ayer, los medios controlaban todo el circuito de distribución, pero Internet lo cambió todo: se puede acceder a programas de radio y televisión en cualquier momento, para leer un artículo no se necesita comprar todo un periódico”.

Laurent Binard

Internet ofrece un nuevo modelo de comunicación horizontal (sin jerarquías y descentralizada). Las tecnologías de la información han producido cambios en la Comunicación Social generando nuevas formas de trabajo; así, se han creado nuevos escenarios como las Redes Sociales, Wikis, Podcast, blogosferas, Internet telefónico, la escritura multimedia y el denominado “periodismo ciudadano”, según Núñez Noda (2009).

La nueva versión (2.0) de la web propone un entorno participativo, con autores y lectores entremezclados. Propone también a un receptor activo que busca, investiga, enlaza, hiper enlaza, opina, contesta, contrasta y crea contenidos a partir de otros ya existentes. Los roles de emisor y receptor se han modificado ya que la interacción que se da entre ambos no es lineal ni unidireccional sino que ha cambiado hacia la multi direccionalidad. Así, como señala Sonia Blanco (2009:17), “El ciudadano ha pasado de convertirse en receptor pasivo de la información a creador y generador de contenidos”. Estos factores proporcionan un cumulo de posibilidades para la comunicación política.

Según el Anuario Electrónico de Estudios de Comunicación Social “Disertaciones” Vol. 5, N°1, enero /junio 2012 podemos observar algunos detalles muy importantes:

(..) “El 66% de los argentinos accede a Internet, lo cual significa que de 40.117.964 ciudadanos, 26.477.283 usan la web. Asimismo, la red social Facebook cuenta con 15.642.6405 usuarios en Argentina. Entonces, aproximadamente el 59% de los argentinos que usan Internet

posee un perfil en dicha red social. Para los políticos y medios de comunicación argentinos son cifras atractivas”

(...) 311.072 personas les gustan la página de Facebook de la Presidente Cristina Fernández de Kirchner. En tanto, en su cuenta de Twitter tiene 802.839 seguidores”...

Estas cifras nos dejan en claro, que los ciudadanos argentinos, no solo acceden a Internet, sino que se unen a las redes sociales, con el fin de participar en debates, hacer sus comentarios, exponer sus ideas, oportunidades que los políticos saben explotar muy bien, como el caso de la presidente Cristina Fernández de Kirchner supo beneficiarse a través de las redes tal como lo hizo el presidente de los EEUU, Obama en su campaña electoral. El mexicano experto en marketing político, Alonso Cedeño, afirma que “Los políticos deben tener claro que las redes sociales sirven para una cosa: **generar comunidad**. Lo que debes hacer entonces, es dar acceso, a través de éstas, a otros contenidos que el lector no tenga en televisión”.

Cedeño, en conversación con **AméricaEconomía.com**, reconoce que las redes sociales posibilitan una gran gama de de interacciones. Para nadie es un misterio que al comentar opiniones o mostrando la aprobación a un contenido con un “me gusta”, hoy por hoy se ha elevado a estas redes a verdaderos centros de escrutinio público. (32)

¿Cómo influyen las redes sociales en la política?

1- Estas plataformas brindan información útil para los políticos.

Para poseer una cuenta de Facebook (la Red social más popular a nivel internacional) es imprescindible rellenar un formulario con los datos personales del nuevo usuario, como el estado civil, las preferencias sexuales, la edad, el lugar de residencia, las creencias religiosas y políticas, las preferencias de ocio, el tipo de estudios, el lugar de trabajo etc.

Además esta plataforma insta al usuario a comentar acerca de sus estados de ánimos, subir fotos, incorporarse a otros grupos, comentar estados de otros amigos. Estas actividades reflejan actitudes que “dicen” mucho más que las simples palabras, determinan los intereses personales de los inscriptos en la cuenta. Información muy valiosa para empresas, para vender o comprar y también formar el perfil de cada votante.

Todo este conglomerado de información facilita la segmentación espacial, económica, cultural, de mercados (en este caso votantes), son muy importantes para la efectividad de las campañas políticas y captación de votos. Es una nueva manera de mercadotecnia electoral.

2- Los dirigentes políticos, quieren “estar presentes” en la red. Ellos conocen el poder de las redes sociales, pero abrir una cuenta, tiene sus exigencias, al menos, sí se busca obtener resultados. Unirse a la red, no sólo sirve para hacer una campaña, ganar adeptos, sino que se necesita invertir tiempo, dedicarse a interactuar con los usuarios, responder a sus demandas. Según Ward & Gibson (2003), los políticos no se toman el tiempo para enviar una retroalimentación, menos para interactuar o para simplemente responder algunos comentarios que dejan sus seguidores. Es necesario saber utilizarlas con visión estratégica y comprender lo que demanda “estar en la red”.

3- Los beneficios que brindan las redes a los políticos:

Los elementos motivadores que justifican la presencia de los políticos en las redes sociales según Gutiérrez (2012): a) tiene que ver con la proximidad, es decir que estando en la red se produce un efecto de cercanía con el candidato; b) hace alusión a la confianza y la credibilidad, basada en esa cercanía con el candidato y c) por último, se menciona la acción de creer en el candidato y establecer acuerdos

Las redes sociales elegidas por los políticos.

Especialistas en redes sociales, han determinado que las de mayor impacto en los dirigentes políticos, son Twitter y facebook. Aunque todavía Twitter no es explotada en toda su potencialidad, solo la usan como un medio para la visibilidad y popularidad

“Solo la utilizan para dar primicias públicas bajo lógicas de prensa, como un llamador de medios, pero así no se consigue una interacción con el ciudadano”, agregó José Fernández Ardaiz, director de la consultora Cicoa, especializada en comunicación política 2.0.



De esta manera, el impacto de Cristina en Twitter (@CFKArgentina) y en Facebook en enero fue del 56% del total de menciones obtenidas por otros políticos incluidos en el "TOP 10". Detrás se ubican @MauricioMacri con el 21%, @DanielScioli con el 8%, @AmadoBoudou con el 5% y @HermesBinner con un 4%.

Durante el período abarcado, febrero y marzo de 2011, se monitorearon 141.142 menciones tomándose en cuenta únicamente los comentarios de sitios de Argentina (en las redes sociales, Socialmetrix clasifica las diferentes páginas por país, pudiendo comprender cuáles son de Argentina y cuáles no).

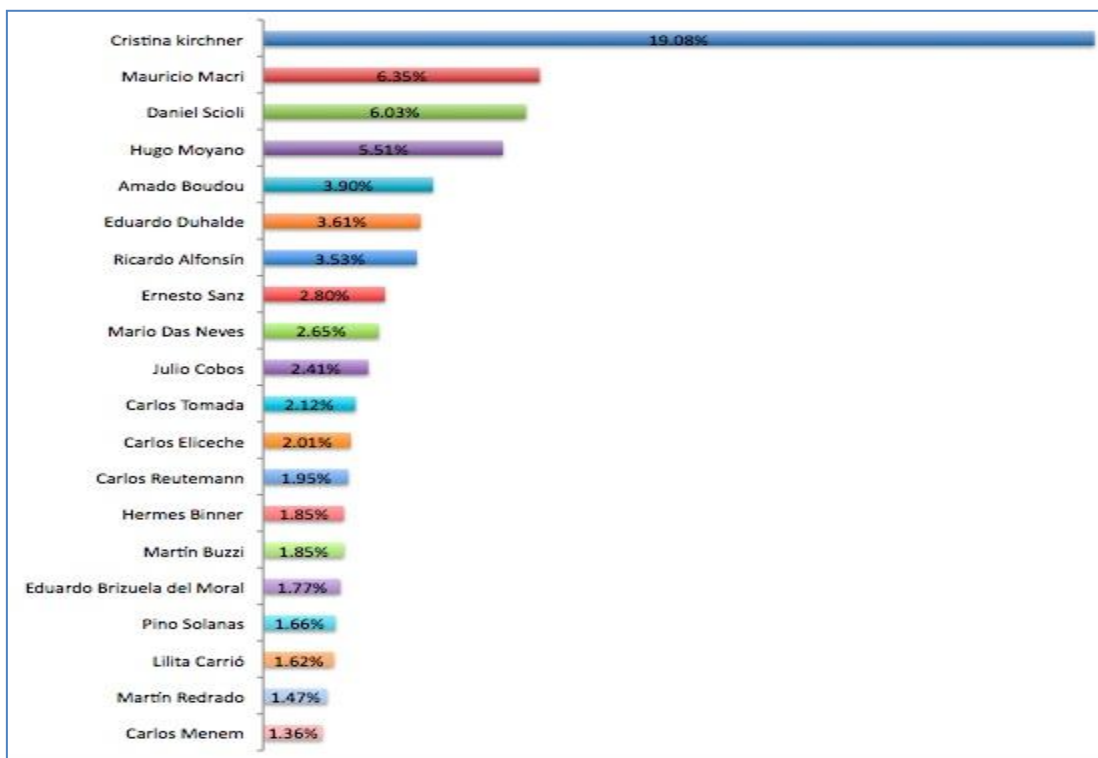


Grafico (33):

3.2.3 El uso de las redes sociales en la Educación

Cómo ya lo hemos mencionado varias veces, Internet, y las redes sociales han transformado las formas de comunicarnos. Sus lenguajes están modelando nuevos estilos cognitivos y estructuras mentales como otras formas de comprensión y percepción de la realidad. En consecuencia, es necesario, más bien imprescindible, que las instituciones educativas asuman la tarea de la alfabetización en estos nuevos lenguajes. La educación debe sumarse a estos nuevos desafíos, aplicarlas como estrategias de enseñanza y aprendizaje.

En los últimos años, a partir del desarrollo y expansión de los medios sociales en Internet, las TIC comienzan a concebirse como una herramienta adecuada para la construcción colectiva de conocimiento.

En las redes sociales, los alumnos participan activamente del proceso educativo, se relacionan, valoran, comparten contenidos y comunican resultados. Tienen un enorme atractivo en el aspecto personal y de relación, cuanto mayor sea el número de los participantes más atracción genera en los alumnos, ya que estas le permiten relacionarse con amigos y compañeros de otros cursos que apenas conocen y también entablar diálogos o acercamientos con sus propios docentes. Se crea así, un ambiente de trabajo favorable. Por su parte, los profesores, dejan de ser meramente transmisores de conocimiento para convertirse en tutores y guías del proceso enseñanza /aprendizaje.

En mi opinión, es importante considerar que las redes sociales tienen el propósito de formar comunidades libres, abiertas, dónde todos los usuarios tienen la oportunidad de expresarse, subir fotos, crear nuevos grupos, organizarse entre ellos para salidas etc., Si los docentes limitan el accionar de sus alumnos, han perdido la visión del uso productivo de las redes. Por otra parte, los alumnos desarrollan su autonomía, y ejercen sus límites, su dominio propio en las publicaciones y el respeto por una buena comunicación.

A través de las redes se van desarrollando : 1- **Actitudes**: colaboración (las personas crean, elaboran conocimientos en procesos continuos y veloces de retroalimentación) , respeto (reconocen y respetan los trabajos ajenos y elaboran nuevos conocimientos a partir de ellos), altruismo (contribuyen en la generación de conocimientos y lo ponen a disposición de otros).2- **Capacidades** : pensamiento crítico (aplican pensamientos críticos en la resolución de problemas, planificación de proyectos, investigaciones) , gestión del propio conocimiento (generar sus propios objetivos, manejar los procesos, y contenidos de lo que se aprende) pensamiento creativo, es decir, crear,

innovar, ser creativos en la elaboración de conocimientos **3-Competencias:** comunicarse, colaborar, investigar y producir.

Las redes sociales tienen el innegable valor de acercar el aprendizaje informal y el formal. Ya que permiten al alumno expresarse por sí mismo, entablar relaciones con otros, así como atender a las exigencias propias de su educación.

Beneficios de las redes sociales para la educación.

Diego Levis, Profesor de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires expresa los siguientes beneficios del uso de las redes sociales en a educación:

- ✓ Propician actividades en grupos por áreas de interés y/o temáticas.
- ✓ Facilitan el trabajo interdisciplinar.
- ✓ Fomentan las relaciones horizontales entre docentes y estudiantes.
- ✓ Favorecen el diseño de dinámicas colaborativas y cooperativas de estudio e investigación. ·
- ✓ Impulsan la producción colectiva de conocimiento.
- ✓ Derriban el muro del aula.
- ✓ Permiten la publicación de la bibliografía y otros documentos en distintos formatos útiles para el seguimiento del curso.
- ✓ Ofrecen una plataforma de comunicación versátil que permite distintos modos de comunicación interpersonal en línea , pública o privada.
- ✓ Acentúan el sentido de pertenencia al grupo.
- ✓ Contribuyen a que los alumnos compartan documentos, archivos en distintos formatos sobre temas de su interés, sean o no curriculares.
- ✓ Favorecen la curiosidad, y la capacidad de explicación de cada uno de los estudiantes. (34)

(34) LEVIS, Diego (2011). «Redes educativas 2.1. Medios sociales, entornos colaborativos y procesos de enseñanza y aprendizaje» [artículo en línea]. Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC). Vol. 8, n.º 1, págs. 7-24. UOC. [HTTP://RUSC.UOC.EDU/OJS/INDEX.PHP/RUSC/ARTICLE/VIEW/V8N1-LEVIS/V8N1-LEVIS](http://RUSC.UOC.EDU/OJS/INDEX.PHP/RUSC/ARTICLE/VIEW/V8N1-LEVIS/V8N1-LEVIS) ISSN 1698-580X

Áreas involucradas en las redes sociales educativas

¿Cómo usar las redes sociales?

Tanto alumnos como profesores deberían poder crear grupos que pueden ser abiertos a todos o cerrados, a estos últimos se accede por invitación.

1- **Grupos para realizar tutorías**, donde el tutor de avisos relacionados con la misma o se establezcan diálogos sobre los temas que se consideren oportunos.

2- **Grupos para asignaturas concretas**, donde el profesor ponga los deberes, el blog de su clase, colgar videos didácticos, las notas de los exámenes o alumnos hagan preguntas sobre la materia.

3- **Grupos de unos pocos alumnos**, para que estén en contacto mientras realizan trabajos temporales en alguna asignatura.

3.3. Riesgos en las redes.

La llegada de internet abrió las puertas a una comunicación instantánea, la posibilidad de los chat, compartir archivos, así como tiene sus beneficios, también se encuentran una serie de peligros a los que se enfrentan los conectados. Entre ellos.

Grooming

La palabra "grooming" es un vocablo que proviene del inglés "groom" que significa acicalar o cepillar en caso de animales. Se vincula a conductas de "acercamiento o preparación para un fin determinado".

Hace referencia a una serie de conductas y acciones de un mayor que intenta crear una conexión emocional con un menor con el fin de disminuir las

inhibiciones del niño preparándolo para un abuso sexual o incorporarlo a la prostitución infantil o la producción de material pornográfico. En la actualidad, esta problemática es moneda corriente y **cobra a diario víctimas que guardan un promedio de edad que comprende de 10 a 17 años**. Las redes sociales que eligen los pedófilos y acosadores son Facebook y Twitter.

Tipos de acosadores

Se pueden diferenciar tres grupos de acosadores sexuales:

1-Acosadores directos: Estos son los que frecuentan chats, redes sociales, con el fin de conectar niños. Una vez, que lo conectan, abiertamente le proponen encuentros sexuales o le solicitan imágenes íntimas. Suelen presionar al menor para que coloque la Web Cam para obtener sus imágenes.

2-Acosadores oportunistas: Estos, aprovechan imágenes íntimas de menores (no necesariamente pornográficas) que encuentran navegando en la red. Amenazan con ellas a los menores argumentando que van a difundir públicamente las fotos o videos entre sus amigos, y familiares.

3-Acosadores específicos: Estos son individuos, que hacen un trabajo lento, específico de acercamiento con el menor/ o la menor. Invierten su tiempo, para lograr un contacto sexual. Son muy difíciles de identificar.

En todos los casos, los individuos utilizan el chantaje para lograr sus fines.

Las fases del engaño

Fase enganche: El acosador, en sus primeras conversaciones realiza una serie de preguntas al menor, con la intención de conocer su edad, localización y preferencias. Se muestra amable, confiable, sin presionar ninguna situación.

Fase fidelización: En esta fase, el individuo, intenta fidelizar y asegurar la amistad con sus contactos. Los temas de conversación son de ocio, deportes,

música, videojuegos etc. Después, intentará conocer más de cerca los miembros que componen su familia.

Fase seducción: Ya en esta fase, las conversaciones se vuelven más confidentes, con temas de sexo, es posible que envíe fotos de otros menores, con el objetivo de pedir fotos. Manipulará, presionará y a la vez halagará, intentará conquistar, y generar un sentimiento de deuda.

Fase acoso: A estas alturas, el individuo cuenta con mucha información de su víctima, conoce sus gustos, sus inquietudes, sus amigos, familiares etc. Se cae su máscara, y deja ver sus verdaderas intenciones.

Utilizará frases del tipo:

1. ***“Tú eres muy inteligente. Sé que a ti no podría engañarte porque te darías cuenta...”***
2. ***“Nunca haré nada que tú no quieras hacer...”***
3. ***“Lo dejaremos cuando tu digas”***
4. ***“Tú decides hasta donde podemos llegar...”***

Tratará de justificar sus actos:

1. ***“Muchas personas de tu edad lo hacen pero no lo dicen por miedo a sus padres...”***
2. ***“En otras culturas las relaciones entre menores y niños son algo normal...”***
3. ***“En otras épocas, como en la Grecia Clásica, estas relaciones eran normales...”***

Consejos Prácticos.

1. Rechaza los mensajes de tipo sexual o pornográfico. Exige respeto.
2. No debes publicar fotos tuyas o de tus amigos/as en sitios públicos.
3. Utiliza perfiles privados en las redes sociales.
4. Cuando subas una foto en tu red social asegúrate de que no tiene un componente sexual. Piensa si estás dispuesto/a a que esa foto pueda llegar a verla todo el mundo y para siempre.
5. No aceptes en tu red social a personas que no hayas visto físicamente y a las que no conozcas bien. Si tienes 200, 300 o 500 amigos estás aceptando a personas que realmente no son amigos ni familiares tuyos.
6. Respeta tus propios derechos y los de tus amigos/as. Tienes derecho a la privacidad de tus datos personales y de tu imagen: no los publiques ni hagas públicos los de otros.
7. Mantén tu equipo seguro: utiliza programas para proteger tu ordenador contra el software malintencionado.
8. Utiliza contraseñas realmente privadas y complejas. No incluyas en tus nicks e identificativos datos como tu edad, etc.
9. Si se ha producido una situación de acoso guarda todas las pruebas que puedas: conversaciones, mensajes, capturas de pantalla...
10. Si se ha producido una situación de acoso NO cedas ante el chantaje. Ponlo en conocimiento de tus padres

(35)

(35)<http://www.quenoteladen.es/asegurate.php>

Bullyng

El bullyng consiste en el hostigamiento, maltrato psicológico o acoso moral, también llamado ciberacoso, según el diccionario de la real academia Española es el «trato vejatorio y descalificador hacia una persona, con el fin de desestabilizarla psíquicamente».

El acoso psicológico atenta contra la dignidad e integridad moral de la persona. Es un largo proceso donde la persona, siendo sometida progresivamente a la incertidumbre y a la impotencia, va perdiendo su autoestima y la seguridad en sí misma. No es plenamente consciente de que está siendo humillada y de que se están vulnerando sus derechos más fundamentales. El acoso psicológico continuado puede ocasionar el suicidio de la víctima. Una de las manifestaciones más frecuentes de este fenómeno es la publicación de fotografías, casi siempre poco afortunadas, que pueden ocasionar molestias a sus protagonistas, a los que se suele etiquetar para que sus contactos las vean. Es también muy frecuente la creación de páginas o grupos destinados a agredir, burlar o denunciar algún aspecto íntimo de la víctima.

Se caracteriza por un proceder sistemático y estratégico que se prolonga en un tiempo más o menos prolongado. Puede tener lugar tanto de forma directa como indirecta (a través de agresiones físicas o psíquicas, o de intriga) El acosador inventa rumores y mentiras, se mofa y denigra a su víctima.



La triada del bullyng

- **El Agresor:** Suelen ser fuertes físicamente, impulsivos, dominantes, con conductas antisociales y poco empáticos con sus víctimas. Se pueden distinguir tres tipos de acosadores:
- **La Víctima:** Suelen ser niños tímidos, inseguros, sobreprotegidos por sus padres. Existen dos tipos de víctima: 1-Víctima pasiva: Suele ser débil físicamente e insegura, con escasa autoestima, ausencia de amigos, proclives a la depresión. 2-Víctima provocadora: Suele tener un comportamiento molesto e irritante para los demás. En ocasiones, sus iguales les provocan para que reaccionen de manera inapropiada, por lo que el acoso posterior que sufren podría llegar a parecer justificado.
- **Los observadores.**

Consecuencias del Bullying

Las víctimas experimentan una creciente baja autoestima, ansiedad, depresión, fobia escolar e intentos de suicidio, con repercusiones negativas en el desarrollo de la personalidad, la socialización y la salud mental en general.

En cuanto a los agresores, las conductas de acoso pueden volverse crónicas y una manera ilegítima de alcanzar sus objetivos, con el consiguiente riesgo de derivación hacia conductas delictivas, incluyendo violencia doméstica y de género. Por su parte, los espectadores corren el riesgo de insensibilizarse ante las agresiones cotidianas y de no reaccionar a las situaciones de injusticia en su entorno. ⁽³⁶⁾

(36)<http://www.revistacabal.coop/cyberbullying-el-acoso-traves-de-las-redes-sociales>

Phising

Concepto

Phising, es un vocablo que procede de una analogía entre este delito y la pesca (en inglés: fish significa pescado). Para definir este término se podría decir que “es una forma de ingeniería social en la cual un atacante intenta de forma fraudulenta adquirir información confidencial de una víctima, haciéndose pasar por un tercero de confianza.

Posiblemente la definición más citada es la que proporciona el APWG, y que ha sido ampliada en enero de 2007 para recoger las continuas mutaciones del fenómeno y es la siguiente:



“Los ataques de phishing recurren a formas de ingeniería social y subterfugios técnicos para robar los datos de identificación personal de consumidores y las credenciales de cuentas financieras. Los ardiles de ingeniería social se basan en correos electrónicos engañosos que conducen a los consumidores a sitios web falsos diseñados para estafar a los destinatarios para

que divulguen datos financieros tales como números de tarjetas de crédito, nombres de usuarios de cuentas, contraseñas y números de la seguridad social. Apropiándose de nombres comerciales de bancos, distribuidores y compañías de tarjetas de crédito, los phishers a menudo convencen a los destinatarios para que respondan. Los subterfugios técnicos implican la instalación de crimeware (37) en ordenadores personales para robar las credenciales directamente, habitualmente utilizando “troyanos” que captan las pulsaciones de teclado”.

(37) **Crimeware** según la definición de Wikipedia es un software exclusivamente diseñado para la ejecución de delitos financieros en entornos en línea, generalmente puede ser un “troyano” que tiene el objetivo de re direccionar el navegador web utilizado por el usuario a una réplica de un sitio web original.

Tras estas definiciones nos queda en claro que los phishers son delincuentes que utilizan el correo electrónico, envían mensajes de cualquier tipo en forma indiscriminada a miles de destinatarios (spam) con ofertas atractivas para “pescar” una víctima. La intención es robar información personal de cualquier tipo (datos personales de los usuarios, datos bancarios, números de tarjetas de crédito) para perpetrar fraudes. Creo necesario detenerme un momento para hacer diferencias entre distintos tipos de “spam” para una mejor comprensión de lo que estamos exponiendo. Según la Agencia Española de Protección de Datos se distinguen los siguientes:

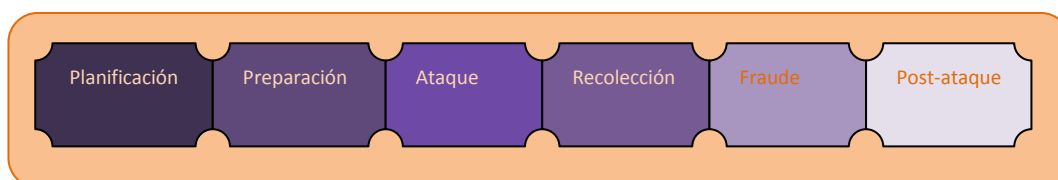
- **El spam con fines comerciales:** Su objetivo es difundir y ofertar productos a menor costo que el del mercado. Algunos son fraudulentos dado que ofrecen productos que violan la propiedad intelectual, patentes o normativas sanitarias.
- **El bulo (en inglés hoax)** Mensaje con contenido engañoso, que crean una cadena de solicitud de datos. Se narran historias de abusos, injusticias con una fórmula para adquirir un deseado bienestar. En opinión de algunos autores, este tipo de mensaje (spam) también sirven para motivar el gasto de los recursos de sistemas de información y comunicación.
- **El spam con fines fraudulentos:** El spam suele ser en la mayoría de los casos una oportunidad para los fraudes, phishing, muy difundidas la modalidad usada “cartas nigerianas”
- **El spam con fines delictivos:** Es un intermedio entre el bulo y el fraude.

phising de otros fraudes es que este cuenta con cuatro elementos fundamentales:

- 1) **Ingeniería social:** El *phishing* explota las debilidades de los individuos para engañarles y hacer que actúen contra sus propios intereses.
- 2) **Automatización:** Las tecnologías de la información son utilizadas para desarrollar los ataques de *phishing* de forma masiva.
Internet.
- 3) **Suplantación:** Un ataque de *phishing* requiere que los delincuentes suplanten a una empresa legítima o a una agencia gubernamental.

Fases del Phising

Diversas investigaciones han evidenciado que existen patrones de comportamientos en los ataques realizados por estos delincuentes. Seis pasos componen “el todo” del phising.



Fase 1: Planificación

Los phising son individuos preparados que planean hasta los más mínimos detalles, en primer lugar decide si el ataque lo efectuará de manera personal o en forma colectiva, en caso de optar por la segunda seleccionará las personas que infiltrará en su plan, designará las tareas de cada uno. Durante esta fase, el engañador, se plantea la situación, las decisiones de ataque, a quien es dirigido, cómo y dónde lo va a realizar, qué tipo de argucia empleará.

Fase 2: Preparación

Los delincuentes deben conseguir el software, los datos de contacto, localizar los destinos de sus ataques, preparar sus equipos, diseñar sus sitios web para llevar a cabo sus fraudes. A veces las víctimas son muy específicas, una

empresa, una persona concreta. En esos casos el armado de los mail, son muy cuidadosos y distintos de los correos masivos. En fase los estafadores hacen un análisis de los costos que saldría hacer el fraude.

Fase 3: Ataque

En esta etapa, la estafa requiere acciones de parte de la víctima, como abrir un correo, realizar una búsqueda o visitar una página web. Si es un ataque de alta complejidad, a una empresa o institución, la tarea será: atacar al servidor DNS de la empresa, sí el ataque es de media complejidad, se atacará a la víctima, con el envío de un correo electrónico, o un mensaje privado (“sebo”), se trata de distribuir un malware y se confecciona una web falsa para recabar datos. Los ataques se pueden realizar a la fuerza mediante secuestradores de sesión, troyanos web y reconfiguración de sistema a través de *proxy*, mediante un código malicioso que recopila la información dentro de los dispositivos de almacenamiento de la máquina infectada, o también puede suceder que el usuario de forma involuntaria, proporcione la información.

Fase 4: Recolección de datos.

El estafador queda a la espera de los datos. Una vez instalado el código malicioso, se ejecuta la recopilación de los datos.

Fase 5: Ejecución del Fraude.

Al recabar los datos, se efectúa la estafa de forma directa o indirecta vendiéndolos.

Fase 6: Post- ataque

El estafador elimina sus rastros, elimina el código malicioso y posibles rastros electrónicos. (38)

(38) INTECO, Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación. *Estudio sobre usuarios y entidades públicas y privadas por la práctica fraudulenta conocida como phishing*. Octubre 2007. Pág. 36 a 50.

Consejos prácticos para evitar phishing.

- 1- Desconfiar de correos enviados por entidades bancarias, siempre consultar al banco para asegurar que no somos víctimas de phishing.
- 2- No abrir los correos spam, porque estos poseen códigos especiales que al abrir los mensajes, infestan los computadores.
- 3- Si abres un spam, no cliquear en imágenes o link que se envíen.
- 4- Nunca responder mensajes de spam.
- 5- Trata a tu correo con responsabilidad, como “algo de cuidado” y privado. (39)

Sexting

El sexting es una palabra tomada del inglés que une “sex” (sexo) y texting (Envío de un mensaje de texto vía SMS desde teléfonos móviles) dicho en otras palabras el sexting es el exhibicionismo online. (39)

Este fenómeno se está difundiendo muy rápidamente en los adolescentes entre 12 y 18 años. En entrevistas realizadas por CQC, los jóvenes argentinos no toman el tema con seriedad, sino más bien como una moda. Lo más inquietante es que no tienen conciencia de los peligros que esta práctica puede ocasionar. (40)

(39) <https://www.gdt.guardiacivil.es/webgdt/publicaciones/x1redmassegura/x1red+segura.pdf>

(40.1) <http://www.sexting.es/guia-adolescentes-y-sexting-que-es-y-como-prevenirlo-INTECO-PANTALLASAMIGAS.pdf>

(40. 2) **BLOG ZONA EXTREMA.** <http://zonaextrema7.blogspot.com.ar/2013/05/el-sexting-una-moda-adolescente-entre.html>

Según un artículo publicado por la nación digital, el 10 de julio de 2010, “de los casi diez millones de usuarios de redes sociales y blogs, la mitad son adolescentes de entre 12 y 18 años, de los cuales el 90 por ciento posee un teléfono celular o tiene acceso a él. Pero el dato que más inquieta es que el 36% de esos chicos y chicas reconoció haber subido a la Web o enviado por teléfono fotos propias en poses provocativas”. Las redes sociales (Facebook, Twitter, Google+) son hoy, los lugares privilegiados para que sucedan todas estas cosas y a su vez se difundan con extremada facilidad.

El tema se vuelve preocupante, en entrevistas realizadas por CQC, los jóvenes argentinos han comunicado que esta práctica es muy común, y que lo hacen con el fin de darse a conocer, ganar popularidad, obtener muchos “me gusta” o comentarios positivos, cautivar la atención de otros. Para ellos no representan un tema riesgoso, es “una moda de estos últimos tiempos” es una “nueva forma de coqueteo” entre los jóvenes.

Es necesario destacar que las adolescentes, llegada la pubertad se vuelven muy pendientes de la belleza de su rostro, y las proporciones de su cuerpo, buscan sentirse bellas, admiradas por los chicos, eso le permite autoafirmar su personalidad dentro del grupo. Según la opinión P: H. Mussen, a partir de entrevistas realizadas a casi dos mil muchachas entre 11 a 18 años, ha encontrado que su principal preocupación es la apariencia física, y a la pregunta de qué les hubiese gustado cambiar de su vida, el 59 % contestó que desearían cambiar los rasgos faciales o corporales, y el 4% mencionó aspirar a una mayor capacidad intelectual. La apariencia física es muy importante tanto para las chicas como para ellos. (41) Este aspecto junto a la presión de grupo, hacen dos fuerzas determinantes en las decisiones de los adolescentes.

(41) Grupo Editorial Océano. Consultor de Psicología infantil y juvenil.

Tomo 3 "La adolescencia" Pág. 32 al 35.

El pensamiento generalizado entre ellos es: "quien hace uso de las herramientas digitales, debe ser divertido y atrevido, no un aburrido".

Consecuencias y riesgos del sexting.

- Tener en el celular una foto de carácter sexual, representa un riesgo muy importante, el dispositivo puede ser sustraído por ladrones, expuesto entre desconocidos y lo que es más grave puede ser publicado en Internet.
- La fotografía enviada en un mensaje personal, puede caer circunstancialmente en manos de otra persona y no del destinatario.
- Enviar una fotografía comprometedor, es perder el control de ella, es imposible recuperarla.
- Un descuido de esta naturaleza puede arruinar la imagen de una persona, y entre las consecuencias contamos: la humillación sería la más leve, y la más grave podría ser un chantaje.
- El psicólogo Sergio Balardini advirtió que el 'sexting' puede traer problemas emocionales en los jóvenes. "Ellos no sienten el peligro de las nuevas tecnologías porque nacieron con ellas y se imitan a través de éstas. Pero lo que al principio resulta una diversión, como el sexting, puede llegar a la humillación y el arrepentimiento por la pérdida de la intimidad, un sentimiento que los puede acompañar por años". El experto, sin embargo, opinó que no hay que echarle la culpa a Internet: "Los adolescentes no perciben la diferencia entre lo que es público y lo que es privado. Todo lo que hacen por la web o por el celular creen que no pertenece a sus actividades reales".
- En Missing Children alertan que los adolescentes que se exponen mediante fotos provocativas pueden ser captados luego por redes de

trata de personas. También que sus imágenes aparezcan en sitios porno.

Este fenómeno va en aumento debido a la poca atención de los padres y por otra parte por la facilidad de acceso a los medios tecnológicos, sin el debido control.

Señales de alerta para los padres

Páginas prohibidas. Si el padre pasa cerca del hijo y éste minimiza todas las ventanas de Internet, indudablemente, miraba algo indebido.

Horario de conexión. Si el adolescente se conecta de noche o sólo activa la PC cuando sus padres están durmiendo, es para prestar atención.

Cambios de conducta. Observar si desde que usa Internet, el chico está más aislado, no conversa.

Falta de control. Ocurre cada vez que prende la PC y el padre no tiene registro de lo que hace. (42)

Consejos prácticos para adolescentes

- Denuncia el sexting.
- No te expongas en fotografías comprometedoras. Mejor dicho, no evita posar para ese tipo de fotografías.
- Si recibes una imagen de tipo sexual, no la difundas. Qué otros lo hagan, no significa que esté bien, qué sea correcto.
- Recuerda el sexting, no es “algo sin importancia” es un tema serio, que puede destruir la imagen de personas involucradas.

(42) Artículo del diario Digital la nación. 10 de julio de 2010. <http://www.lanacion.com.ar/1283419-sexting-el-fenomeno-de-los-adolescentes-que-se-exhiben-online>.

3.4. Conclusiones del capítulo

En el capítulo hemos examinado, distintos enfoques de las ciencias con respecto de las redes sociales, los diversos usos, aunque debemos ser claros en este aspecto, en la actualidad siguen apareciendo nuevas redes sociales, podemos observar que cada día los individuos la usan de una manera más insólita y creativa. Estas son una estrella en el gran firmamento de las informaciones y comunicaciones. También se han analizado los peligros que representan la ignorancia y el abuso de las redes. A modo de conclusión de este capítulo, extraeremos en forma sintética los beneficios y riesgos en el uso de las redes sociales:

Beneficios

Las ventajas que otorgan las redes sociales quedan resumidas en las siguientes categorías:

- **La socialización:** La socialización es vista por los sociólogos como el proceso mediante el cual se inculca la cultura a los miembros de la sociedad, a través de él, la cultura se va transmitiendo de generación en generación. Los individuos aprenden conocimientos específicos, desarrollan sus potencialidades y habilidades necesarias para la participación adecuada en la vida social y se adaptan a las formas de comportamiento organizado característico de su sociedad. Vivimos en una sociedad red, donde las redes sociales han

ganado su lugar y dónde cada una de ellas, forma una comunidad virtual, dónde los usuarios se relacionan, comparten y se divierten .

- **El trabajo:** Internet, ha cambiado radicalmente la forma de buscar trabajo. En la actualidad se han diseñado páginas Web, (redes sociales como **Viadeo, Xing y Linked In**) exclusivas para contactarse con profesionales y lograr entrevistas de trabajo.
- **Negocio:** Las redes sociales son muy provechosas no solo para la promoción y la publicidad, sino también útil con respecto al servicio al cliente, la venta directa, la capacidad de interacción directa cliente vendedor y acceso inmediato a información (Schwartz, Evan, 1997). En la opinión de Hoffman y Novak (1996) la web y las redes, tienen la capacidad de construir espacios de mercado altamente eficientes. Según ellos, no sólo ofrecería a los consumidores información completa sobre bienes y servicios, sino que también se presta a detallarla y especificarla de un modo novedoso y más eficiente que los medios tradicionales.
- **Información:** Las redes sociales son una gran vía para transmitir información al instante. Su velocidad es su ventaja primordial. La educación recurre a las redes sociales para hacer sus comunicados, plantear sus consignas, hacer promoción de sus especialidades, transmitir contenidos de clase etc. Los políticos se habituaron a las redes sociales, a colgar sus comentarios políticos, a responder a sus fans, a discutir posturas, establecer sus ideas. El deporte usa las redes sociales para conocer los pensamientos y posturas de los deportistas frente a sus competencias, es habitual en periodistas deportivos, abrir una cuenta de Twitter para conocer los “dimes y diretes” de los jugadores de futbol y sus fans. La información recibida puede diferenciarse en primaria y compleja. La primera es información sin mayor importancia, prodigada entre amigos, conocidos, fans. La

segunda, compone la información más elaborada, transmitida para formar, educar.

Riesgos

- Según la Psicología: los riesgos a los que se exponen los usuarios son muchos, entre ellos: exposición innecesaria de datos personales, desordenes emocionales como adicción, daño en las relaciones interpersonales y en el mundo de los afectos.
- Suplantación de identidad, paso seguido a la usurpación de datos personales expuestos en los perfiles. Phising.
- Desatención de las responsabilidades diarias por el consumo de muchas horas frente al ordenador, conectado a las redes sociales.
- Bullyng.
- Groming.
- Sexting.

CAPÍTULO 4

CAMPAÑA DE PREVENCIÓN

4.1. CAMPAÑA DE PREVENCIÓN

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

TEMA: Usos y abusos de las redes sociales en Argentina.

SLOGANS: “NO permitas el ABUSO, RESPETA la vida.”

PROBLEMA: El informe de **Comscore**: Recientemente (junio 2012), comenta que “más de 127 millones de latinos mayores de 15 años de edad visitaron un sitio de redes sociales desde el hogar o trabajo”. Argentina se encuentra primera en el ranking mundial, en el uso de facebook, tiene un record en visitas, diez horas por día, mientras que el promedio en el mundo de visita a esta página es de seis horas.

El uso de las redes sociales se ha convertido en los últimos años en un tema de estudio y análisis de los psicólogos por los efectos, los riesgos que se han descubierto, entre ellos: ***Desnudar la intimidad y poner en riesgos datos personales, el daño ocasionado al mundo de los afectos y de las relaciones interpersonales directas, la adicción, desordenes a nivel social y físico.***

Por otra parte, los peligros se vuelven más amenazantes aún, se ha vuelto muy popular entre los jóvenes, el Cyberbullying –maltrato o agresión a través de mensajes de texto, de voz, o de fotos, videos, audios, subidos a las redes sociales, problema que preocupa a profesionales de la salud, padres y docentes. Las víctimas son en su mayoría adolescentes de entre 12 y 17 años, y las mujeres son más propensas a sufrir ataques. También ha surgido el grooming, "acercamiento o preparación para un fin determinado". Los maleantes, depravados, pedófilos, ganan la confianza de menores o adolescentes mediante la utilización de una identidad usurpada, fingiendo empatía, identidad de intereses o contención emocional con la finalidad de concretar un abuso sexual.

IDEA CENTRAL: (Objetivo general) La campaña intenta concientizar a los públicos, en especial a los niños y jóvenes, la importancia del buen uso de las redes sociales, así como también tener presente los riesgos que surgen cuando no se saben utilizar estas herramientas.

4. 2. Características de las estrategias de Comunicación.

La estrategia de comunicación persigue:

1- Demostrar que las redes sociales, pueden ser muy útiles cuando se las utiliza correctamente, qué es posible divertirse, chatear con amigos o colgar información si se toman los resguardos necesarios.

2- Proponer estrategias de alerta sobre los peligros que representa utilizar descuidadamente las redes, los riesgos a los que se exponen los cibernautas cuando hacen sexting, o provocan insultos o burlas a sus compañeros de la red y cometen toda clase de abusos.

Las redes sociales se han convertido en protagonistas de nuestro diario vivir, sus aplicaciones y posibilidades atrapan y vuelven adictos a sus usuarios, de allí la preocupación y la motivación para plantear esta problemática. Los niños, los jóvenes, los adultos, todas las edades están involucradas en su uso, sólo basta con tener acceso a una computadora, a un teléfono móvil, y las redes sociales comienzan a funcionar.

4.3. PÚBLICO OBJETIVO: (TARGET)

La campaña se diseñó para ser difundida a nivel nacional, y abarcaría las edades 10 a 20 años y docentes de escuelas primarias y secundarias y padres.

4. 4. Duración de la campaña: un año.

4.5. Estrategias de Comunicación.

A continuación se mencionarán las actividades que se realizan:

- Lanzamiento de seminarios informativos y cursos de capacitación sobre: “Usos y Abusos de Redes Sociales en Argentina” a realizarse en escuelas primarias, secundarias y universidades, con acompañamiento de estadísticas, y videos. Disertación a cargo de expertos en redes sociales. Fechas de ejecución: marzo, Junio, septiembre, diciembre.
- Entrevistas acerca del tema, realizadas a expertos, en medios de comunicación: radio, televisión, prensa, Internet: en la misma página web creada por esta campaña.
- Colocación de audiovisuales en pantallas de Tv, en las salas de espera de organismos estatales: hospitales, municipios, bancos, bibliotecas, universidades, escuelas etc., mostrando los peligros en los que pueden caer los incautos que no saben utilizar las redes sociales.
- Construcción de una página web, que sirva para informar sobre las redes sociales, su descripción, su contenido, funcionalidad etc. Además, informar acerca de los organismos que se ocupan de las denuncias cibernéticas. Un chat para comunicar urgencias. Un espacio para contar testimonios acerca de algún abuso experimentado.
- Motivar a las universidades de abogacía y ciencias políticas a realizar proyectos de ley, que protejan los derechos de los usuarios de las redes sociales.
- IMPRESOS: 1- Afiches apoyo a los cortos de televisión, tamaño 16 x 22 pulgadas, colocados en cada parada de colectivo, taxi, metro, de cada ciudad de nuestro país. 2- Folletos dípticos y trípticos, con información acerca de la existencia de distintas redes sociales y sus peligros,

Recomendaciones:

- Sí, sufres acosos, avisa a tus mayores.
- No publiques datos confidenciales como tu nombre completo, dirección, tel.
- No concretes citas con desconocidos a través del chat
- No aceptes en tu lista de amigos a personas que no conoces.
- Tus fotos publicadas pueden ser usurpadas para otros fines.

NO OLVIDES:

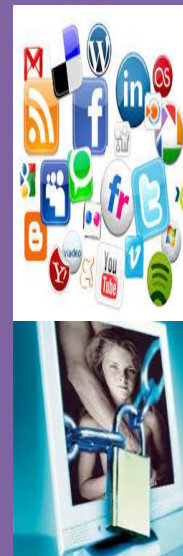
El uso correcto de las redes sociales previene consecuencias.

NO Permitas...

EL ABUSO



Campaña de Prevención Usos y abusos

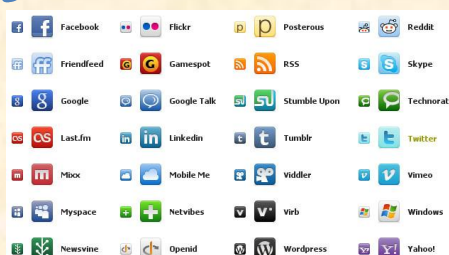


RESPETA tu vida

¿Qué es una red social?

Una red social es una herramienta de Internet que sirve para interactuar con amigos, conocidos, que posean intereses a fines. A través de ellas se comparte información, fotos, videos, y otras aplicaciones según la red que se elija,

¿Cuáles son?



LOS ABUSOS FRECUENTES



- ✓ ROBO DE INFORMACIÓN.
- ✓ ADICCIÓN.
- ✓ DESORDEN FISICO Y MENTAL.
- ✓ CIBERBULLING.
- ✓ GROOMING.
- ✓ ACOSO.
- ✓ AMENAZAS.
- ✓ DIFAMACIÓN.



- Afiches de recomendaciones: para padres y para docentes. Colocados en escuelas primarias, secundarias y universidades.

RECOMENDACIONES

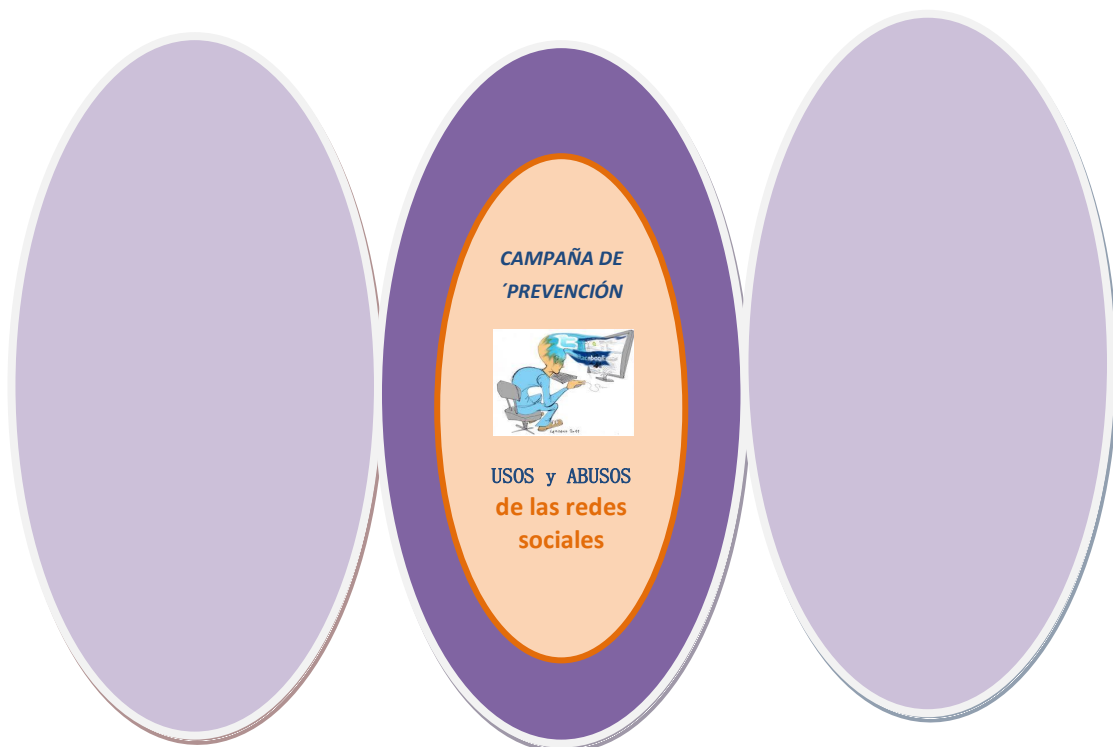
PADRES

- ✓ Conocer el uso de las redes sociales.
- ✓ Conocer los amigos virtuales de los hijos.
- ✓ Establecer límites en cuanto a las horas de conexión a Internet.
- ✓ Estimular una comunicación afectuosa y llena de confianza con los hijos.
- ✓ Potenciar sus valores y criterio crítico para que se apliquen en el uso de las redes sociales.
- ✓ Escuchar a los hijos cuando hablen de abusos

DOCENTES:

- ✓ Informar acerca de las redes sociales.
- ✓ Escuchar las quejas de los alumnos cuando son foco de amenazas, acoso, bullying, crouching.
- ✓ Denunciar a las autoridades superiores los casos de abusos que le sean confesados.

INFORMES: WWW.USOSYABUSOSDEREDESOCIALESENARGENTINA.COM



REDES SOCIALES USOS CORRECTOS




***Compartir con amigos.*Buscar información.**

***Enseñar.*Jugar.**

***Marketing y publicidad para empresas.*Opinar.**

REDES SOCIALES CONSEJOS PRÁCTICOS



***Controla la configuración de privacidad.*No aceptes como amigos a extraños.*Nunca accedas a citas con**

REDES SOCIALES ABUSOS



*** Robo de fotos, datos confidenciales**

***Bullanga.**

***Croming.**

CONCLUSIÓN

Las redes sociales en estas últimas décadas, han tomado un lugar de privilegio en la sociedad, todos de alguna manera están al tanto de su existencia. Para algunos, es solo “una moda” que con el tiempo dejara de ser, para otros son herramientas poderosas que siguen estableciéndose con nuevas aplicaciones que atrapan y cautivan a los cibernautas.

Las redes en sí, son un gran invento, ellas no son culpables de los abusos que sus usuarios o fans hacen de ellas. Tomemos en cuenta lo sucedido con Obama, el presidente de los Estados Unidos, quien las supo valorar y utilizar muy efectivamente para promocionar su candidatura a presidente. Fue a través del uso de una de ellas, que logró el mayor porcentaje de adeptos y ganó la campaña presidencial. Los docentes y grupos universitarios las usan con fines pedagógicos. Las empresas las usan para promocionar sus productos. Los noticieros recurren a ellas para conocer los últimos comentarios de la farándula, de los deportistas y de los políticos. Esto nos demuestra que si las redes se usan responsablemente son herramientas muy buenas.

Pero el problema se presenta en la niñez y la adolescencia. Ellos son los que más tiempo consumen en las redes. Las estadísticas registran que el tiempo de permanencia, es de aproximadamente 10 horas al día. Esto sí, qué es alarmante, porque significa que sus otras actividades han quedado en segundo plano. Ellos permanecen siempre conectados, a través de los teléfonos móviles o sus ordenadores, notebook o netbook que les han regalado las escuelas. No quieren “perderse de nada”, para ellos saber de sus amigos, sus publicaciones o comentarios es importante. A tal punto, que no se dieron cuenta de sus adicción.

Es importante destacar qué para ellos manejar estas nuevas herramientas no significa ninguna dificultad, ellos han nacido en una época de nuevas tecnologías, tienen tanta familiaridad con ellas, qué no observan las consecuencias negativas de los abusos. Por su parte, los padres no toman su lugar, no atienden las necesidades afectivas de sus hijos. Al parecer, ni se dan cuenta, que muchos de ellos, ni se sientan a la mesa a comer, porque han trasladado su comedor a la cama o la mesa del computador. No se percatan que la luz de su cuarto sigue prendida hasta altas horas de la noche. No hay un control de lo que hacen, de lo que ven, de lo que sufren por el abuso de las redes.

Esto no es dejar toda la responsabilidad a los mayores, también los niños y jóvenes tienen su parte, ellos deben estar debidamente informados y leer cuidadosamente las políticas de uso de las cuentas, antes de registrarse. Ellos deben denunciar los hechos mal intencionados de sus pares y de individuos estafadores, impedir ser víctimas de agravios, humillaciones y acosos.

Lo que hemos notado, es que los niños y los jóvenes, no toman con seriedad los riesgos que éstas pueden ocasionar, su comportamiento es inocente e irresponsable. Les parece gracioso hacer burlas, insultar en las redes, es una forma de hacerse notar, ganar autoestima, y popularidad con sus conocidos. No tienen reparo en publicar sus datos confidenciales, ni publicar fotografías provocativas que pueden terminar dañando su imagen moral, esto representa para ellos, “una diversión” y quien no lo hace es tildado como “aburrido”.

Realizar una campaña preventiva, es una buena alternativa para informar y concientizar a los niños y jóvenes de los usos y abusos que se pueden hacer de las redes sociales. También es una posibilidad para sensibilizar a padres y docentes en sus responsabilidades de guardar la vida de estos jóvenes

ANEXOS

NOTICIAS

TITULO: Cyberbullying: el acoso sobre las redes Sociales

FUENTE: Revista Digital Cabal (<http://www.revistacabal.coop/cyberbullying-el-acoso-traves-de-las-redes-sociales>)

Las víctimas son en su mayoría adolescentes de entre 12 y 17 años, y las mujeres son más propensas a sufrir ataques. El Cyberbullying –maltrato o agresión a través de mensajes de texto, de voz, o de fotos, videos, audios, subidos a las redes sociales- afecta a millones de jóvenes alrededor del mundo, y preocupa a profesionales de la salud, padres y docentes. La opinión de una especialista y algunos tips útiles para proteger a los menores.

El pasado 29 de marzo, Víctor Feletto salió de la escuela y regresó a su casa, en la localidad de Temperley, partido bonaerense de Lomas de Zamora. Allí se disparó en la cabeza con una pistola de su abuelo José. Tenía 12 años. Sus familiares denunciaron que la decisión pudo deberse a la presión que sentía el adolescente de parte de las autoridades de la escuela secundaria a la que asistía y a las ofensas de sus compañeros, que lo maltrataban sin darle tregua. En abril del año pasado, otro adolescente -Carlos Nicolás Agüero, de 17 años- se suicidó en la localidad de Chepes, provincia de La Rioja, **vencido ante el hostigamiento que sufría a diario de parte de compañeros y vecinos, por su presunta homosexualidad.** No se trata de casos aislados: **los adolescentes y jóvenes que sufren el acoso de compañeros o conocidos tanto en la escuela como a través de las redes sociales son las víctimas de un fenómeno de consecuencias alarmantes que crece cada día.**

Se define al **Bullying** a cualquier forma de maltrato psicológico, verbal o físico producido entre escolares de forma reiterada a lo largo de un tiempo determinado. Cuando se utilizan las redes sociales como medio para la agresión, el fenómeno se denomina Cyberbullying. Una de las manifestaciones más frecuentes de este fenómeno es la publicación de fotografías, casi siempre poco afortunadas, que pueden ocasionar molestia a sus protagonistas, a los que se suele etiquetar para que sus contactos vean las imágenes. Es también muy frecuente la creación de páginas o grupos destinados a agredir, burlar o denunciar algún aspecto íntimo de la víctima.

En la actualidad, el **Cyberbullying** resulta relevante por la gravedad de sus consecuencias, la dificultad de prevención y el alto grado de prevalencia.

Según indican las estadísticas, los protagonistas de los casos de acoso suelen ser niños y niñas en proceso de entrada en la adolescencia. Los chicos que resultan objeto de este tipo de agresiones, sufren las agresiones deliberadas de otros niños o jóvenes que se comportan cruelmente, con objetivo de someterlos, arrinconarlos, amenazarlos, intimidarlos o marginarlos, divertirse a costa suya u obtener algo de su parte.

El acoso suele ser sistemático y extenderse durante un período más o menos prolongado. Un dato llamativo es que las víctimas son en su mayoría mujeres, pero que también las agresoras son en su mayoría chicas.

“Los principales síntomas que puede presentar un joven o adolescente en el caso de sufrir cyberbullying son variados y van a depender de la personalidad previa a la situación de acoso por las redes, explica a **Revista Cabal Digital**, Virginia Ungar, médica psicoanalista, miembro didacta de APdeBA, consultora del Comité de Análisis de Niños y Adolescentes de la Asociación Psicoanalítica Internacional. **“Pueden presentar desde una negativa a concurrir a clase, signos de depresión, trastornos de ansiedad, retraimiento, aislamiento hasta somatizaciones varias,** y otros. En mi experiencia, veo que hay niños y jóvenes que rápidamente hacen saber a sus padres del problema que están atravesando pero también hay otros que demoran en contarlo y presentan las manifestaciones a las que me referí, y

los padres tiene que "llegar" a los hechos. A veces el cyberbullying es parte de un proceso que se da también en presencia, en la escuela. Puede ser una etapa preparatoria o acompañante de un acoso que a veces llega a extremos muy preocupantes." ¿Qué deben hacer los padres, en el caso de detectar algunos de estos síntomas o notar cambios drásticos en la conducta habitual de sus hijos? **"Lo primero es participar a la escuela de los hechos y además demandar una actitud activa por parte de la misma"**, sostiene la especialista. "Si no se diera esa posibilidad, insistir, porque la escuela debe tomar medidas que van desde observar el problema, a reunir al grupo, escuchar al chico afectado y a sus compañeros, además de hacer participar al equipo o gabinete psicopedagógico y psicológico del establecimiento". En cuanto a la **posibilidad de fortalecer la autoestima del chico de modo que éste esté en mejores condiciones para defenderse por sí solo**, frente a posibles ataques, Ungar puntualiza que "es posible hacer un trabajo con el niño o joven pero no creo que la familia pueda hacerlo sola. Como dije, la posibilidad de defenderse va a depender de la personalidad del niño o joven. El fortalecimiento de la autoestima se puede hacer 'de adentro hacia afuera', para decirlo de alguna manera. Es necesario un trabajo profundo con un profesional entrenado y que no sea parte del escenario en que transcurre el problema. No todos los chicos sufren de este tipo de acoso, pero también es cierto que no todos los que lo sufren están enfermos o perturbados. Como siempre, tendría que estudiarse cuidadosamente la situación singular en el contexto de lo personal y lo familiar en interacción con el medio". **Uno de los mayores inconvenientes que plantea el Cyberbullying es que los agresores** que utilizan las redes para insultar o burlar a la víctima –también es frecuente que difundan rumores e incluso mentiras– **se protegen casi siempre en el anonimato**: a diferencia del hostigamiento tradicional, que habitualmente consiste en la confrontación cara a cara, las víctimas cibernéticas no pueden ver o identificar a sus acosadores, lo que los hace sentir aún más indefensos y vulnerables. El anonimato es uno de los factores que perpetúa, además este tipo de prácticas.

Según una encuesta realizada en noviembre de 2011 por Ipsos para la agencia de noticias Reuters el 12% de los padres (internautas) de todo el mundo

asegura que sus hijos han sido acosados en Internet y casi un 25% conoce a un menor que ha sido víctima del denominado cyberbullying. El 3% de los padres definió el cyberacoso a sus hijos como una práctica “habitual”.

A raíz de esa investigación se supo también que el vehículo más frecuente para el cyber-acoso son las redes sociales como Facebook, citada por un 60% de los encuestados. Los dispositivos móviles y los chats figuran casi empatados en siguiente lugar, con un 42% y 40% respectivamente. A continuación se sitúan como medios el email (32%), la mensajería instantánea (32%), otras webs (20%) y otras formas de tecnología (9%).

La toma de conciencia sobre la especificidad del problema también es mundial: el 77% de los encuestados en este sondeo internacional consideran el Cyberbullying como un tipo de hostigamiento diferente de otros, requiere una atención y esfuerzos especiales por parte de padres y escuelas. En este sentido, es muy gráfica la definición que aporta la especialista norteamericana Parry Aftab en su guía sobre Cyberbullying: “Después de dedicar años a proteger a los menores de los adultos en Internet, nunca pensé que dedicaría tanto tiempo a protegerles de ellos mismos”.

Los estudios más recientes confirman que **los más vulnerables son los niños de entre 12 y 17 años edad, de nivel socioeconómico medio-alto y que cuentan con dispositivos móviles y acceso abierto a redes sociales y correo electrónico.**

Si se tiene en cuenta que, según los especialistas en salud mental, **el abuso sexual y el acoso escolar son las agresiones más severas para los niños, está claro que resulta de vital importancia que los padres presten especial atención a posibles síntomas que puedan estar revelando que sus hijos sufren algún tipo de acoso o si ellos acosan a algún otro.**

La conducta típica del acosador suele responder a las siguientes características: es intencional, persistente y agresiva. Se señala como elemento característico lo que se llama “la intención de daño”, es decir, la evidencia de que existe un definido propósito de perjudicar a la víctima, que

puede terminar sufriendo un **deterioro en su autoestima, y padeciendo efectos en su personalidad, como una mayor tendencia a la introversión, angustia, depresión, pérdida de interés en el aprendizaje, fracaso social, miedos de diversa naturaleza, cefaleas, náuseas, vómitos, adicciones, episodios psicóticos y pensamientos o intentos de suicidio, en los casos más dramáticos.**

10 tips para proteger a sus hijos menores del Cyberbullying (acoso informático)

1. Evitar que, en lo posible, el chico tenga una cuenta propia en una red social. Aunque la mayor parte de los menores que viven en las grandes ciudades cuentan con una cuenta propia, la edad de 13 años es uno de los requisitos necesario para abrir una cuenta de correo electrónico o en una red social.

2. Sume a su hijo como su amigo en la red social. Eso le permitirá ejercer cierto grado de control sobre lo que hace, comenta o publica. Cuando él tenga su propio correo electrónico, el pacto puede ser que usted también disponga de la contraseña de acceso. Explíquelo la necesidad de ser cuidadoso en el manejo de estas herramientas.

3. Establezca las bases para una buena comunicación con su hijo. Recuerde que usted está a cargo de su cuidado y educación, y explíquelo que si alguien lo acosa -en persona o en Internet- él debe decírselo cuanto antes, para que usted pueda tomar las medidas necesarias para protegerlo. Es conveniente aclarar de ante mano que sufrir alguna agresión o acoso no es algo que a él deba avergonzarlo.

4. Limite el tiempo que su hijo emplea en Internet o chateando con sus amigos. Se pueden pautar determinadas horas por día o por semana. Lo importante es que no tenga acceso irrestricto a las redes, en cualquier momento y horario.

5. Evite que su hijo tenga computadora en su dormitorio. Cuanto más tiempo pasen los hijos en presencia de sus padres, menos probabilidades tendrán de meterse en problemas en Internet. Lo ideal es tener una computadora familiar, en algún lugar de la casa –como el living o el comedor-

que todos utilicen, de manera que la privacidad quede acotada a otras prácticas y no al uso de las redes sociales.

6. Predique con el ejemplo. Si sus hijos lo ven enviando mensajes de texto o hablando por celular a toda hora, e incluso usando Facebook con excesiva frecuencia, esto les parecerá lo más normal del mundo. Internet es una gran fuente de información y socialización, pero es importante aprender a equilibrar su uso.

7. Observe el comportamiento y la actitud de tu hijo. Aunque crea que su hijo le cuenta todo, no de esto por hecho. Si lo nota más triste de lo habitual, o percibe un menor rendimiento escolar, indague en las causas del cambio de comportamiento. Explíquelo que no debe tener miedo de contarle si alguien lo está molestando o agrediendo.

8. Si su hijo es víctima de acoso, tome acción de inmediato. Hable con los maestros, cambie el número de teléfono de su hijo, cierre su cuenta de correo electrónico y su cuenta de red social, e incluso informe a las autoridades si es preciso. El bullying ha costado la vida a pre-adolescentes y adolescentes y hay que tomarlo en serio.

9. Involúcrese en su vida social. Conozca a sus maestros, a sus compañeros de escuela, a sus amigos y a los padres de sus amigos. Está muy bien lo de permitir que tenga privacidad, pero cuando sea adulto. La niñez, la pre-adolescencia y la adolescencia son momentos de saber siempre con quién anda y qué está haciendo.

10. Ayúdele a tener confianza en sí mismo. Los niños tímidos, acomplejados o con alguna diferencia física, étnica, o social, tienen más tendencia a ser víctimas del acoso escolar o cibernético. En caso de que su hijo pueda sentirse diferente a sus amigos, ayúdelo a desarrollar confianza en sí mismo mediante el deporte, la pertenencia a un club o la práctica de algún hobby que él disfrute. No se trata de negar el acceso a Internet a los niños, sino de educarlos para crear una cultura de un uso responsable de las herramientas tecnológicas.

Es de vital importancia que los centros educativos no se vuelvan cómplices pasivos del acoso. De ahí la importancia que los maestros o profesores estén siempre atentos para su detección y prevención ya que las víctimas, en general, sufren de manera silenciosa.

TITULO: Grooming: el delito de mayor impacto sobre adolescentes en la web

FUENTE: La Nación.com

AUTOR: Fernando Tomeo

Las nuevas tecnologías y en especial las redes sociales han revolucionado el mundo de la comunicación y, aquel que no es consciente de este cambio, está mirando el campo vecino. Mayores y menores de edad sustentan nuevas relaciones a través de plataformas digitales como Facebook donde intercambian contenidos de todo tipo (opiniones, comentarios, fotos y videos) en un océano que nunca se agota. Todos quieren jugar el partido "social media" que presenta un particular peligro para los chicos y adolescentes: el delito de grooming.

La palabra "grooming" es un vocablo de habla inglesa y se vincula al verbo "groom", que alude a conductas de "acercamiento o preparación para un fin determinado".

El grooming comprende todas aquellas conductas ejecutadas "on line" por pedófilos (los groomers) para ganar la confianza de menores o adolescentes mediante la utilización de una identidad usurpada, fingiendo "buena onda", empatía, identidad de intereses o contención emocional con la finalidad de concretar un abuso sexual.

Mayores y menores de edad sustentan nuevas relaciones a través de plataformas digitales como Facebook donde intercambian contenidos de todo tipo en un océano que nunca se agota

Estos individuos utilizan los chats y las redes sociales como vehículos para tomar contacto con sus víctimas. Generalmente crean una identidad falsa (puede ser la de "un famoso") en Facebook o Twitter utilizando su imagen, y desde ese lugar toman contacto con el menor para emprender el camino del engaño que finaliza con una violación o abuso sexual.

En otros casos, el pedófilo se hace pasar por otro adolescente y mediante mecanismos de seducción busca el intercambio de imágenes comprometedoras de contenido sexual, que luego son utilizadas para extorsionar a las víctimas con la amenaza de su exhibición a familiares o amigos.

El grooming es moneda corriente en la actualidad y cobra a diario víctimas que guardan un promedio de edad que comprende de 10 a 17 años. Los padres y las instituciones educativas deben tomar conciencia de esta modalidad delictiva que tiene particular cuna en las redes sociales, las que decididamente no constituyen una moda pasajera: han venido para quedarse.

El primer caso de repercusión en la Argentina data del año 2010, [cuando un joven de 26 años fue detenido en el barrio de Floresta acusado de haber seducido a una chica de 14 años a través de Facebook](#) y haberla violado. El abusador se había hecho pasar por un joven estudiante aficionado a la cocina internacional. Pero los casos se replican en la práctica profesional.

En todos los casos, el objetivo de estas acciones es uno solo: mantener un encuentro real con el menor o adolescente para abusar sexualmente del mismo

Este delito, que ha sido reconocido en varios países (Reino Unido, Australia, Estados Unidos, Canadá y Alemania, entre otros), no está previsto en nuestro Código Penal, pero afortunadamente los legisladores argentinos han tomado cartas en el asunto, aunque no con carácter definitivo. En efecto, [el Senado de la Nación aprobó el 2 de noviembre de 2011 un proyecto de ley que incorpora el artículo 128 bis al Código Penal y contempla la figura del grooming](#) bajo la siguiente redacción: "Será penado con prisión de seis meses a cuatro años el que, por medio de Internet, del teléfono o de cualquier otra tecnología de transmisión de datos, contactare a una persona menor de edad, con el propósito de cometer cualquier delito contra la integridad sexual". La senadora Sonia Escudero presentó el dictamen. El proyecto aprobado (S-2174/11) tiene como antecedentes los proyectos presentados por la senadora María José Bongiorno y los senadores María Higonet y Carlos Verna.

Los expertos convocados al debate (el que escribe este artículo; el fiscal general Ricardo Sáenz y el Doctor Daniel Monastersky) coincidimos en la necesidad de actualizar en forma integral la última reforma del Código Penal con una descripción de la figura del grooming y otros institutos que requieren ser contemplados o actualizados en nuestra legislación tales como el sexting, el ciberacoso, la usurpación de identidad on line y la neutralidad en Internet de la mano de un necesario ajuste a nuestra ley de propiedad intelectual en relación a los derechos de autor en Internet.

Este delito, que ha sido reconocido en varios países, no está previsto en nuestro Código Penal, pero afortunadamente los legisladores argentinos han tomado cartas en el asunto

Esperemos que la Cámara de Diputados convierta en ley el proyecto en cuestión en forma inmediata. La integridad sexual y psicológica de los menores y adolescentes es el bien jurídico protegido: nada más y nada menos.

3- NOTICIAS DE SEGURIDAD INFORMÁTICA- SEGU-INFO

TITULO: ARGENTINA, ENCUESTA: ABUSO Y MAL USO DE LA WEB

FUENTE: EL CIUDADANO WEB

Según los resultados de una encuesta encargada por la diputada provincial Mónica Peralta (GEN) en torno al uso de tecnologías por parte de niños y adolescentes, el 87 por ciento de los jóvenes rosarinos pasó alguna vez por alguna situación desagradable en el uso de internet y también, aunque en menor medida, de teléfonos celulares. En el trabajo, que fue realizado sobre un universo de 450 chicos y chicas de Rosario del rango de edad de 12 a 18 años, se destaca entre las situaciones más comunes que uno de cada tres expresó haber vivido la situación de que alguien conocido publicara en internet una foto suya que lo avergonzaba; también haber sido destinatario de alguna invitación por chat, correo electrónico o mensaje de texto para encontrarse personalmente con uno o más desconocidos. Además, casi cuatro de cada diez de los consultados admitió haber entrado "sin querer" o "por error" a algún sitio web con imágenes que lo incomodaron; y el 34 por ciento dijo haber recibido pedidos de personas desconocidas para que les enviara fotos propias.

En diálogo con este medio, la diputada provincial del Frente Progresista, quien dirigió el trabajo, destacó que la idea de llevar adelante el muestreo estuvo vinculada con el hecho de poder "examinar cómo los chicos utilizan este tipo de tecnologías, sobre todo teniendo en cuenta que estos soportes muchas veces sobredimensionan algunas prácticas que se daban antes como, por ejemplo, los acosos en el ámbito escolar o distintas formas de abusos hacia los menores".

Si hay algo de lo que ya hace un buen rato no hay lugar a dudas, es que los adolescentes se han apropiado por completo de las nuevas tecnologías. Según la encuesta, y en lo que en algún punto marca la introducción a la misma, el 97 por ciento de los consultados dijo usar internet y/o telefonía celular. En tanto, la muestra también es reveladora de cómo han ido avanzando las conexiones domiciliarias en la ciudad: hasta no hace mucho tiempo los ciber eran el espacio preferido de los jóvenes. Hoy ya han dejado de serlo: el avance del uso familiar ha provocado que un 67 por ciento de los chicos rosarinos acceda a internet desde su casa.

Sin embargo, el dato más preocupante está vinculado con el grado de exposición de los adolescentes con respecto a los problemas que pueden surgir en el uso de las nuevas tecnologías. En los últimos tiempos se conocieron en reiteradas oportunidades algunos casos que han llamado la atención de la opinión pública, sobre todo en los adultos, para quienes este tipo de acontecimientos es toda una novedad. Estas situaciones tienen que ver con aquello que se denomina "delitos cibernéticos".

Según describe el informe, los más comunes suelen ser *grooming*, *ciberbullying* y *phishing*. El primero refiere a la estrategia utilizada por abusadores sexuales para manipular a niños, niñas y adolescentes con el fin de poder tener el control total sobre la víctima en el momento de la situación de abuso. En tanto, el *ciberbullying* es el término con que se denomina al acoso escolar cibernético, fenómeno común en las comunidades escolares y sus consecuencias son muy perjudiciales tanto para las víctimas, los acosadores y los testigos de las agresiones. Finalmente, el *phishing* es la modalidad de estafa diseñada con la finalidad de robar claves de acceso a servicios, y hasta la misma "identidad digital" de un usuario. En este tipo de delitos se instala la problemática sobre la producción, distribución y consumo de pornografía infantil en internet.

En tanto, en lo que respecta a situaciones que se pueden considerar

desagradables o agresivas, la mayoría de los adolescentes encuestados, un 87 por ciento, pasó por lo menos alguna vez por una instancia de este tipo. Puntualmente, un 38 por ciento de los chicos encuestados dijo haber entrado "sin querer" o "por error" a algún sitio web con imágenes que lo "asustaron o incomodaron"; a uno de cada tres un desconocido le "pidió" que le "envíe fotos tuyas" y a un 25 por ciento del total de la muestra alguien "de la escuela o conocido" le envió "mensajes o fotos agresivas" (o que, al menos, llegaron a incomodarlo) al celular, el email, en su cuenta de Facebook o al Messenger, entre otras de las más usadas redes sociales.

Al mismo tiempo, los resultados arrojaron también que un 19 por ciento recibió mensajes o fotos que lo incomodaron de parte de "personas desconocidas"; a uno de cada tres de la muestra alguien de la escuela o conocido le publicó en internet una foto suya que lo "avergonzó"; un 30 por ciento recibió alguna invitación para "encontrarse" con alguien que "no conocía personalmente" y, además, dos de cada diez se encontró personalmente con alguien que conoció a través de internet (ver infografía).

En tanto, y con respecto a la pregunta si conocían a alguien que había pasado por alguna de estas situaciones, un 71 por ciento respondió que sí. Evaluando el grado de conocimiento y educación de los chicos sobre este tipo de problemas, el 45 por ciento de la muestra reconoció que no sabría cómo actuar ante alguna de estas situaciones.

Para el final, la legisladora explicó que lo que se trató con el trabajo es intentar comenzar a "rediscutir los valores sociales, la relación entre padres e hijos, pensar un poco sobre la dificultad a la hora de construir vínculos de los chicos entre ellos y con su entorno social".

FUENTE: INFORMATICA LEGAL

[\(http://www.informaticalegal.com.ar/2010/11/15/el-rapto-de-una-adolescente-alerta-sobre-el-abuso-a-traves-de-las-redes-sociales/\)](http://www.informaticalegal.com.ar/2010/11/15/el-rapto-de-una-adolescente-alerta-sobre-el-abuso-a-traves-de-las-redes-sociales/)

AUTOR: MIGUEL SUMER ELÍAS.

FECHA: 15 DE NOVIEMBRE DE 2010

En la Argentina, casi 2 millones de menores utilizan Facebook. Una chica de 16 años pactó un encuentro con un hombre de 38, quien la mantuvo cautiva seis días. Los especialistas piden agravar las penas cuando la captación se haga por medios electrónicos. Esto aún no existe como figura legal.

Gustavo Sarmiento

gsarmiento@tiempoargentino.com.ar

El caso de una joven de 16 años que fue secuestrada por un comerciante en San Miguel, luego de pactar un encuentro a través de Facebook, volvió a poner en escena el reclamo de especialistas para agravar la pena de abuso cuando se haya utilizado un medio electrónico como elemento de captación. La figura no está legislada en nuestro país, donde 1,9 millón de menores usan esa red social. El comerciante de 38 años concretó la cita con la menor el 21 de octubre a la salida del colegio, tras seducirla por Facebook. La convenció de ir a su casa, en La Tablada, donde la tuvo encerrada seis días. La Policía Bonaerense trabajó con un especialista informático y luego de rastrear los e-mails e indagar en el Facebook de la chica, descubrieron al hombre (J. C. M.), que tenía muy pocos contactos: eran todas menores de edad. Decidieron atraparlo creando el perfil falso de otra menor. Lo incitaron a encontrarse y luego lo siguieron hasta su comercio de venta de celulares, en San Justo. Al allanar su casa, secuestraron revistas, fotos y videos pornográficos caseros, y encontraron a la chica, que en un primer momento negó su identidad: no

presentaba signos de golpes. Los investigadores buscan determinar si abusó de ella y si la tenía amenazada o ejercía un dominio psicológico sobre la chica.

“Es una generación que no fue preparada para Internet. De golpe, los chicos empezaron a utilizar las redes sociales y los padres no saben cómo contrarrestarlo, porque nunca vivieron una situación similar”, indicó Miguel Sumer Elías, abogado en Derecho Informático, Internet y Nuevas Tecnologías de la Información. “Los chicos tienen gran conocimiento de tecnología, pero gran desconocimiento de su uso. Hay que trabajar mucho en el diálogo entre adultos y menores.”

En la Argentina, ya son 11.825.140 las personas que tienen Facebook, ubicándolo en el puesto 12º a escala mundial. Es el de mayor cantidad de usuarios de Sudamérica, e incluso supera a España. Los menores de 17 años son un 16% del total, mientras en los EE UU son apenas el 11%, y en Brasil el 10%.

Según un estudio del Ministerio de Educación, el 95% de los chicos no cree en los riesgos de la red, y el 75% piensa que todo lo que se dice allí es cierto. El principal uso es el chat, y ocho de cada diez chatean sin que los padres sepan con quién.

Sumer Elías aconsejó a los jóvenes que “sean inteligentes, usen el sentido común y no pongan datos de más. No agreguen ‘amigos’ por agregar, porque no son amigos. Y lo más importante: que no tengan vergüenza de hablar con los padres.” Sobre las citas pautadas a través de redes sociales, sugirió que se concreten “cuando uno está seguro de quién es el otro, y siempre conviene ir acompañado”.

A partir de 2011, el gobierno nacional implementará un sitio (denominado Defensor del Internauta), que buscará alertar a las personas acerca de los riesgos de Internet. Además, se realizarán módulos de educación a distancia para padres, docentes y alumnos.

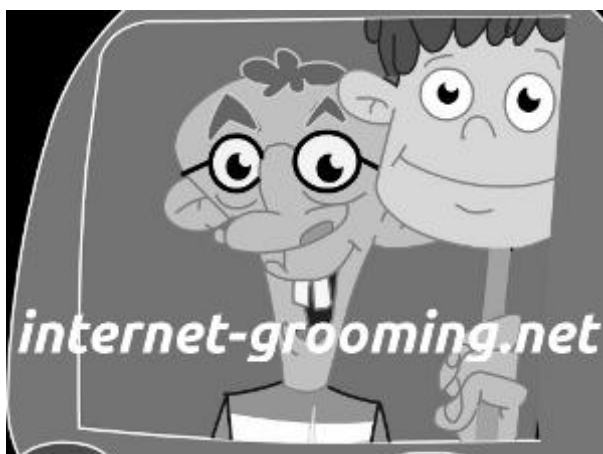
TITULO: 10 CONSEJOS PARA DEFENDERSE DEL GROOMING Y DEL CIBERACOSO SEXUAL

FUENTE: BLOG PANTALLAS AMIGAS

FECHA DE PUBLICACION: 24/01/2011

El acoso sexual de menores en la Red no es algo frecuente. Sin embargo, es perfectamente factible y las consecuencias pueden ser devastadoras. Una vez iniciado el daño es irreparable. Por fortuna, es sencillo de evitar e incluso de contener en los primeros momentos.

Condición necesaria para el acoso sexual en la Red



Todo caso de acoso sexual se hace posible porque el acosador dispone de un **elemento de fuerza** sobre la víctima que pone a ésta en el compromiso de atender las demandas del depredador. Este elemento puede ser de muy diversa naturaleza, si bien el más común es la posesión de alguna [imagen íntima que el chantajista amenaza con hacer pública](#) en caso de que no sean satisfechas sus peticiones de índole sexual. Estas solicitudes suelen consistir en el envío de imágenes eróticas por la webcam pero, si hay proximidad, puede llegar a solicitarse un encuentro personal con el grave riesgo que ello implica. En ocasiones, este elemento de fuerza no existe y es la pericia del acosador la que lo crea de manera ficticia y hace creer a su víctima en su existencia.

Tantos adolescentes como personas adultas pueden ser víctimas de este tipo de chantaje, sin embargo existen mayor vulnerabilidad en los menores que se ven incapaces de gestionar esta complicada situación, lo que les sitúa a merced del acosador.

Conceptos: acoso sexual de menores online e Internet Grooming

El *grooming* es una forma en que se manifiesta el acoso sexual en la Red hacia los menores, pero no la única. Se puede hablar de *grooming* cuando se produce un acecho sexual donde previamente ha habido una estrategia de acercamiento, de engatusamiento, con el fin de ganarse la confianza del menor por parte del depredador sexual para así obtener ese elemento de fuerza con el que iniciar el chantaje. Sin embargo, en muchos casos el acecho sexual no se produce de esta manera, no hay una fase previa. Ocurre, por ejemplo, cuando el depredador accede a informaciones o imágenes de su víctima usando la fuerza (robo de contraseñas, por ejemplo) o valiéndose de terceras personas o medios alternativos. Aunque en este caso el enjuiciamiento no sería el mismo por la diferente naturaleza de las acciones previas, a efectos de la víctima nos sitúa prácticamente en el mismo lugar. Hay que destacar [el papel que tiene la webcam](#) tanto para la obtención del elemento de fuerza como para la realización de concesiones al depredador por lo que debe ser considerada un componente crítico en estos casos y, por lo tanto, una condición necesaria.

Tres fases y diez claves para luchar contra el acoso sexual en la Red

Prevención: evitar la obtención del elemento de fuerza por parte del depredador.

Si se evita que el depredador obtenga el elemento de fuerza con el que iniciar el [chantaje](#), el acoso es inviable. Para ello es recomendable:

1. **No proporcionar imágenes o informaciones comprometedoras** (elemento de fuerza) a nadie ni situar las mismas accesibles a terceros. Se ha de pensar que algo sin importancia en un determinado ámbito o momento puede cobrarla en otro contexto.

2. **Evitar el robo de ese elemento de fuerza** para lo cual se debe preservar la seguridad del equipo informático y la confidencialidad de las contraseñas.
3. **Mantener una actitud proactiva respecto a la [privacidad](#)** lo que implica prestar atención permanente a este aspecto y, en especial, al manejo que las demás personas hacen de las imágenes e informaciones propias.
4. **Afrontamiento: tomar conciencia de la realidad y magnitud de la situación.**

Cuando se comienzan a recibir amenazas e intimidaciones es importante:

4. **No ceder al chantaje** en ningún caso puesto que ello supone aumentar la posición de fuerza del chantajista dotándole de un mayor número de elementos como pueden ser [nuevas imágenes o vídeos eróticos o pornográficos](#).
5. **Pedir ayuda.** Se trata de una situación nueva y delicada que conlleva gran estrés emocional. Contar con el apoyo de una persona adulta de confianza es fundamental. Aportará serenidad y una perspectiva distinta.
6. **Evaluar la certeza de la posesión** por parte del depredador de los elementos con los que se formula la amenaza y las posibilidades reales de que ésta se lleve a término así como las consecuencias para las partes. Mantener la cabeza fría es tan difícil como importante.
7. **Limitar la capacidad de acción del acosador.** Puede que haya conseguido acceso al equipo o posea las claves personales. En previsión de ello:
 - a. Realizar una revisión total para evitar el *malware* del equipo y cambiar luego las claves de acceso.
 - b. Revisar y reducir las listas de contactos así como la configuración de las opciones de privacidad de las redes sociales.
 - c. En ocasiones, puede ser acertado cambiar de perfil o incluso de ámbito de relación en la Red (bien sea una red social, un juego online multi jugador...).

Intervención

Las situaciones de acoso sexual rara vez terminan por sí mismas, siendo habitual la reincidencia en el acoso incluso en momentos muy distantes en el

tiempo. Es preciso no bajar la guardia y llegar hasta el final para lo cual es conveniente.

8-Analizar en qué ilegalidades ha incurrido el acosador y cuáles pueden ser probadas. Puede ser inviable probar que el depredador dispone de ciertas imágenes o informaciones o que las ha hecho públicas. También puede ocurrir que no se pueda demostrar que esas imágenes fueron obtenidas por la fuerza o mediante engaño o incluso que se han recibido amenazas. Por todo ello conviene saber en qué ilícitos ha incurrido o incurre el depredador porque ello habilita la vía legal.

9-Buscar y recopilar las pruebas de la actividad delictiva: capturas de pantalla, conversaciones, mensajes... todo aquello que pueda demostrar las acciones del depredador o dar pistas sobre su paradero o modo de actuar será de gran utilidad tanto a efectos de investigación como probatorios. Se debe tener presente no vulnerar la Ley en este recorrido.

8. **Formular una denuncia.** Con un adecuado análisis de la situación y elementos de prueba que ayuden a la investigación el hecho ha de ser puesto en conocimiento de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado con independencia de que el acoso hubiera o no remitido.

Cada caso es diferente y la manera de abordarlo también. En determinadas circunstancias, incluso puede ser recomendable seguir la corriente del acosador para tratar de identificarle. En otras, la denuncia inmediata a la policía es la opción más razonable. No obstante, las anteriores son orientaciones que pueden funcionar bien en la mayoría de los casos y mientras la policía ofrece su asistencia.

VIDEO: CIBER grooming en Internet

ENLACE: http://www.youtube.com/watch?v=xvBB_MqkRgA

¿De verdad quieres usar tu webcam?

VIDEO: Webcam: consejos animados.

ENLACE: <http://www.youtube.com/watch?v=FLKR5aq3Zbw#t=36>

TITULO: EL USO DE LAS REDES SOCIALES EN EL AMBITO LABORAL

FUENTE: www.infojus.gov.ar. 4/2/2013

Autor: **JOHN GROVER DORADO**

FECHA; 4 de febrero de 2013

1. INTRODUCCIÓN El auge de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación ha impactado en todos los ámbitos de la vida del hombre. El trabajo, entendido como la mayor manifestación de la capacidad productiva y creadora de las personas, amén de su innegable esencia dignificante, desde luego que no ha sido la excepción a dicha tendencia, se advierte que Internet, como el máximo paradigma de las nuevas Tics, ha modificado en forma categórica algunas realidades vinculadas con las relaciones laborales. Veamos como ejemplo no sólo los nuevos puestos de trabajo intelectuales y altamente especializados que la industria tecnológica ha traído consigo, sino también otros cambios en los tradicionales conceptos y prácticas laborales: la aparición y afianzamiento del teletrabajo o tecno trabajo ante la desaparición del requerimiento de la presencia física en un lugar de trabajo fijo; la necesidad de nuevas habilidades y permanente actualización en el manejo de las herramientas tecnológicas, particularmente las informáticas; la permanente conexión a una red como factor de cambio en el régimen de jornadas, horarios y descansos laborales; las nuevas y sutiles enfermedades físicas y psicológicas que surgen de una rutina de cuasi aislamiento y de uso intensivo de una computadora; la automatización y la despersonalización en los procesos de

atención a clientes cada vez más habituados al uso de las nuevas tecnologías, entre otros.

Es en este marco de cambios tecnológicos dinámicos, permanentes, y por sobre todas las cosas, que desbordan a los institutos jurídicos tradicionales del Derecho Laboral, donde cabe incluir un tema de candente actualidad: la utilización de las redes sociales en el ámbito de trabajo, ya sea antes, durante y después de la relación laboral.

En este punto debemos detenernos un instante a los fines de definir qué son y en qué consisten las redes sociales. Entendemos por tales a aquel servicio que presenta Internet, a través de distintos sitios de la World Wide Web, por medio del cual los usuarios comparten gustos, intereses, opiniones, fotografías, videos, y demás contenidos multimedia con otros usuarios conocidos o desconocidos, en un espacio virtual que recrea un espacio de interacción social, a partir de perfiles públicos o privados por ellos confeccionados.

Dentro de este amplio concepto, pretendemos comprender no sólo los distintos tipos de redes sociales (1), sino también las diversas funciones y/o aplicaciones que pueden utilizarse, destacándose la posibilidad de intercambiar mensajes instantáneos (chat) o bien dejar mensajes para cuando el usuario se conecte nuevamente (Wall o Muro), "subir" (upload) y comentar fotografías y videos propios o de terceros, compartir enlaces (links) favoritos, jugar en línea, visitar perfiles de otros usuarios, crear un evento o un grupo de interés, etc. Entre las redes sociales más conocidas, por su gran popularidad, deben destacarse Facebook (2), Twitter (3), My Space (4), Foursquare (5), Google+ (6), Youtube (7), entre otras.

En el presente trabajo consideraremos el uso de redes sociales por los empleadores en el proceso de selección previo a la contratación de un nuevo empleado, los derechos y obligaciones que surgen del control que aquéllos realizan de las informaciones, imágenes y datos personales del trabajador, su reglamentación como herramienta informática de trabajo, y las posibles

consecuencias de su utilización indebida. Estos temas serán expuestos teniendo en cuenta la normativa y jurisprudencia nacional, pero sin perder de vista algunas soluciones esbozadas en el derecho comparado.

2. EL USO DE LAS REDES SOCIALES EN EL PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL Un uso harto frecuente, y que poco tiene que ver con los fines o funciones principales de las redes sociales, salvo aquellas que son estrictamente profesionales (8), es aquel relacionado con el escudriñamiento de información sobre candidatos a puestos de trabajo en el momento anterior al inicio de cualquier relación laboral. Desde luego que forma parte del interés legítimo de todo empleador el conocer al máximo las aptitudes de sus futuros dependientes en cuanto ellos desempeñarán tareas en su empresa, muchas de las cuales incluyen el manejo de información valiosa, y por lo tanto, implican un alto grado de confianza y reserva. Inclusive, tal interés se extiende hacia otro tipo de datos que hacen a la vida personal, íntima y/o familiar, y que pueden tener incidencia en el rendimiento, en las ambiciones y necesidades de crecimiento laboral, y en las relaciones sociales con el resto de sus futuros compañeros.

Es así que, al momento de elaborarse perfiles de cada uno de los aspirantes a distintos puestos de trabajo, se incluye y se valora la información y los contactos personales y profesionales contenidos en las distintas redes sociales de las cuales participan los candidatos. Ocurre, por ejemplo, que la información de los "contactos" o los "grupos" virtuales permiten inferir una serie de conclusiones sobre el éxito social de una persona, su ámbito de influencia, su capacidad de interrelacionarse con otros, motivaciones, etc. A ello, debemos sumar que, en el ámbito de las redes sociales, desaparecen las fronteras entre lo público y privado, y entre lo profesional y personal, pues el hecho de compartir o no compartir información y la índole de ésta dependen no sólo de las políticas de privacidad (9) establecidas por cada red social, sino principalmente de lo que cada persona decida en su configuración de privacidad. De esta forma, muchos usuarios no tendrán problema alguno en compartir su lista de contactos, sus fotografías en ámbitos íntimos o familiares,

sus gustos y opiniones en materias que pueden considerarse sensibles, como datos que se refieren a la ideología, afiliación sindical, creencias religiosas, origen racial, salud, vida sexual, etc., mientras que otros atesorarán celosamente toda información de su esfera más íntima.

No debemos perder de vista que, todo ello, a su vez, se desarrolla en un ámbito virtual, donde el usuario promedio de Internet -detrás del cual existe una vasta mayoría que pertenece a una generación de jóvenes narcisistas y hasta exhibicionistas- suele pasar por alto los riesgos de mantener perfiles públicos disponibles para una vasta audiencia global, no sólo por desconocer los distintos grados de privacidad que cada red social le permite configurar, sino también por ignorar el incontrolable nivel de divulgación de datos personales que se transmiten en la red, y que, eventualmente pueden ser utilizados con fine. Sobre esto último, cabe destacar que muchas redes sociales permiten a los motores de búsqueda (más conocidos como "buscadores de Internet") indexar los perfiles de sus usuarios, sin previo consentimiento, de modo tal que resultan accesibles entre los resultados de búsqueda. De esta forma, se permite centralizar toda la información de una persona que en principio se encuentra dispersa en los distintos sitios de la red. Así, con tal sólo buscar el nombre de una persona, sabremos una serie de datos adicionales que alguna vez -en Internet no hay tiempos, los datos que se ingresan quedan indexados y disponibles perpetua e indefinidamente- fueron ingresados por ella o por terceros, con o sin su consentimiento, en algún sitio de Internet.

A ello, debemos sumar el riesgo de que la información subida a cada red social no solamente sea aquella que se proporciona al inicio de la registración, sino todo otro dato o imagen que con posterioridad se ingresa o sube. Es esta dinámica de actualización permanente en el afán de interactuar con terceros en el ámbito virtual lo que define a las redes sociales.

En base a lo expuesto, debemos advertir que la situación apuntada no resulta baladí desde el punto de vista jurídico si tenemos en cuenta de que en muchas ocasiones la utilización de las redes sociales para la selección del personal puede colisionar con algunas disposiciones tuitivas de la intimidad y la dignidad del trabajador.

s distintos a los que el usuario consintió al momento de otorgarlos. Sobre esto último, cabe destacar que muchas redes sociales permiten a los motores de búsqueda (más conocidos como "buscadores de Internet") indexar los perfiles de sus usuarios, sin previo consentimiento, de modo tal que resultan accesibles entre los resultados de búsqueda. De esta forma, se permite centralizar toda la información de una persona que en principio se encuentra dispersa en los distintos sitios de la red. Así, con tal sólo buscar el nombre de una persona, sabremos una serie de datos adicionales que alguna vez -en Internet no hay tiempos, los datos que se ingresan quedan indexados y disponibles perpetua e indefinidamente- fueron ingresados por ella o por terceros, con o sin su consentimiento, en algún sitio de Internet.

A ello, debemos sumar el riesgo de que la información subida a cada red social no solamente sea aquella que se proporciona al inicio de la registración, sino todo otro dato o imagen que con posterioridad se ingresa o sube. Es esta dinámica de actualización permanente en el afán de interactuar con terceros en el ámbito virtual lo que define a las redes sociales.

En base a lo expuesto, debemos advertir que la situación apuntada no resulta baladí desde el punto de vista jurídico si tenemos en cuenta de que en muchas ocasiones la utilización de las redes sociales para la selección del personal puede colisionar con algunas disposiciones tuitivas de la intimidad y la dignidad. Creemos así que, durante el proceso de selección de candidatos a ocupar un puesto de trabajo, el empleador puede efectuar una utilización ilegítima de los datos personales del trabajador, sobre todo con fines discriminatorios. Notamos que, a partir de la existencia de una gran cantidad de bases de datos ilícitas, de

las cuales, muchas de ellas contienen datos sensibles, y que llegan a manos de los empleadores, pueden afectarse indirectamente algunos derechos del trabajador, como el de acceder a un puesto de trabajo o a no ser discriminado.

En nuestro país no existen normas del Derecho Laboral que regulen de manera específica ni la cuestión de la violación de los datos personales de los trabajadores ni la discriminación durante la selección de En relación a lo primero, no dudamos en afirmar que resulta de aplicación la [ley 25326](#) de Protección de Datos Personales (10) (L.P.D.P.), la cual resguarda el derecho sobre los datos de cada persona, independientemente de su carácter de trabajador, cuando ellos han sido recolectados o tratados fuera de los límites de dicha ley. Desde luego que, en el caso, el empleador podrá ser sujeto de las responsabilidades legales cuando actúe como titular de archivos, registros, bases de datos u otros medios técnicos de tratamiento de datos, sean estos públicos o privados, destinados a dar informes, excluyendo de este modo sólo al caso en que se utilicen los datos de los trabajadores con fines en este punto, no podemos dejar de destacar que en Alemania, uno de los países más celosos del cuidado de datos personales, dentro del marco de un proyecto de ley que tuvo por objeto incorporar disposiciones específicas para la protección de datos de los trabajadores, se ha propuesto prohibir a los empleadores utilizar datos personales de los candidatos a puestos de trabajo obtenidos en sus perfiles de redes sociales (se ha conocido como "Ley Facebook"(11)).

Ahora bien, en cuanto a la segunda cuestión, nuestro ordenamiento jurídico laboral carece de normas referidas a la discriminación durante el proceso de selección de personal (12). Nuestra legislación del trabajo sólo contempla normas antidiscriminatorias aplicables una vez que la relación laboral se ha iniciado, y no durante el proceso de selección de trabajadores, a saber: los arts. [17](#) y [81](#) de la Ley 20744 de Contratos de Trabajo (13), y otras normas relativas a la igualdad de género (Anexo G, [art. 1, Ley 25212](#) (14)), sanciones por infracciones laborales motivadas por decisiones del empleador que impliquen cualquier tipo de discriminación (Anexo D, [Art. 4](#) inc. a), Ley 25212 (15)), y beneficios fiscales para quienes contraten personas discapacitadas ([art.](#)

[87](#), Ley N° 24013 (16), [art. 34, Ley N° 24147](#) (17), y [art. 23](#), Ley N° 22431 de Sistema de Protección al Discapacitado, modificado por la [Ley N° 23021](#) (18)).

Exclusivamente personales ([Art. 1 L.P.D.P.](#) y su decreto reglamentario).

En este punto, no podemos dejar de destacar que en Alemania, uno de los países más celosos del cuidado de datos personales, dentro del marco de un proyecto de ley que tuvo por objeto incorporar disposiciones específicas para la protección de datos de los trabajadores, se ha propuesto prohibir a los empleadores utilizar datos personales de los candidatos a puestos de trabajo obtenidos en sus perfiles de redes sociales (se ha conocido como "Ley Facebook"(11)).

Ahora bien, en cuanto a la segunda cuestión, nuestro ordenamiento jurídico laboral carece de normas referidas a la discriminación durante el proceso de selección de personal (12). Nuestra legislación del trabajo sólo contempla normas antidiscriminatorias aplicables una vez que la relación laboral se ha iniciado, y no durante el proceso de selección de trabajadores, a saber: los arts. [17](#) y [81](#) de la Ley 20744 de Contratos de Trabajo (13), y otras normas relativas a la igualdad de género (Anexo G, [art. 1, Ley 25212](#) (14)), sanciones por infracciones laborales motivadas por decisiones del empleador que impliquen cualquier tipo de discriminación (Anexo D, [Art. 4](#) inc. a), Ley 25212 (15)), y beneficios fiscales para quienes contraten personas discapacitadas ([art. 87](#), Ley N° 24013 (16), [art. 34, Ley N° 24147](#) (17), y [art. 23](#), Ley N° 22431 de Sistema de Protección al Discapacitado, modificado por la [Ley N° 23021](#) (18)). Creemos, sin embargo, que nada obsta a que el asunto en análisis encuentre apoyatura legal en el amplísimo [art. 1°](#) de la ley antidiscriminación N° 23592 (19), el cual dispone que "quien arbitrariamente impida, obstruya, restrinja o de algún modo menoscabe el pleno ejercicio sobre bases igualitarias de los derechos y garantías fundamentales reconocidos en la Constitución nacional, será obligado, a pedido del damnificado, a dejar sin efecto el acto

discriminatorio o cesar en su realización y a reparar el daño moral y material ocasionados. A los efectos del presente artículo se considerarán particularmente los actos u omisiones discriminatorios determinados por motivos tales como raza, religión, nacionalidad, ideología, opinión política o gremial, sexo, posición económica, condición social o caracteres físicos".

Refuerza nuestra posición la Recomendación General N°6 "Contra la discriminación en la oferta de empleos" del Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI) (20).

En el derecho comparado, a diferencia de nuestra legislación, encontramos normas específicas relativas a la discriminación del trabajador en el ámbito del trabajo, y que incluyen el proceso anterior a su contratación. Por ejemplo, en la Unión Europea rige la Directiva 2000/78/CE relativa al establecimiento de un marco general para la igualdad de trato en el empleo y la ocupación, la cual propende a garantizar el respeto del principio de igualdad de trato de las personas de la Unión Europea, independientemente de su origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual, en el acceso al empleo y a la ocupación, la promoción y la formación profesional, las condiciones de empleo y de ocupación y la pertenencia a determinadas organizaciones (21).

3. EL USO DE LAS REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO En el último tiempo, muchas empresas han priorizado aprovechar las enormes ventajas que presentan las redes sociales, en cuanto éstas constituyen importantes canales de comunicación directa con miles o millones de potenciales o efectivos clientes de sus productos o servicios, y que, como dijimos, representan una vasta multitud virtual global compuesta en su mayoría por jóvenes consumistas y exhibicionistas de sus gustos personales. De allí que la práctica de muchas empresas de tener presencia institucional en Internet, y particularmente a través de perfiles públicos en las distintas redes

sociales, se haya iniciado y afianzado como una buena herramienta de comunicación y de marketing (22).

Al decir de Cardona Rubert, "las redes sociales usadas en el mundo laboral flexibilizan la comunicación y la colaboración en la empresa. Se trata de esquemas similares a los que están habituados los empleados en su vida privada, que fomentan la aparición de lazos desconocidos, hasta el momento, relaciones que aportan valor a la organización y agilizan la toma de decisiones. Las redes sociales permiten interactuar a los empleados de una manera colaborativa, compartiendo conocimientos, de modo transparente, abierta y directa"(23).

Esta realidad, por un lado, reaviva un tema suficientemente expuesto por la doctrina del Derecho Informático o del Derecho Laboral, cual es el control en el uso del correo electrónico del trabajador y sus límites (24), pues en esencia estamos frente a controles en la utilización de herramientas informáticas de comunicación en el trabajo. Las redes sociales, vistas desde la óptica de este conflicto jurídico, no son más que una nueva modalidad de enviar y recibir mensajes por Internet -si bien con algunas particularidades- que, en el fondo, debe tratarse junto al correo electrónico como un mismo fenómeno.

Por otro lado, también se agregan nuevas aristas a este ya conocido problema, como por ejemplo el alcance del mentado control del empleador sobre los contenidos de las comunicaciones del trabajador, cuando dichos contenidos son principalmente datos personales e imágenes, o, el alcance de dicha potestad cuando el trabajador emite opiniones relativas a su ámbito laboral en sus perfiles públicos de redes sociales; en ambos casos veremos cómo actúan como límites constitucionales el derecho a la intimidad y el derecho a la libertad de expresión.

A continuación, haremos una breve exposición de las situaciones relatadas, para luego exponer las soluciones jurídicas que se han

esbozado desde el plano convencional empresarial, y desde el plano legislativo y jurisprudencial nacional y extranjero.

3.1. FACULTADES DE CONTROL DEL EMPLEADOR Debe advertirse que, de la utilización de redes sociales -como así de toda otra herramienta informática de comunicación en el trabajo- a instancias del empleador, emerge una indudable facultad de control en favor de éste, en razón de que existen diversos intereses que la justifican, a saber: - Propiedad sobre los medios de producción: el empleador como propietario de las herramientas de trabajo tiene derecho a controlar los bienes de la empresa que dirige.

Sostiene al respecto Hocsman que el empleador es titular de los medios de producción, y tanto la computadora, el software como el resto de los elementos que permiten las comunicaciones electrónicas entran en esa categoría. Así, el trabajador dispondría de tales herramientas sólo a efectos de la actividad laboral, y por lo tanto el control sobre ellas se vería justificado (25).

- Rendimiento del trabajador: la utilización de redes sociales durante el tiempo de trabajo y fuera del uso sugerido por el empleador constituye una forma de esparcimiento que puede insumir tiempo de efectiva prestación de labor del trabajador. Ello, llevado a gran escala, puede generar detrimentos económicos en la empresa, motivados por la pérdida de productividad de los dependientes. El control por parte del empleador adquiere importancia, entonces, a los fines de preservar un ambiente de trabajo eficiente.

- Información confidencial: debe permitirse al empleador el monitoreo de las herramientas informáticas pues siempre existe la posibilidad de que

por medio de las comunicaciones electrónicas pueda facilitarse información confidencial y secretos comerciales de su empresa (26).

- Seguridad Informática: en la utilización de redes sociales -como en todo servicio de Internet- está siempre latente la posibilidad de comprometer la seguridad informática de la empresa a partir de ataques externos, y por tanto, derivar en la pérdida de información confidencial o relevante para la empresa.

- Imagen o reputación: todo aquello que la persona sube en su perfil social, en tanto sea accesible de manera pública, puede repercutir negativa e indirectamente en la reputación de la empresa, violando así el legítimo interés del empleador de resguardar el buen nombre e imagen de su firma.

En este sentido se ha dicho que "la ruptura de la escisión entre lo profesional y lo privado conlleva a que actos en principio relativos a la esfera de libertad individual del empleado, como la decisión de colgar fotos, publicar videos, comentar ideas, pensamientos, experiencias, opiniones o críticas puedan tener relevancia no sólo sobre el actor sino también, dependiendo del contenido de las mismas, sobre la imagen y reputación de la empresa, de los otros empleados o de los clientes"(27).

- Responsabilidades legales: el empleador tiene una responsabilidad refleja o indirecta por el hecho de un dependiente, y por tal motivo debe fiscalizar el uso de las redes sociales para evitar conductas de parte del trabajador que puedan afectar cualquiera de los intereses empresariales señalados.

En suma, vislumbramos motivos suficientes -muchos de ellos amparados y limitados por normas diversas, como luego veremos- para permitir al empleador el monitoreo o control del uso de las herramientas informáticas de comunicación vía Internet, esto es, correo electrónico, servicios de mensajería instantánea y redes sociales.

3.2. CONTROL SOBRE LAS OPINIONES, IMAGEN Y DATOS PERSONALES DEL TRABAJADOR Un punto controvertido que surge de modo particular en el ámbito de las redes sociales, a diferencia de la problemática de la inspección del correo electrónico, es aquel vinculado con la posibilidad de controlar las opiniones, la imagen y los datos personales que el trabajador publica en sus perfiles. Veremos a continuación estos supuestos: - Opiniones: es habitual que en las redes sociales, en esa dinámica de permanente interacción que plantean sus funciones y/o aplicaciones, los trabajadores hagan comentarios que puedan afectar intereses del empleador, como ser opiniones contrarias a la persona del principal, de sus superiores o de sus compañeros de trabajo, al lugar o ambiente de trabajo, a los procedimientos utilizados para producir o comercializar bienes o prestar servicios, a la calidad del producto o servicio que ofrece la empresa, etc.

- Imagen: en el ámbito de las comunidades virtuales, es frecuente que una persona publique una fotografía, o simplemente la comparta de manera privada con ciertos contactos, y ésta inmediatamente comience a distribuirse por toda la comunidad de usuarios, llegando a contactos o publicaciones no deseadas por el usuario, o simplemente que su imagen sea publicada sin su autorización (es usual que además de la publicación se identifique a una persona por medio de una "etiqueta", que permite re direccionar a su perfil, sin requerir su consentimiento). Ya remarcamos que, dependiendo del contenido de la foto, video o material que involucre

la imagen del trabajador, en muchas ocasiones, puede repercutir en la imagen de la empresa.

- Datos personales: el auge de la utilización de los servicios de redes sociales ha propiciado un nivel de circulación de datos personales que no registra precedentes, no sólo por la enorme cantidad de ellos que fluyen sin control alguno por la red, sino principalmente por el hecho de ser accesibles en forma abierta y global. Entre esos datos, se suelen incluir como información disponible públicamente el puesto de trabajo que se ocupa, la empresa para la que se presta servicio, los contactos profesionales, y, eventualmente, algún otro tipo de información, e inclusive fotografías, videos, enlaces, y/u otro material adicional o de referencia que hacen a la organización empresarial.

Creemos que la situación es de difícil solución y que podría admitir matices, pues como hubimos de señalar con anterioridad, en las redes sociales se desdibujan los límites entre lo profesional y lo personal, entre lo público y lo privado. Existen intereses del empleador que pueden verse afectados, como el derecho a la imagen y reputación de su empresa y el derecho a evitar la publicación de información confidencial, y que, en principio, habilitarían cuanto menos una regulación a nivel de reglamentos de empresa. Sin embargo, creemos que, por la calidad de los bienes jurídicos en juego -datos personales, libertad de expresión y derecho a la imagen- que se contraponen a aquellos legítimos intereses, en ningún caso -se trate de la utilización de redes sociales a instancias del empleador o se trate de un perfil creado espontáneamente por el trabajador- es admisible prohibición alguna por parte del empleador. Volveremos sobre ello ut infra.

3.3. LÍMITES: LIBERTAD DE EXPRESIÓN E INTIMIDAD DEL TRABAJADOR Veamos ahora cuáles son los límites al derecho a controlar las herramientas informáticas de comunicación vía Internet provistas por el empleador: - Derecho a la intimidad: a primera vista, la interferencia más importante se da a nivel de la privacidad del trabajador. Se plantea así una tensión entre dos derechos constitucionales en juego: el derecho a la intimidad del trabajador y el derecho a la libertad de empresa y de propiedad del empleador. Entendemos que la amplitud del concepto de derecho a la intimidad (28) comprende a la inviolabilidad y privacidad de las comunicaciones, a la protección de datos personales, al derecho a la imagen, y a cualquier otra injerencia arbitraria sobre la vida íntima del trabajador.

Tal como sostuvimos con anterioridad, el problema del monitoreo de las comunicaciones y la inviolabilidad de la correspondencia del trabajador - en el caso, el derecho a mantener en reserva el contenido de todo aquello que se transmite vía Internet-, es idéntico cuando hablamos de correo electrónico que cuando hablamos de redes sociales. Sobre aquél, ha sostenido Hocsman que, tanto en el derecho comparado como en la mayoría de los autores de la doctrina nacional se plantea el tema en términos de una disyuntiva, vale decir, que la cuestión debiera ser regulado o bien a favor del empleador, permitiendo en todo caso la vigilancia y acceso a los contenidos de las comunicaciones en el ámbito laboral, o bien en favor del trabajador, prohibiéndose para todos los casos la intromisión en su correspondencia electrónica, pues se afectaría su derecho a la intimidad (29).

Creemos, no obstante, que la cuestión admite matices, y no debiera ser planteada a modo de antítesis; por el contrario, pensamos que se trata de dos derechos absolutamente compatibles. Coincidimos con

Fernández Delpech en que "se mezclan dos temas que tienen que tener dos soluciones normativas diferentes: la garantía de la confidencialidad del trabajador, y las facultades del empleador con relación a las políticas de uso del correo electrónico y de Internet en el lugar de trabajo"(30).

De esta forma, entendemos que debe distinguirse la posibilidad de establecer políticas de uso de las herramientas de trabajo del acceso a dichos contenidos. La primera está relacionada con la sugerencia de buenas prácticas, a los fines de resguardar los distintos intereses que dijimos justifican el control del empleador, y, eventualmente, también está vinculada con su facultad disciplinaria. Por otro lado, la confidencialidad del trabajador se refiere a la garantía de inviolabilidad de las comunicaciones que se cursan por vía electrónica.

Ahora bien, en lo que respecta al control sobre los datos personales y la imagen del trabajador, tema que por cierto se plantea de modo peculiar en las redes sociales, hemos dicho que el empleador no posee potestades de control o reglamentarias sobre dichos contenidos, pues, de permitirse, se estaría avanzando peligrosamente sobre la intimidad del trabajador. No se trata aquí solamente de la dispensa o renuncia del secreto de las comunicaciones laborales, sino que, además, se encuentran en juego otros derechos: el de autodeterminación informativa y el de disponer de la propia imagen. Se tratan aquí dos facultades personalísimas que siempre permanecerán en cabeza de su titular de modo irrenunciable. Si bien es cierto que puede consentirse el tratamiento de datos personales, incluso de datos sensibles, o autorizarse el uso de la propia imagen, ello, en modo alguno, significa cederlos a punto tal de ser reemplazados o sustituidos en su ejercicio, cuestión que efectivamente se daría si se permitiese al empleador

imponer pautas acerca de qué datos o imágenes publicar, dejar de publicar, o a cuáles de ellas tendrá acceso.

Asimismo, creemos que todo control sobre los datos personales y la imagen no tienen vinculación alguna con el contrato de trabajo o con las prestaciones laborales. Sea la utilización de redes sociales a instancias del empleador o no, en ambos casos, la conclusión no varía. Si es un perfil estrictamente personal, no hay nada que legitime avanzar sobre su contenido; ahora, si se trata de un perfil "profesional", y se considera una herramienta de trabajo, el mentado derecho de propiedad que corresponde al empleador debe ceder frente a otro derecho de mayor jerarquía, el derecho a la intimidad. Ello, sin embargo, no obsta a que la utilización de las redes sociales como forma de esparcimiento pueda dar lugar a sanciones disciplinarias por no cumplir adecuadamente con el trabajo durante la jornada laboral.

- Derecho a la libertad de expresión: también este derecho del trabajador puede colisionar contra aquellos intereses del empleador que justifican el control de las herramientas informáticas. Como dijimos, las redes sociales permiten a los usuarios efectuar comentarios y emitir opiniones en pequeños espacios virtuales que hacen las veces de blogs o bitácoras personales -los cuales, en su versión tradicional, han caído en desuso ante la gran versatilidad de las aplicaciones sociales contenidas en una plataforma de red social-, y así afectar legítimos intereses del empleador. Nuevamente aquí debemos concluir como aplicable la misma solución que para los casos anteriores donde se afectan los datos personales y la imagen. Es decir, prevalecerá el derecho a la libre expresión del trabajador, y, por tanto, no podrá regularse, ni controlar ni acceder a todo aquello que el trabajador libremente opina, sube, comparte y hace en su red social privadamente. Sin embargo, debemos agregar en este punto

que, en caso de que efectivamente se utilicen perfiles públicos en las redes sociales para emitir comentarios que afecten intereses de la empresa del empleador (vgr. calumnias e injurias dirigidas al jefe o a los compañeros de trabajo), desde luego que surge una responsabilidad ulterior (penal y civil, pero también laboral, pues puede dar lugar a una sanción o a un despido justificado) que debe ser afrontada por el trabajador (31).

3.4. REGULACIÓN EN LA LEGISLACIÓN ARGENTINA En la República Argentina no existe disposición normativa alguna que regule expresamente las facultades del empleador relativas al monitoreo de las redes sociales, el correo electrónico y demás herramientas informáticas en el ámbito laboral.

No obstante, es menester recordar que la Ley de Contrato de Trabajo 20744 rige las relaciones entre empleadores y trabajadores desde el punto de vista contractual individual, y que si bien carece de una previsión que se refiera específicamente al supuesto en análisis, creemos que son aplicables sus principios generales.

Como punto de partida, debe tenerse en cuenta que en toda relación laboral debe regir el principio de buena fe recíproca ([art. 63](#) L.C.T.(32), el cual se extiende no sólo a las conductas a las que las partes expresamente se obligaron en el contrato de trabajo, sino a todos aquellos comportamientos que sean consecuencia del mismo, apreciados con criterio de colaboración y solidaridad ([art. 62](#) L.C.T.(33)). Asimismo, entre las facultades específicas del empleador se encuentran la organización económica y técnica de la empresa como también su dirección ([art. 64 y 65](#) L.C.T.(34)), mientras que entre las obligaciones del trabajador se halla el deber de fidelidad, por el cual debe guardar reserva

o secreto de las informaciones a las que tenga acceso ([art. 85 L.C.T](#) (35)). Finalmente, también resultan de aplicación las disposiciones relativas a controles que el empleador puede efectuar sobre el trabajador, que si bien no aluden al caso de las comunicaciones electrónicas, sí se refiere a la salvaguarda de los bienes y herramientas de trabajo de propiedad de la empresa ([arts. 70, 71 y 72 L.C.T.](#) (36)).

En base a este conjunto de normas, surge con claridad que el empleador tiene un derecho de propiedad sobre los medios de trabajo; las comunicaciones en Internet como herramientas para el cumplimiento de la prestación a la que se comprometió el trabajador, forma parte del concepto de medios de trabajo. Ahora bien, ese derecho de propiedad, también implica la facultad de establecer sistemas de control que tengan por objeto salvaguardar los bienes de la empresa, siempre y cuando se respete la dignidad y privacidad del trabajador y se pongan en conocimiento de la autoridad de aplicación, de la organización sindical que represente a los trabajadores, y del propio trabajador.

A su vez, esa potestad de fiscalización del empleador está supeditada a que su ejercicio no resulte violatorio de los derechos del trabajador. Llevado al caso en particular, es correcto afirmar que la facultad de establecer controles sobre los e-mails y demás herramientas de comunicación es legítima en tanto no se afecte la intimidad y libertad de expresión del trabajador.

En relación a lo expuesto, se evidencia que el empleador efectivamente podrá establecer políticas de uso de las herramientas informáticas que provea al trabajador, y también imponer sanciones en base a sus facultades disciplinarias que surgen de los [arts. 67 y 68 L.C.T.](#) (37). Su interés se justifica en su eventual responsabilidad por los hechos de sus

dependientes (art. 1113 del Código Civil (38)), en que no haya divulgación de información confidencial comercial y/o industrial (el empleador en este caso estará amparado por la [ley 24766](#) (39)), y en que no se viole su derecho a exigir lealtad y reserva (arts. 85 y [88](#) L.C.T.(40)).

Por su parte, encontramos límites al control del empleador, ya no sólo en las propias facultades que confiere la L.C.T., sino principalmente en otras normas tuitivas de la intimidad de cualquier persona, se encuentre o no en relación de dependencia. Debemos citar aquí las previsiones de la Ley de Protección de Datos Personales 25326 en materia de recolección de datos durante la relación laboral, el [art. 31 de la ley 11723](#)(41) relativo al derecho a la imagen del trabajador, y el residual y genérico artículo 1071 bis del Código Civil (42) relativo a injerencias arbitrarias en la privacidad del trabajador.

En cuanto a las normas que protegen la libertad de expresión, sería aplicable la [ley 26032](#) (43), que establece que la búsqueda, recepción y difusión de información e ideas de toda índole, a través del servicio de Internet, se consideran comprendidas dentro de la garantía constitucional que ampara la libertad de expresión (arts. 14 y 75 inc. 22 CN.). De este modo, el trabajador, como todo usuario de Internet, tiene derecho a expresar con toda libertad y sin censura previa sus opiniones en todo tipo de temas: políticos, religiosos, económicos, sociales, culturales, etc., con la única condición de que si afecta derechos de terceros, tendrá responsabilidad ulterior.

3.5. REGULACIÓN A TRAVÉS DE LOS REGLAMENTOS DE EMPRESA

Sosteníamos con anterioridad que es posible compatibilizar los intereses de empleadores y de trabajadores, sin necesariamente contraponer definitivamente las posibles soluciones jurídicas que buscan zanjar el

problema del control laboral de las comunicaciones electrónicas. Dijimos también que tanto el derecho de propiedad del empleador y el derecho a la intimidad del trabajador son derechos que permiten ser regulados a través de una política de uso de las herramientas informáticas, la cual debe estar contemplada en un instrumento normativo convencional general: los reglamentos de empresa.

Hoy en día, se estila en la práctica prever reglas de juego claras pero lo suficientemente flexibles y que no vulneren los derechos del trabajador en materia de utilización de Internet, de correo electrónico, y, cada vez más, en materia de redes sociales. Desde luego que tales lineamientos tienen que ser debidamente informados por el empleador y firmados por el trabajador, dando así conformidad a lo que ha leído, o al menos que conoce su existencia.

En base a lo expuesto, a continuación, veremos cuáles son las cláusulas que habitualmente se incluyen y cuáles deberían incluirse en un instrumento que regule el uso de las herramientas informáticas de comunicación en general, y de redes sociales en particular: - Deben especificarse qué herramientas de hardware y software se ponen a disposición del trabajador. En el caso del hardware, deberá hacerse referencia a qué tipo de computadora -PC, notebook, teléfono inteligente, tableta, etc.- y qué dispositivos de entrada y de salida se proveen; en el caso del software, cuáles son los programas operativos y de aplicaciones instalados, y si está permitido o prohibido instalar nuevos programas, actualizaciones y/o complementos o aplicaciones. En su caso, también podrá el empleador reservarse la facultad de instalar programas que impidan el acceso a otros, o, en el caso de Internet, de instalar filtros a ciertas páginas de ocio, entre las que podrán incluirse las redes sociales, ya sea alguna en particular o bien todas.

- Debe hacerse mención a si el uso de programas o sitios web que brindan servicios de mensajería instantánea, correo electrónico, y en general el envío y recepción de mensajes por Internet -u otra red de computación abierta o cerrada- está permitido o no.

- De estar prohibido, creemos que tal interdicción sólo debe extenderse al lugar y horario de trabajo. Asimismo, debe preverse una excepción cuando el trabajador deba recurrir a estos medios a los fines de realizar comunicaciones urgentes.

- De admitirse, deben fijarse pautas en cuanto a las condiciones, frecuencia y oportunidad de uso, limitándolas siempre también al ámbito de trabajo. Creemos que resulta útil distinguir entre cuentas laborales o personales, aunque, como vimos, en las redes sociales, al ser plataformas con multiplicidad de funciones, se confunden las fronteras entre lo laboral y lo íntimo.

- El control del contenido de las comunicaciones deberá hacerse por muestreo entre todos los trabajadores y debe ser periódico, excluyendo así todo seguimiento particularizado a un trabajador. Tal acceso debe estar restringido a las cuentas de correo o de redes sociales provistas a instancias del empleador; de tratarse de cuentas personales, en principio, el empleador no tendrá acceso a ellas si no es con el consentimiento expreso del trabajador, quien puede renunciar a su derecho a la confidencialidad.

- Si hay algo que no esté expresamente previsto en este punto, entendemos que el trabajador tiene una expectativa de privacidad que no puede ser vulnerada, por lo cual, el principio de monitoreo admite una importante excepción que surge de la primacía del derecho a la intimidad.

En este sentido, creemos que, ante la falta de estipulación entre las partes, es ilícito bajo el prisma de la legislación nacional que el empleador pueda acceder a los contenidos de las comunicaciones personales y laborales del empleado, pues, las comunicaciones por Internet son asimiladas a la correspondencia epistolar en cuanto a su protección constitucional (44). La única forma para acceder a ellas sería con autorización judicial fundada en ley.

- El empleador, a los fines de garantizar la fidelidad de una eventual prueba informática en juicio, debe procurar de que cada computadora o cada cuenta sea accesible sólo por un trabajador, brindando, por ejemplo, una contraseña de ingreso.

- El empleador no debe dar tratamiento a los datos personales -mucho menos aquellos sensibles- de los trabajadores que hubiesen sido obtenidos de un monitoreo del contenido. En todo caso, si el empleador cumpliera con la ley 25326, en particular, con la obligación de registrar sus bases de datos, deberá indicarse al trabajador en cada caso que sus datos serán incluidos en un banco de datos y los fines de dicha recolección, siempre y cuando medie previo consentimiento, y se otorgue la posibilidad de acceder, rectificar, actualizar, suprimir o someter a confidencialidad dichos datos.

Cabe aclarar que el principio general que debe mantenerse es que los datos del trabajador obtenidos en esas condiciones no pueden ser utilizados por el empleador.

- El empleador no puede establecer qué datos deben colocarse o no en un perfil de una red social que sea personal del trabajador, sea que se trate de un perfil público o de un perfil privado. Los datos siempre son de

propiedad del trabajador, y lo único que excepcionalmente podría autorizarse es un tratamiento en una base de datos del empleador.

- Tampoco podrá limitarse la libertad de expresión del trabajador cuando realiza comentarios u opiniones sobre su ámbito de trabajo. Aquí quizás debiera distinguirse entre el perfil público y privado del trabajador, a los fines de sugerir en el primer caso evitar realizar comentarios que afecten los intereses de la empresa.

- El empleador podrá prohibir la divulgación de informaciones confidenciales de la empresa, procurando hacer saber al trabajador en cada caso qué informaciones deben mantenerse en reserva.

- Por último, puede el empleador, en el ejercicio de sus facultades disciplinarias, establecer sanciones, en tanto sean proporcionadas a la falta o al incumplimiento demostrado por el trabajador, con el alcance de los arts. 67 y 68 L.C.T.

3.6. DERECHO COMPARADO La situación en el derecho comparado no se ha mantenido al margen de las posturas que proponen soluciones opuestas respecto del control de las herramientas informáticas de comunicación en el ámbito laboral, ya sea en favor del trabajador o del empleador. Así, la interpretación de cada normativa aplicable ha oscilado entre ambos extremos, siendo las leyes europeas las más respetuosas de la privacidad de los trabajadores, mientras que las leyes de la mayoría de los estados norteamericanos son favorables a los intereses empresariales, vale decir, son las políticas internas de cada compañía las que terminan por definir si el trabajador puede o no usar el e-mail como herramienta laboral, y en qué circunstancias (45).

A continuación, pasaremos revista a las principales normas y resoluciones judiciales que se han dictado a los fines de regular o interpretar la cuestión -siempre en relación al correo electrónico- tanto en EE.UU. como en algunos países de Europa:

A) Estados Unidos: a nivel legislativo federal, existen varias leyes de protección a las comunicaciones -la Federal Wiretapping Act y la Electronic Communications Privacy Act- en las cuales se prohíbe la interceptación de las comunicaciones electrónicas, salvo excepciones, como el consentimiento previo del empleado. A nivel estadual, la tendencia se repite, salvo el Estado de Connecticut, que obliga a las empresas a informar a sus trabajadores tales controles. Por su parte, la jurisprudencia también está del lado de los empresarios y de su posible control y monitoreo (46).

B) Unión Europea: la situación en Europa no es del todo pacífica. A nivel comunitario europeo no existe una norma que regule específicamente el tema; tampoco hay una solución que se siga de manera uniforme, por lo cual reseñaremos los distintos criterios que se han sostenido a nivel nacional: - Francia: en este país es de rigor citar el caso "Omof, Frederic v. Societe Nikon France S.A.". Allí se resolvió que el empleador violaba el derecho a la intimidad de su trabajador al haber accedido a la correspondencia electrónica personal que este último recibía y emitía, aunque mediara prohibición de parte de la empresa. La Corte de Casación dispuso en el aludido fallo que " el empleado tiene derecho, incluso en tiempo y lugar de trabajo, al respeto de la intimidad de su vida privada; que esto implica en particular el secreto de su correspondencia; que el empleador no puede desde entonces, sin violación de esta libertad fundamental, tomar conocimiento de los mensajes personales emitidos por el dependiente gracias a una herramienta informática puesta a su

disposición para su trabajo y esto mismo en caso que el empleador hubiese prohibido una utilización no profesional del ordenador"(47).

- España: a nivel legislativo, rige la Ley Orgánica 1/1982, del 5/5/1982, de Protección Civil del Derecho al Honor, la Intimidad Personal y Familiar y a la Propia Imagen (48), que establece en su art. 1 que: "el derecho fundamental al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen garantizado en el art. 18 Constitución Española será protegido civilmente frente a todo tipo de intromisiones ilegítimas de acuerdo a lo establecido en la presente Ley Orgánica". Asimismo, el art. 7 inc 2, proclama que se considerará como intromisión ilegítima a "la utilización de escuchas, dispositivos ópticos o de cualquier otro medio para el conocimiento de la vida íntima de las personas o de manifestaciones o cartas privadas destinadas a quien haga uso de tales medios, así como su grabación, registro o reproducción".

Si bien la legislación parecería prohibir la intromisión del empleador en el e-mail laboral, la misma no es del todo específica para el caso en análisis, y es por ello que la jurisprudencia española se ha inclinado por la postura de permitir la fiscalización de los correos laborales de los empleados, sin que ello vulnere su intimidad ni privacidad (49).

El precedente más importante es "Deutsche Bank". En él, la Sala de lo Social del Tribunal Superior de Justicia de Catalunya resolvió que es viable el despido de un empleado del Deutsche Bank que durante cinco semanas envió 140 correos electrónicos cuyo contenido era de carácter sexista, humorístico y, en algunos casos, obscenos, y que, por supuesto, eran ajenos a la actividad profesional de su empresa. La sentencia admitió que la empresa accediera al correo electrónico de su empleado con la finalidad de comprobar esas irregularidades (50).

Asimismo, también es de destacar la sentencia 4834/2012 de fecha 20 de marzo de 2012 (51), dictada por la Sala de lo Social del Tribunal Superior de Justicia de Madrid, la cual resuelve un recurso de casación en el que el trabajador solicita la improcedencia de la causa de despido, en razón de haberse violado su derecho a la intimidad al realizar la empresa empleadora una auditoría interna en las redes de información con el objeto de revisar la seguridad del sistema y detectar posibles anomalías en la utilización de los medios puestos a disposición de los empleados. Asimismo, la recurrente, en posición compartida por el Tribunal Supremo de 8 de marzo de 2011 (Rec. 1826/2010), sostiene que "en el historial de acceso a Internet del ordenador constan todas y cada una de las concretas visitas efectuadas, sin que se haga una referencia genérica a tiempos y páginas visitadas por el trabajador, sino también al dominio y contenido de la misma, lo que supone una vulneración de su derecho a la intimidad".

Finalmente, tal recurso se desestimó al considerarse distintos los hechos de la sentencia invocada de los que surgen del caso en análisis, pues en aquella no hubo políticas de uso ni informe alguno al trabajador respecto del monitoreo de los medios informáticos. Así, se establecieron dos cuestiones como fundamentales a la hora de justificar un despido por motivos de uso de Internet con fines extra laborales, a saber: la necesidad de que se informe previamente al trabajador de que el ordenador de la empresa no puede utilizarse más que para fines laborales, y que el trabajador dé su consentimiento para que se examine el equipo informático por perito cualificado y ante notario público.

- Reino Unido: en Inglaterra la Ley de Regulación de Poderes de Investigación permite a los empleadores el "acceso rutinario" al correo electrónico y a las llamadas telefónicas de sus empleados, sin el

consentimiento de éstos, en tanto hubiese una justificación legal para dicho control. La ley, incluso va más allá del simple "acceso", y faculta al empleador a borrar los mensajes que el trabajador haya enviado utilizando los medios puestos a su disposición por la empresa. Para llevar a cabo estas inspecciones es necesaria la "sospecha de conducta criminal" o la necesidad de "garantizar el cumplimiento de las normas de conducta internas"(52).

3.7. JURISPRUDENCIA NACIONAL Nuestra jurisprudencia ha tenido oportunidad de pronunciarse en varios fallos (53), en particular sobre los correos electrónicos, dando lugar a los siguientes principios: - Constituye injuria grave utilizar el servicio de Internet para un emprendimiento particular del trabajador, desatendiendo sus obligaciones específicas e incumpliendo la atención a los clientes de la empresa para la cual presta servicios. Por ende, en ese caso el despido es causado, y por su exclusiva culpa (54).

- Se rechazan los argumentos del empleador cuando alega que se trata de un despido con justa causa por uso indebido del correo electrónico en el lugar de trabajo, cuando en ningún momento precisa cuál es el procedimiento que debió observar el trabajador en el cumplimiento de sus funciones específicas ni cuáles eran las normas internas y/o las instrucciones impartidas por la patronal sobre el uso de la red informática y, más concretamente, cuál era el control que había implementado sobre el uso del correo electrónico por parte de sus empleados (55).

- "Cuando el empleador contrata por tiempo y no por rendimiento, el trabajador no debe distraer parte de ese tiempo en tareas ajenas y utilizar en forma impropia un medio de comunicación como lo es el correo electrónico, el cual no está destinado al esparcimiento ni puede utilizarse

para realizar solapadamente tareas paralelas sino que es provisto evidentemente para facilitar el cumplimiento del objeto de contrato y, en última instancia, para alguna comunicación personal urgente"(56).

- Debe existir algún tipo de advertencia por parte de la empresa antes de comenzar a operar el sistema informático, en el sentido de advertir que la utilización de tal herramienta estaba estrictamente reservada a cuestiones laborales, ya sea por un manual de instrucciones, un reglamento interno o cualquier otro cuerpo normativo con relación a tal instrumento (57).

- Se rechaza la demanda de despido promovido por el trabajador, atento que utilizó repetida y constantemente su horario y herramienta de trabajo (sistema de correo electrónico) pese a las indicaciones que en contrario le fueran reiteradamente impartidas, para recepcionar y reenviar a través del correo electrónico de la empresa archivos, textos y/o fotografías ajenos a la tarea de la accionada y de alto contenido pornográfico (58).

- No es causa de despido suficiente la mera utilización del correo electrónico para enviar material pornográfico (59). En el mismo sentido, se sostuvo que el envío y recepción de material pornográfico por medio de mensajes de correo electrónico en horario de trabajo no fue valorado con gravedad suficiente para configurar una injuria laboral, dada la ausencia de sanciones disciplinarias previas (60).

- Para que exista una justa causa de despido, el empleador debe probar que el trabajador violó la política interna de la compañía sobre el uso de tecnología, y que puso en peligro la seguridad informática y el patrimonio de la misma (61).

- Sobre la posibilidad de cometer injurias en contra del empleador por medio del correo electrónico, se sostuvo que aquéllas no constituyen causa de despido cuando se comprueba que los empleados tenían acceso a cualesquiera de las PC que funcionaran en la empresa, que las mismas no eran personalizadas; que no existía exclusividad en las máquinas; que las oficinas siempre estaban abiertas y como se procesaba mucha información todos usaban las máquinas de todos (62).

En síntesis, si bien la casuística demuestra que mayoritariamente ha habido resoluciones en favor del trabajador, podemos señalar que no existe un criterio jurisprudencial uniforme y categóricamente definido sobre la materia. Las circunstancias de hecho de cada caso en particular son las que determinan los vaivenes de la decisión, ya sea en favor de una u otra parte. No obstante ello, entendemos que, teniendo en cuenta la unánime aceptación en equiparar a las comunicaciones electrónicas con la correspondencia epistolar, y los principios pretorianos expuestos, puede afirmarse que el empleador efectivamente puede delinear las políticas de uso del e-mail -y, agregamos, de las redes sociales-, siempre y cuando éstas se circunscriban a lo estrictamente profesional o laboral, sean notificadas de manera fehaciente, y no resulten invasivas de la intimidad del empleado. Es así que el empleador no puede acceder y controlar los mensajes personales del trabajador sin su consentimiento, por más que éste haya transgredido las reglas de uso. En ese caso, debe limitarse en principio a sancionar al trabajador, y en caso de constituir la falta una injuria grave, puede motivar un despido con justa causa. En éste último caso, y en tanto se cuente con una autorización judicial que supla la falta de consentimiento del trabajador, podrá el empleador acceder al contenido de los mensajes.

4. EL ABUSO DE LAS HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS COMO CAUSA DE DESPIDO Al momento de la finalización del vínculo laboral también pueden surgir nuevos problemas que requieren de algunas precisiones. Hablamos principalmente del caso en el que el empleador despide al trabajador alegando como justa causa el incumplimiento de las reglas de uso estipuladas para las herramientas informáticas por él provistas.

En su momento, advertimos que la patronal puede establecer y aplicar sanciones durante la relación de trabajo, en tanto sean proporcionadas a la falta o al incumplimiento verificado por el dependiente. Pero ello, en modo alguno significa que las facultades disciplinarias se extiendan también al despido. Por el contrario, entendemos que el despido no es una sanción, y que no forma parte de las facultades disciplinarias del empleador.

Al respecto, enseña con claridad el Dr. Mirolo que el despido no es "la máxima sanción disciplinaria, no sólo porque legislativamente en nuestro país no integra el régimen disciplinario, sino también porque cuando la falta es tan grave que no consiente la continuación de la relación, si el empresario quiere separar de la empresa al trabajador que la ha cometido, recurre a su condición de contratante para hacerlo en uso de una facultad que posee por parte de quien ha cumplido con el contrato y quien no lo ha hecho". Aclara además que el despido "no es una sanción que surja del poder disciplinario del patrono, sino una consecuencia de hechos del trabajador que impide, por su causa, que el contrato de trabajo se mantenga. Las sanciones disciplinarias son todas aquellas que no llegan a disolver el vínculo contractual, y por lo tanto, permiten su subsistencia"(63).

Por más que se incumplan las condiciones de uso de las herramientas de comunicación electrónicas, no podrá establecerse el despido como sanción. Sin embargo, nada obsta a que su uso indebido pueda efectivamente acarrear un despido causado. Para que ello ocurra, su utilización debe haber configurado una injuria que, por su gravedad, no consienta la prosecución de la relación laboral (art. 242 L.C.T. (64)). En pocas palabras, será la gravedad de cada hecho en particular la que determine si hubo justa causa de despido o no.

Como vimos, a los fines de precisar la justicia de la causa de despido, la jurisprudencia nacional ha dado importancia a las siguientes situaciones: a) la existencia o no de políticas de uso de los equipos informáticos, b) si tales reglas fueron o no debidamente notificadas al trabajador, c) la existencia de sanciones anteriores, que evidencien una serie de incumplimientos reiterados por parte del trabajador, d) la gravedad del incumplimiento, vale decir, si hubo un uso excepcional y/o de urgencia, o si, por el contrario, hubo una seria desatención de las obligaciones laborales asumidas, e) si se puso o no en peligro la seguridad informática y el patrimonio de la empresa.

Ahora bien, a fin de lograr o enervar con éxito la acreditación en juicio de la gravedad de las faltas cometidas por el autor, cabe tener en cuenta que será fundamental probar: - Autoría: esto es, que el trabajador a quien se imputa la o las faltas que motivan el despido sea perfectamente identificable, lo cual se logra mediante la acreditación de la titularidad de una contraseña de acceso.

- Contenido del mensaje: cuando la prueba de la falta que cometió el trabajador depende ya no del mero esparcimiento o desatención grave a sus labores sino principalmente del contenido del mensaje que se envió o

se recibió en una cuenta o perfil que le pertenece -por ejemplo, por querer acreditarse una divulgación de secretos de la empresa o comentarios que afecten la reputación de la misma-, ésta, muchas veces, puede resultar de imposible producción.

En el caso de que la información se encuentre en el servidor del proveedor de servicio de correo electrónico, cabe recordar que en nuestro país no existe ley que obligue a los proveedores de servicio de Internet (PSI) a almacenar datos de las telecomunicaciones (65), razón por la cual, aunque de hecho se almacenen ciertos datos, incluso de contenido, los PSI pueden simplemente negarse a proveerlos ante el vacío legal.

En el caso de las redes sociales, la situación es aún más compleja, pues al problema del almacenamiento de datos se agrega otro: la evidencia digital que se requiere se encuentra en los servidores de los administradores de redes sociales. Ocurre que los "servers" se ubican generalmente fuera de la jurisdicción de nuestro país, y que el requerimiento de esos datos deba tramitarse en el extranjero, con todas las dificultades procesales que ello implica.

No obstante, muchas veces el contenido puede simplemente probarse fehacientemente con la realización de imágenes forenses del contenido de computadoras, smartphones, tabletas y todo otro dispositivo involucrado en el uso de las redes sociales (66).

- Respeto al derecho a la intimidad del trabajador: vale decir, que haya habido autorización para controlar e ingresar a la cuenta de correo electrónico o perfil en una red social, y que se hayan cumplido con las normas tuitivas del derecho a la intimidad del trabajador. Si no se cuenta

con tal permiso, podrá solicitarse judicialmente el acceso a la correspondencia electrónica.

5. CONCLUSIÓN A modo de colofón, luego de haber expuesto someramente algunas nociones que hacen a la problemática jurídica que presenta la utilización de las redes sociales en el ámbito laboral, ya sea antes, durante y después de la relación de trabajo, se puede concluir que, en la actualidad, si bien el derecho argentino carece de disposiciones legales específicas que regulen el tema, igualmente presenta un plexo normativo que puede dar buenas soluciones a las distintas situaciones apuntadas.

Sin embargo, no debemos dejar de resaltar que la legislación no llega a ser del todo efectiva, pues, como vimos, en muchos casos, en el afán de aggiornar "viejas" soluciones a "nuevos" problemas, la aplicación de la analogía deviene forzada e inclusive impuesta.

Vimos así, por ejemplo que tratándose del proceso de selección de personal, existen normas generales que permiten resolver los problemas de afectación de la privacidad de los datos personales y de la discriminación en el acceso al empleo. En estos casos, la legislación nacional cuenta con herramientas idóneas: la Ley de Protección de Datos Personales y el genérico art. 1 de la Ley Antidiscriminación.

Durante la relación laboral, emerge nuevamente un tema ya conocido en materia de correo electrónico: el control o monitoreo de las herramientas de comunicación a través de Internet. El conflicto de intereses que surge entre el derecho a la propiedad del empleador y el derecho a la intimidad del trabajador carece de una solución legislativa. Sin embargo, la cuestión suele resolverse a nivel de reglamentos de empresa,

procurando siempre partir del principio de control de las comunicaciones laborales del trabajador, pero siempre respetando el secreto de sus comunicaciones privadas, y, he aquí lo novedoso en materia de redes sociales, la protección de sus datos personales, su imagen y su derecho a la libertad de expresión.

Por último, luego de la finalización de la relación laboral, puede surgir el debate a nivel judicial de la justa causa de despido, cuando éste tuvo su origen en el abuso de las herramientas informáticas de comunicación dispuestas para uso del trabajador. Sobre ello, la doctrina y la jurisprudencia se han encargado de establecer una serie de lineamientos a los efectos de determinar cuándo la causa de despido implica una pérdida de confianza que no consiente la prosecución de la relación laboral. Desde luego que, al no haber normas escritas y posiciones oscilantes respecto de qué es aquello que debe considerarse importante para justipreciar una causa de despido, la seguridad jurídica cede y da paso al buen criterio judicial a la hora de interpretar las circunstancias de hecho de cada caso en particular.

Finalmente, creemos que, a los fines de resolver cada una de las cuestiones aquí tratadas, será fundamental la labor de las nuevas generaciones de juristas avezados en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, sobre todo, a través de la creación de normas de fuente legislativa o judicial, e inclusive a nivel de la doctrina de los autores.

Algunas orientaciones sobre el uso de las TIC en educación

169

Por [Eduardo Larequi](#)Última actualización: **24 de febrero de 2014**

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación están llamadas a desempeñar un papel esencial en la actividad didáctica de los futuros docentes,

| Miryam Cejas

tanto por su abrumadora implantación en todos los ámbitos de la vida personal, laboral y social de quienes se dedican a la enseñanza, como también por su capacidad para favorecer la implantación de metodologías innovadoras y hacer posibles actividades didácticas que hasta hace poco tiempo eran impensables. Ahora bien, debe tenerse en cuenta que la renovación pedagógica que tan a menudo se reclama en el uso de las TIC no solo exige materiales y recursos actualizados, sino también actitudes renovadas, convicción y perseverancia, como han puesto de relieve, entre muchos otros, los profesores [Jaime Olmos](#) y [Jordi Adell](#):

Presentación

1- <http://www.slideshare.net/olmillos/mas-alla-de-lastics?ref=http://propuestastic.elarequi.com/propuestas-didacticas/algunas-orientaciones-sobre-el-uso-de-las-tic-en-educacion/>

2- <http://www.slideshare.net/epdrntr/el-buen-y-mal-uso-de-las-tic-en-el-aula?ref=http://propuestastic.elarequi.com/propuestas-didacticas/algunas-orientaciones-sobre-el-uso-de-las-tic-en-educacion/>

Por otra parte, no se puede negar que la decisión de poner en práctica actividades y metodologías que implican recursos TIC suele provocar en muchos docentes un cierto desasosiego, tal como pone de relieve el profesor [Antonio Solano](#) en el artículo [Diez preguntas para quienes empiezan](#). En la presentación homónima (que figura bajo estas líneas) y [en el texto que la complementa](#), el profesor Solano considera esas dudas e inquietudes:

Presentación slideshare.net

<http://www.slideshare.net/ppitufu/10-preguntas-que-tarde-o-temprano-se-hacen-quienes-llevan-las-t?ref=http://propuestastic.elarequi.com/propuestas-didacticas/algunas-orientaciones-sobre-el-uso->

Resulta evidente para cualquiera que tenga experiencia en este ámbito que las TIC aportan una serie de recursos muy poderosos, pero también que exigen un aprendizaje profesional que, en ciertos casos, puede ser bastante oneroso en términos de tiempo y esfuerzo; además, si se quiere que esos recursos sean

pedagógicamente rentables, su utilización debe estar presidida por unos criterios de selección, organización y puesta en práctica sensatos y eficientes. El profesor Eduardo Larequi ha sintetizado dichos criterios en el artículo “Cómo integrar las TIC en las áreas de Lengua” (*Cuadernos de Pedagogía*, 401, mayo 2010, pp. 72-74), del que extraemos este decálogo:

1. Los recursos TIC no son por sí mismos una garantía de eficacia didáctica, que solo se logrará si responden a objetivos y planteamientos genuinamente pedagógicos, forman parte de una metodología efectiva, contrastada y asumida por los docentes, y facilitan aprendizajes significativos.
2. Para lograr que las actividades en que intervienen las TIC promuevan aprendizajes significativos es necesario situarlas en contextos que tengan relación directa con la experiencia cotidiana de los estudiantes respecto a los ámbitos escolar y académica, de la actualidad, de relación personal, social e institucional, etc.
3. Las actividades que hagan uso de las TIC siempre deben concebirse, programarse y realizarse teniendo en cuenta su relación con los objetivos, contenidos y criterios de evaluación formulados en el currículo y en el proyecto educativo del centro.
4. Las actividades que implican el uso de las TIC requieren un marco de actuación que debe ser objeto de los correspondientes acuerdos en los centros escolares. El aprendizaje de ciertas técnicas (el uso de procesadores de texto, los procedimientos de búsqueda en Internet, etc.) deben programarse a través de contenidos y actividades adecuadamente secuenciados, y de acuerdo con normas de organización acordadas por los docentes. Asimismo, conviene que las actividades didácticas en que se utilizan recursos y materiales TIC se realicen teniendo en cuenta el marco del tratamiento integrado de las lenguas.
5. Es una exigencia inexcusable para todas las áreas, pero en especial para las lingüísticas, que todas las producciones resultantes de la aplicación de las TIC respeten los criterios de corrección idiomática (ortográfica, textual y pragmática).

6. El desarrollo de la Red hacia el escenario de la llamada Web 2.0, que se define por la participación activa de las personas en la creación del conocimiento, exige que los docentes conozcan recursos como los servicios online, los sistemas de marcadores y etiquetado social, las redes sociales, los blogs, wikis y otras plataformas de gestión de contenidos que se pueden utilizar en Internet o/y en las redes de área local de los centros.
7. Incluso las metodologías tradicionales se pueden renovar gracias a las herramientas TIC. En este sentido, tanto la llamada “pizarra digital” (un ordenador conectado a un cañón de proyección) que permite proyectar cualquier documento almacenado en el ordenador o disponible a través de la Red, como la “pizarra digital interactiva” o PDI, que además hace posible la interactividad sobre la superficie de la pantalla de proyección, ofrecen un abanico prácticamente ilimitado de recursos educativos.
8. El uso de las TIC debe comprometer a todas las instancias del sistema educativo. Por ello resulta esencial que los docentes se planteen qué competencias y contenidos del currículo pueden desarrollar con su nivel de competencia digital, y cuáles podrían abordar si media la formación o el acompañamiento necesarios. Los centros educativos, por su parte, habrán de apoyar las propuestas didácticas con nuevas formas de organización y gestión. Finalmente, es obligación de las administraciones educativas hacer el esfuerzo necesario para dotar a los centros y sus profesores de medios materiales y humanos, promover la creación de recursos digitales y organizar las acciones formativas encaminadas a la capacitación del personal docente en el uso de dichos recursos.
9. Las actividades TIC no deben suponer discriminación de los alumnos y alumnas que presentan necesidades educativas especiales, ni tampoco de aquéllos que por su situación social se encuentran en riesgo de exclusión tecnológica. La organización y puesta en práctica de las actividades TIC no debe dar por supuesto que todos ellos cuentan con las mismas oportunidades personales, familiares y sociales en el acceso a recursos como los ordenadores o la conexión a Internet.

10. Conviene que a la hora de seleccionar recursos y aplicaciones con los que llevar a la práctica las actividades TIC, se consideren aspectos como los principios de neutralidad tecnológica y respeto de los estándares, la conveniencia de utilizar software no propietario y materiales curriculares publicados bajo licencias abiertas que permiten su distribución y uso compartido, así como la consideración del criterio del coste derivado de la adquisición, explotación y renovación de los medios tecnológicos.

Por último, recomendamos la lectura de los siguientes artículos publicados en el portal [Educa con TIC](#), que ofrecen orientaciones y pautas sobre el uso de las nuevas tecnologías en las aulas:

- Bloggeando [colectivo formado por las profesoras Adela Fernández, Irene González y Marimar Pérez], [El largo camino hacia las TIC](#): orientaciones para los profesores y profesoras que se inician en el uso educativo de las TIC; el artículo es de gran interés porque propone una amplia variedad de propuestas didácticas. Sobre este mismo asunto, también cabe destacar los artículos [Kit básico para utilizar las TIC en el aula](#) y [Los materiales digitales y el profesorado](#), de las mismas autoras.
- Pablo Bongiovanni, [5 previsiones al planificar actividades TIC con adolescentes](#): criterios pedagógicos para la selección, organización y puesta en práctica de actividades que hacen uso de las TIC.
- Salvador Llopis, [La dirección en un centro TIC](#): sobre el liderazgo de los equipos directivos en la redacción y aplicación de un proyecto integral de centro TIC.
- Salvador Llopis, [Las TIC. ¿Más trabajo?](#): una serie de recomendaciones muy atinadas para obtener el máximo rendimiento pedagógico de las actividades TIC.
- Salvador Llopis, [La coordinación TIC, claves para no desistir](#): sobre la importancia de una figura clave en el uso educativo de las TIC: el coordinador o coordinadora TIC del centro.
- María Jesús Rodríguez, [\[Tareas TIC\] El plan B](#): técnicas, trucos y alternativas para las ocasiones en que no es posible llevar a cabo las actividades TIC previstas.

- María Jesús Rodríguez, [Algunas consideraciones al programar actividades TIC](#): pautas sobre la programación, puesta en práctica y evaluación de este tipo de actividades.
- María Jesús Rodríguez, [\[Tareas TIC\] Organización de un Proyecto o Tarea](#): un artículo complementario del anterior, en el que se formulan una serie de recomendaciones sobre la organización de las actividades TIC.
- Fernando Trujillo, [TIC: Tareas Integradas para el desarrollo de Competencias](#): tras proponer una nueva interpretación del acrónimo “TIC”, se presentan ejemplos de la metodología de las tareas integradas para el desarrollo de competencias.
- Fernando Trujillo, [Competencias básicas y TIC. ¿Son las TIC optativas?](#): una defensa muy bien razonada sobre lo imprescindible del uso de las TIC en el desarrollo de las competencias básicas.
- Fernando Trujillo, [Tecnofilia y homofilia: tentaciones y riesgos de un debate permanente](#): consideraciones de gran sensatez sobre la verdadera importancia de la tecnología en comparación con otro aspecto mucho más importante: la “relación entre los individuos en y para el aprendizaje y la relación entre la escuela y la comunidad”.

Visite estos videos, serán de mucha utilidad para recordar conceptos y ampliar los ya mencionados en esta tesis:

✚ *DELITOS INFORMATICOS: PHUSISNG EN 3 MINUTOS.*

<http://www.youtube.com/watch?v=VXSXfn-R6v4>

✚ *UNA TRISTE HISTORIA “AMANDA” 30 MINUTOS PARA ACABAR CON UNA VIDA. NO AL BULLYNG.*

<http://www.youtube.com/watch?v=A-SyO28CKAw>

✚ CQC ARGENTINA (7-11-2012) INFORME BULLYNG.
<http://www.youtube.com/watch?v=SGG2tDg7GqE>

✚ EL SEXTING, LA NUEVA MODA DE LOS ADOLESCENTES. CQC ARGENTINA.

<http://www.youtube.com/watch?v=fW7GGRc Ng>

✚ WEB CAM. CONSEJOS ANIMADOS.

<http://www.youtube.com/watch?v=FLKR5aq3Zbw&list=PLD731D4FEAD8FD7C8>

✚ RECOMENDACIONES PARA EL USO SEGURO DE INTERNET Y LAS REDES SOCIALES.

<http://www.youtube.com/watch?v=t-x73w1N1os>



BIBLIOGRAFÍA

- ✿ **BLACH RIBAS**, José María, **ESPUNY TOMAS**, María Jesús, **DURAN**; Carolina Gala, **ARTILES**, Antonio Martín. “Teoría de las relaciones laborales. Desafíos” Editorial UOC Edición: 2003 Pag. 45
- ✿ **CASTELLS**, Manuel LA ERA DE LA INFORMACIÓN, Economía, Sociedad y Cultura. Vol. 1. Editorial Alianza
- ✿ **COBO** Romani, **CRISTOBAL** y **KUKLINSKI** Hugo Pardo. PLANETA WEB 2.0 INTELIGENCIA COLECTIVA O MEDIOS FAST FOOD. UVIC. Flacso:
- ✿ **FINQUIELEVICH**, Susana, Ciudadanos a la red. Editorial 1999
- ✿ **FERNANDEZ** Bravo, Félix Humberto - LA PSICOLOGÍA Y LAS REDES SOCIALES .Boletín Electrónico de Investigación de la Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C. Volumen 6. Número 2. 2010. Pág. 247-248 México
- ✿ **LEVIS**, Diego. La pantalla ubicua. Editorial Crujía.

Páginas web

- ✿ [http://www.publico.es/253890/los-10-momentos-mas-importantes-de-la-historia-de-las-tecnologias-de-la-informacion\)](http://www.publico.es/253890/los-10-momentos-mas-importantes-de-la-historia-de-las-tecnologias-de-la-informacion)
- ✿ <http://www.unocero.com/2009/09/21/10-grandes-momentos-de-la-tecnologia/>
- ✿ <http://www.ub.edu/prometheus21/articulos/obsciberprome/socinfoscon.pd>
- ✿ <http://es.wikipedia.org/wiki/Interfaz>
<http://redessocialesunimar.bligoo.es/clasificacion-de-las-redes-sociales#.U2B1T1V5Mm8>

- ✚ <http://comunidad.iebschool.com/marketingenredessociales/clasificacion-y-tipos-de-redes-sociales/>
- ✚ <http://webadictos.com/2012/11/04/breve-historia-de-facebook>
- ✚ www.um.es/ead/red/32/laaser_et_al.pdf
- ✚ www.es.wikipedia.org/wiki/Facebook
- ✚ www.um.es/ead/red/32/laaser_et_al.pdf
- ✚ www.cad.com.mx/historia_de_twitter.htm
- ✚ http://www.dgbiblio.unam.mx/servicios/dgb/publicdgb/bole/fulltext/volIV22001/pgs_77-86.pdf
- ✚ <http://www.slideshare.net/w2sn/sociedad-de-la-informacion-1606704>
- ✚ <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuadern5/elena.htm#>
- ✚ <https://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero43/covirtual.html>
- ✚ <http://bid.ub.edu/17serra2.htm>
- ✚ <http://libros.metabiblioteca.org/bitstream/001/133/8/978-84-934995-8-7.pdf>
- ✚ http://www.juntadeandalucia.es/averroes/~escuelatic20/didactica/introduccion_web20.pdf
- ✚ <http://yolycabrera.blogspot.com.ar/2012/02/redes-sociales.html>
- ✚ <http://alejandrogg.com.mx/temario3/Carlos-redes%20sociales.pdf>
- ✚ <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo%3Fcodigo%3D249260>
- ✚ www.rsucatinformatica.blogspot.com.ar
- ✚ <http://redessocialesunimar.bligoo.es/clasificacion-de-las-redes-sociales#.U2B1T1V5Mm8>
- ✚ <http://redessocialesunimar.bligoo.es/clasificacion-de-las-redes-sociales#.U2B1T1V5Mm>
- ✚ <http://comunidad.iebschool.com/marketingenredessociales/clasificacion-y-tipos-de-redes-sociales/>

- ✚ www.webadictos.com/2012/11/04/breve-historia-de-facebook
- ✚ [www.um.es/ead/red/32/laaser et al.pdf](http://www.um.es/ead/red/32/laaser_et_al.pdf)
- ✚ www.es.wikipedia.org/wiki/Facebook
- ✚ [www.um.es/ead/red/32/laaser et al.pdf](http://www.um.es/ead/red/32/laaser_et_al.pdf)
- ✚ [www.cad.com.mx/historia de twitter.htm](http://www.cad.com.mx/historia_de_twitter.htm)
- ✚ [www.um.es/ead/red/32/laaser et al.pdf](http://www.um.es/ead/red/32/laaser_et_al.pdf)
- ✚ [www.cad.com.mx/historia de youtube.htm](http://www.cad.com.mx/historia_de_youtube.htm)
- ✚ www.slideshare.net/alfredovela/historia-y-estadsticas-de-linkedin
- ✚ Wikipedia.
- ✚ www.san-pablo.com.ar/rol/?seccion=articulos&id=3500
- ✚ <http://portal.educ.ar/debates/educacionytic/Nuevas%20tecnolog%EDas%20y%20escritura.pdf>
- ✚ www.sociologos.com/2013/04/09/zygmunt-bauman-opina-sobre-las-redes-sociales/
- ✚ Diario Digital América Economía.com. Nota de Héctor Cancino Salas. <http://www.americaeconomia.com/node/102741>
- ✚ Blog Socialmetrix. Social Media Analytics.1 de abril 2011. <http://socialmetrix.com/es/social-media/top-20-candidatos-y-partidos-politicos-argentina-2011-2/>
- ✚ <http://rusc.uoc.edu/ojs/index.php/rusc/article/view/v8n1-levis/v8n1-levis> ISSN 1698-580X
- ✚ <http://www.quenoteladen.es/asegurate.php>

ENTREVISTAS

<http://www.youtube.com/watch?v=961UuJukgro> entrevista desde el punto de vista de lo jurídico.

<http://www.youtube.com/watch?v=Xm2g3uHGfdQ> Entrevistas sobre periodismo redes.

<http://www.youtube.com/watch?v=Ch4V2rKnMDU> Periodismo

<http://www.youtube.com/watch?v=VMRh9-iihC4> Entrevista sobre redes sociales en argentina.

