

Cultura, intercambio y pensamiento en la era de Facebook

Raúl Trejo Delarbre ¹

En Argentina y Colombia, más de 6 de cada 10 jóvenes tiene cuenta en Facebook. En Uruguay son 7 de cada 10. En Chile, casi todos los jóvenes están suscritos a ese servicio. En México, son 4 de cada 10. El auge de las que muchos han denominado *redes sociales* resulta evidente. Espacios como Facebook nos pueden merecer consideraciones enfáticamente críticas: la comunicación en esa red es parca e incluso precaria, la socialización que se ejerce allí resulta muy pobre en comparación con el intercambio fuera de línea, la exhibición de episodios y comportamientos que se suscita en tales espacios destaca por encima de contenidos de mayor densidad intelectual... pero digamos lo que digamos, es un hecho que cada vez más jóvenes se conectan a esa red en donde no solamente cultivan, improvisan o imaginan amistades, sino además intercambian experiencias de la más variada índole.

Entre abril y noviembre de 2010, los usuarios de Facebook en Argentina aumentaron en más de 2 millones, de 9.5 a 11.7 millones de asociados a ese sitio. La clientela colombiana se incrementó en 2 millones de personas, de 9.2 a 11.2 en números redondos. Los brasileños aumentaron casi tres millones, de 4.2 a 7 millones de usuarios. Los usuarios mexicanos, en ese lapso, crecieron en 6 millones, de 10.8 a 16.8 millones de personas. Se trata de usuarios de todas las edades, incluso cada vez se aprecia un mayor incremento de participantes con más de 25 y más de 35 años ². Pero alrededor de la mitad de los usuarios de Facebook en América Latina –y, en términos generales sucede lo mismo en otras regiones del mundo– siguen siendo jóvenes. En las tablas que aparecen al final de este texto calculamos la cantidad de jóvenes de entre 16 y 24 años que participan en esa red social.

¹ Este es un trabajo en proceso de elaboración. Una versión inicial fue presentada en Primera Reunión Internacional de la Red de Intelectuales y Trabajadores de la Cultura Sur en Montevideo, en noviembre de 2010. Los 15 rasgos de Facebook que se mencionan tendrán que ser ampliados y reforzados con mayor documentación y reflexión. Está pendiente una discusión sobre el concepto de redes sociales, entre otros temas.

² Datos calculados a partir de información disponible en www.facebakers.com Consultas verificadas el 1 de noviembre de 2010.

Resulta evidente que la mayoría que constituyen ya en varios países latinoamericanos, y las que alcanzarán a conformar en pocos meses más, hacen de Facebook, para los jóvenes especialmente, un espacio de canje pero también de creación de los más variados mensajes, productos y expresiones culturales. Hoy en día resulta imposible pensar en la cultura que se hace y consume en nuestros países si no tomamos en cuenta lo mucho que se dice y hace en las redes sociales en línea.

Los usuarios de Facebook tienen la posibilidad de colocar mensajes, ilustraciones y videos para que los miren aquellos a quienes han admitido como amigos suyos. Posiblemente no se trate en todos los casos de una amistad tan intensa como la que se practica en el contacto cara a cara, pero resulta útil hacer lo posible para no evaluar los usos de las plataformas digitales de manera binaria, como si allí únicamente se pudieran desarrollar intercambios creativos o superficiales, o sólo pudieran existir relaciones personales efusivas o inconsistentes. El intercambio en esas redes como, de hecho, en prácticamente cualquier otro espacio de diálogo y colaboración en las relaciones sociales de carácter presencial, dista de ser tan maniqueo como en ocasiones pretendemos sus analistas. No hay siempre resultados banales, ramplones e infructuosos, de la misma forma que el uso de estas redes no es invariablemente creativo, extraordinario o perspicaz. Todos los días, a todas horas, decenas de millones de jóvenes latinoamericanos se conectan a Facebook, así como a otros espacios en Internet, para encontrarse con amigos y contemporáneos suyos con quienes mantienen un canje de experiencias tan intenso como el que tienen de manera presencial.

Uno de los varios mitos que es pertinente despejar para comprender esa circulación de experiencias es la suposición de que el uso de Internet resulta contrario a la socialización fuera de línea. En contra de esa conjetura, se ha demostrado que las personas que se conectan a Internet durante más horas suelen tener conversaciones y relaciones cara a cara más frecuentes, tanto con familiares como con amigos y compañeros de trabajo, que aquellas personas menos asiduas a la Red de redes³.

³ Kennedy, Tracy L.M.; Aaron Smith, Amy Tracy Wells y Barry Wellman, *Networked families Parents and spouses are using the internet and cell phones to create a "new connectedness" that builds on remote connections and shared internet experiences*. Pew Internet and American Life Project, Washington, 2008.

Expansión y atrasos de la Red de redes en América Latina

El auge de Facebook forma parte de una nueva oleada en la presencia de Internet en América Latina. Es evidente que aún faltan amplias franjas de la población en nuestros países para conectarse a la Red. En 2008, en Uruguay 40 de cada 100 personas tenían acceso regular a Internet, en Costa Rica 39, en Brasil 38, en Argentina 28 de cada 100. Al mismo tiempo, en Bolivia, Haití y El Salvador 11 de cada cien personas contaban con ese recurso. En Honduras 13 y en Guatemala 14 de cada 100 tenían conexiones a Internet.

El enorme trayecto que falta por cubrir para que al menos la mayoría de los latinoamericanos tengan acceso regular a la Red de redes, da cuenta de lo mucho que es necesario invertir y desarrollar en ese terreno. Pero, al mismo tiempo, los avances en la conexión de decenas de millones de personas en esta región del mundo no pueden pasar inadvertidos ya que se traducen en nuevas y cada vez más expandidas prácticas en materia de información, consumo cultural e intercambios de la más diversa índole. La brecha digital es, hoy por hoy, una de las expresiones más palmarias del rezago que padecen las zonas más pobres. Y el abatimiento aunque sea paulatino de esas carencias, da cuenta de la incorporación de más personas a distintos usos de la Red de redes.

En 2002, menos de 11 de cada 100 argentinos, 9 en Brasil, 3 en Guatemala, 13 en México y 11 de cada 100 personas en Uruguay, tenían acceso a Internet. Seis años más tarde ya eran, respectivamente, 28, 38, 14, 22 y 40 de cada cien. Las cifras de las cuales disponemos son de 2008 y seguramente para 2010 en varios países hay un desarrollo mucho mayor de la Red de redes. Pero tan sólo la comparación entre 2008 y 2002 ofrece indicios de esfuerzos importantes en varios de nuestros países. Las naciones en donde la infraestructura para la conexión a Internet experimentaba más limitaciones fueron, por lo general, aquellas en donde el empuje resultó mayor porque partían de umbrales de conexión muy modestos. En Cuba, donde las estrecheces económicas se entremezclan con el autoritarismo del gobierno, en 2002 apenas 1.4 de cada 100 tenía acceso a Internet. Seis años más tarde ya eran 13 de cada 100. Las restricciones en ese país subsisten y son técnicas pero también de índole política, pero el hecho de que más de la décima parte de los cubanos disponga de conexiones a la Red de redes, aunque sean tan

limitadas que muchos de ellos deben esperar días enteros para enviar o recibir un correo electrónico, es evidencia de un creciente acceso, a contracorriente del endurecimiento que siguen experimentando las estructuras políticas en ese país.

Entre 2002 y 2008, el aumento en el porcentaje de personas con acceso a Internet fue de 921% en Cuba. En Paraguay, ascendió al 841% para que en 2008 hubiera casi 15 de cada centenar de personas con ese servicio. Las naciones centroamericanas experimentaron tasas altas de crecimiento en la disponibilidad de Internet: Panamá 324%, Guatemala 421%, Honduras 524%, gracias a lo cual esos países alcanzaron una cobertura de, respectivamente, 28, 14 y 13 personas de cada 100. Pero también países que ya tenían porcentajes importantes de acceso a la Red, lograron nuevos avances. Brasil ha superado un antiguo rezago que tenía en ese terreno y logró una cobertura de casi 38%, gracias a que cuadruplicó su cobertura en el mencionado lapso de seis años. Argentina avanzó un 258%; Colombia pasó de 4.6% a 26.2% con un esfuerzo del 570%. De todo ello se da cuenta en el Cuadro 1.

Cuadro 1					
Usuarios de Internet y suscriptores de banda ancha en Iberoamérica 2002 y 2008					
País	Usuarios de Internet por cada 100 hab. 2002	Usuarios de Internet por cada 100 hab. 2008	Crecimiento en % usuarios Internet 2002 - 2008	Suscriptores de Internet con banda ancha fija, por cada 100 habitantes 2002	Suscriptores de Internet con banda ancha fija, por cada 100 habitantes 2008
Argentina	10.9	28.1	258 %	0.4	8.0
Bolivia	3.1	10.8	348	---	0.7
Brasil	9.2	37.5	407	0.4	5.3
Chile	19.1	32.5	170	1.2	8.5
Colombia	4.6	26.2	570	0.1	4.2
Costa Rica	19.9	38.5	193	---	2.4
Cuba	1.4	12.9	921	---	0.0
Ecuador	4.3	28.8	670	0.1	0.3

El Salvador	4.6	11.0	239	---	2.0
España	20.0	56.7	283	3.0	20.2
Guatemala	3.4	14.3	421	---	0.6
Haití	3.6	10.1	280	0.0	0.0
Honduras	2.5	13.1	524	---	0.0
México	13.3	21.7	163	0.2	7.0
Nicaragua	1.7	3.3	194	---	0.6
Panamá	8.5	27.5	324	0.4	5.8
Paraguay	1.7	14.3	841	---	1.4
Perú	9.0	24.7	274	0.1	2.0
Portugal	19.0	41.9	221	2.5	15.3
República Dominicana	7.3	21.6	296	---	2.3
Uruguay	11.2	40.0	357	---	7.3
Venezuela	4.9	25.5	520	0.3	4.7

Cuadro elaborado a partir de ITU, *Measuring the Information Society 2009* y *Measuring the Information Society 2010*.

Los usos específicos, las varias maneras en que la conectividad así lograda pueden contribuir al desarrollo de las economías y las culturas y desde luego las franjas geográficas y sociales aún desprovistas de Internet, no se advierten con claridad en tales cifras. Pero, al mismo tiempo, desatender esos datos equivaldría a cerrar los ojos a la realidad que está constituyendo la expansión de la sociedad de la información en nuestros países.

Deplorar la persistencia de la brecha digital, no implica ignorar los repliegues que ha experimentado particularmente en la primera década del nuevo siglo. Inclusive, para entenderla cabalmente es preciso referirnos a nuevas acepciones de la brecha digital que ya no es únicamente de cobertura sino, cada vez más, de calidad en las conexiones, de instrucción para aprovecharlas y de facilidades para la creación de contenidos.

La banda ancha constituye la diferencia entre navegar con provecho por Internet y solamente pasear, conformándose a veces con mirar de lejos. La descarga de contenidos audiovisuales resulta lenta y más costosa con enlaces telefónicos y/o a velocidades demasiado parsimoniosas, en comparación con la versatilidad de la banda ancha. Y dentro de la propia banda ancha hay diferencias importantes. En 2008, la banda ancha no llegaba en absoluto, o no llegaba a casi nadie, en Cuba, Haití, Bolivia, Ecuador, Honduras y

Nicaragua. En el resto de América Latina, se trataba de un recurso disponible para la tercera parte, o mucho menos, de los usuarios de Internet. Allí se encuentra una de las zonas críticas en el desarrollo de la Red en nuestros países. Otro tema, del cual nos hemos ocupado en distintas ocasiones, es el alto costo que, en comparación con Europa y otras zonas del mundo, tienen las conexiones a Internet en América Latina.

Más pobreza, menos conexiones

La estadística documenta obviedades: a más pobreza, menos Internet. Pero esas verdades palmarias conviene respaldarlas con la evidencia de los datos a fin de entenderlas y, posiblemente, contribuir a que las políticas públicas no se desentiendan de tales realidades. En América Latina ya disponemos de diversos estudios que correlacionan el ingreso de las familias con la disponibilidad de computadoras y conexiones a la Red. Un compendio de varios de ellos empleó datos de varias encuestas nacionales ⁴. El resultado aparece en el Cuadro 2.

Cuadro 2				
Jóvenes con computadora e Internet en el hogar, de acuerdo con el ingreso de sus familias. 2007				
País	Hogares con jóvenes y en los que hay computadora		Hogares con jóvenes y que cuentan con Internet	
	Pobre	No pobre	Pobre	No pobre
Argentina	17.2	28.2	7.2	11
Bolivia	5.9	27.6	---	---
Brasil	9.1	40.0	---	---
Chile	12.7	44.8	4.3	26.9
Costa Rica	20.7	37.2	8.2	12.5
Rep. Dominicana	2.2	17.9	---	---

⁴ Mariana Marchionni, M., J. Alejo, A. Conconi, P. Glüzmann and L. Tornarolli *Los jóvenes y los Objetivos de Desarrollo del Milenio en América Latina y el Caribe*, Investigación para la Política Pública, ODMs y Pobreza, MDG-08-2010, RBLAC-UNDP, Nueva York, 2010. Los autores utilizaron encuestas localizadas en la Base de Datos Socioeconómicos para América Latina y el Caribe, SEDLAC.

El Salvador	0.7	12.3	0.0	5.8
Guatemala	1.1	15.2	0.0	3.2
Honduras	2.0	14.8	1.7	12.1
México	10.1	30.3	5.2	17.7
Nicaragua	0.2	5.2	---	---
Paraguay	2.6	16.5	0.0	4.2
Perú	---	---	0.1	8.6
Uruguay	2.5	40.9	0.2	22.4
Venezuela	---	---	2.2	4.2
Promedio A. Latina	6.3	23.3	2.2	9.9

Fuente: Cuadro elaborado a partir de Marchionni, et. al., p. 89. La encuesta en Argentina es de 2001. La encuesta en Nicaragua es de 2005. Las encuestas en Chile y Guatemala se realizaron en 2006. Las encuestas en Brasil y México son de 2008. El resto son de 2007.

La disponibilidad de computadora y conexión en el hogar no es la única vía para que los jóvenes se enlacen a Internet. En toda América Latina, un número importante de jóvenes carece de esa infraestructura en el hogar y, entonces, debe acudir a cafés Internet o locutorios, en donde pagan por cada sesión de travesía por la Red. En otros casos, aunque dispongan de Internet en sus hogares hay quienes prefieren conectarse fuera de ellos. Una encuesta realizada en 4 ciudades sudamericanas en noviembre de 2008 entre jóvenes de 15 a 29 años encontró que, en Asunción, el 32% de los usuarios de esa edad utilizan cibercafés o establecimientos comerciales para enlazarse a Internet. En Buenos Aires, se trata del 29%, en Montevideo son el 39% y en Río de Janeiro, el 36%⁵. En México, en 2009, el 37% de los usuarios de Internet –independientemente de su edad– se conectaba a la Red desde sitios públicos⁶.

⁵ Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD, *Informe sobre desarrollo humano para Mercosur 2009-2010 Innovar para incluir: jóvenes y desarrollo humano*. Buenos Aires, diciembre de 2009, p. 355.

⁶ INEGI, *Estadísticas sobre disponibilidad y uso de tecnología de información y comunicaciones en los hogares, 2009*.

Para no estar excluidos

Se puede considerar, sin riesgo de exageración, que al concluir 2010 casi el 40% de los brasileños, más del 30% de los mexicanos y los venezolanos y aproximadamente la mitad de los argentinos, chilenos, colombianos y uruguayos, tienen conexiones regulares a Internet. Entre los datos de 2007 y 2008 que mostramos en las páginas anteriores y los meses más recientes, sin duda ha existido un crecimiento importante en las conexiones en esos y otros países. El servicio Internet World Stats, que obtiene informaciones que resulta difícil cotejar unas con otras porque provienen de fuentes muy diversas pero que tiene dos enormes méritos: su actualización constante y la transparencia porque se trata de datos públicos, muestra estimaciones de ese orden e incluso mayores⁷.

Ese es el contexto en el cual cada vez más jóvenes latinoamericanos se conectan a Facebook. Allí mantienen y desarrollan relaciones personales, comparten aficiones, publicitan opiniones, se adhieren a causas o las rechazan, manifiestan aquiescencias o disentimientos acerca de los más variados temas, se muestran a sí mismos, observan y son observados.

Así como la conexión a Internet les resulta útil para descargar música o hacer sus deberes escolares, la adhesión a una red social es un recurso que en ocasiones se vuelve imprescindible para que los jóvenes se vinculen entre ellos. Un reciente informe del PNUD acerca de los jóvenes y el desarrollo humano en los países del Mercosur, ha explicado:

“Se trata de una generación para la cual poseer conocimientos básicos de informática e internet forma parte del umbral mínimo necesario para no estar excluido. Estas competencias ya no implican una diferencia en el mercado de trabajo, como sucedía hace una década o más; son competencias básicas para no ser excluido, incluso de los puestos menos calificados”⁸.

Incluso, añadimos, el manejo de conocimientos básicos para utilizar Internet, a los jóvenes les hace falta no solamente para no ser marginados

⁷ Los datos de ese sitio, actualizados al 30 de junio de 2010, indican que la cobertura de Internet habría sido de 64.4% en Argentina, 37.8% en Brasil, 50% en Chile, 44% en Costa Rica, 27% en México, 10% en Nicaragua, 30.5% en República Dominicana, 53% en Uruguay y 34.2% en Venezuela. Internet World Stats, *Latin American Internet Usage*, <http://www.internetworldstats.com/stats10.htm#spanish>

⁸ PNUD, *Informe sobre desarrollo humano para Mercosur*, cit., p. 133.

del mercado de trabajo sino, además, para no estar excluidos de esos territorios de intercambio social y cultural que son hoy redes como Facebook. Las redes de esa índole, amalgaman características de espacios y recursos de los que antaño disponíamos por separado.

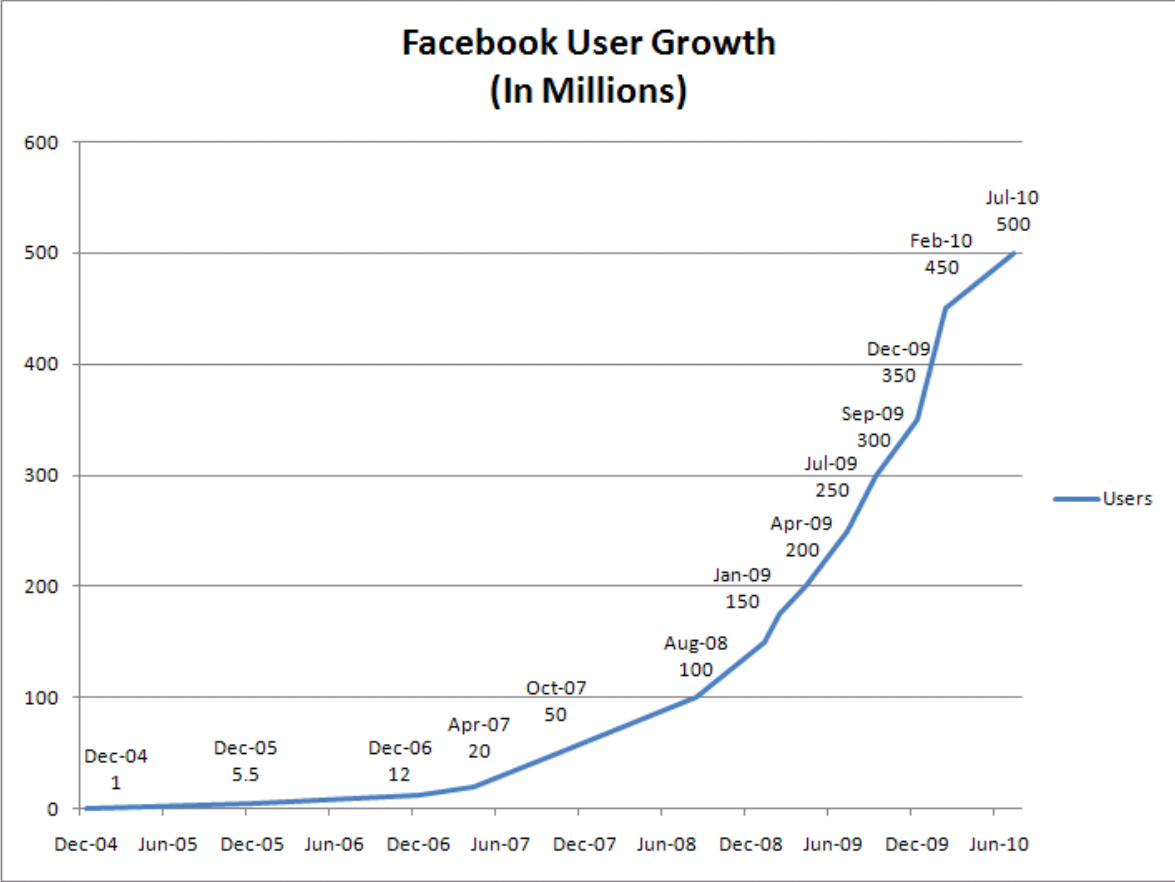
¿Y qué ocurre con quienes no son jóvenes? No es el propósito de este texto, pero hace falta detenerse en los usos, e incluso ventajas y desafíos, que las redes sociales tienen para otras generaciones. Más allá de los conocidos discursos acerca de migrantes y nativos digitales, parece evidente que Internet, incluyendo las redes sociales, es cada vez más una colección de espacios abierta a todas las generaciones. A estas alturas del desarrollo de la red abundan testimonios de viejos que se mantienen en relación con el resto de la familia gracias a Facebook, o que han encontrado nuevas opciones para expresarse a través de blogs, o simplemente de padres y madres que tienen noticia de sus hijos, o que creen supervisarlos, merced al videoteléfono por Internet⁹.

Geométrico crecimiento

Internet es un repertorio, constantemente creciente y hasta ahora de capacidad ilimitada, de redes de información digital. En esa Red de redes, Facebook constituye una de las ramificaciones más transitadas y anchas. A fines de 2010, Facebook era el segundo sitio más visitado en Internet, con aproximadamente 743 millones de usuarios cada día. El primero es el buscador Google, que al comenzar noviembre de 2010 era consultado por

⁹ Sherry Turkle, al cabo de un desencantado libro sobre la imposibilidad para construir relaciones en profundidad con los recursos en línea, relata la experiencia de algunas madres que tienen hijas universitarias y que se comunican con ellas por Skype. De la misma manera que miran a sus hijas, pueden ser observadas por ellas a través de la videocámara: “Algunas detestan que sus hijas las puedan ver. Las madres están a fines de sus cuarenta y hasta comienzos de los sesenta y no las hace felices que las observen cercanamente. ‘Deje de maquillarme para Skype’, dice una. ‘Se estaba volviendo ridículo’. Otra insiste en que es importante maquillarse para Skype: ‘Quiero que ella me vea de la mejor manera, capaz de encararla. No quiero que se preocupe’”. Sherry Turkle, *Alone Together. Why we Expect More From Technology and Less From Each Other*. Basic Books, New York, 2011. Versión en Kindle, locación 5679.

alrededor de 858 millones de personas cada día ¹⁰. Sin embargo los internautas se detienen más en Facebook que en el buscador más utilizado en el mundo. Un usuario promedio de Google utiliza ese servicio algo menos de 11 minutos cada día, en tanto que el usuario promedio de Facebook se queda en ese sitio más de 33 minutos diarios. Los internautas miran cada día un promedio de 11 páginas en Google y un promedio de 13 páginas en Facebook ¹¹.



Gráfica tomada de <http://www.benphoster.com>

¹⁰ Estos datos los hemos calculado a partir de la información de www.alexa.com que estima que el 42.9% de los usuarios de Internet en todo el mundo visitaron el sitio de Google en un solo día y que el 37.17% visitaron el sitio de Facebook. Nuestra estimación toma en cuenta que, para esa fecha, habría alrededor de 2 mil millones de usuarios de Internet en todo el mundo. Consultas realizadas el 1 de noviembre de 2010.

¹¹ Datos tomados de www.alexa.com

En noviembre de 2010, hay algo más de 552 millones de cuentas de Facebook en todo el mundo. La mayor parte, 185 millones –el 33.5%– se encuentra en América del Norte (incluyendo México y Centroamérica). En Europa hay 168 millones de usuarios, que constituyen el 30.5% de la membresía global. En América del Sur, 52.5 millones, que significan el 9.5%¹².

Creada en 2004 con el propósito inicial de alojar páginas personales de estudiantes universitarios, Facebook alcanzó su primer millón de usuarios al finalizar ese año y lo había quintuplicado al cabo de doce meses. En agosto de 2008 llegó al primer centenar de usuarios. Dos años más tarde, ya eran 500 millones. Esa evolución se puede apreciar en la gráfica adjunta.

Facebook, quince rasgos

Desde sus inicios, Facebook se singularizó por la versatilidad de su diseño, que permite incorporar y organizar la información personal de sus usuarios y, además, enlazarlos en torno a numerosos micro programas. A mediados de 2010, ya existían más de 550 mil “aplicaciones”, o programas diseñados para tareas específicas en Facebook¹³. Entre ellas hay programas para guardar e intercambiar información, juegos, encuestas, concursos, etcétera.

Los usuarios de Facebook pueden exponer, escudriñar, compartir o desdeñar contenidos de los más diversos asuntos. Las posibilidades de contemplación e interacción que hay en Internet, se reproducen en Facebook aunque en ocasiones con acentos específicos. Podemos distinguir por lo menos 15 rasgos en los usos de Facebook.

1. Divagación y hallazgos. En Facebook se practican búsquedas y encuentros como los que pueden tener lugar en la plaza pública, el centro comercial, la hemeroteca y la biblioteca, el café o cualquier establecimiento en donde los jóvenes se reúnen a departir. Todos esos, son espacios que aparecen reproducidos, o parodiados en Facebook, desde luego sin la variedad de contenidos que tienen de manera presencial. Los usuarios de esa red social pueden conversar, jugar, consultar documentos que les proponen sus amigos y pueden también recabar información lo mismo para hacer compras que para adherirse o no a una campaña política o social.

2. Reciprocidad y almacenamiento. Facebook hace las veces de diversos instrumentos para compartir y acopiar contenidos textuales y audiovisuales. Álbumes de fotografías, tablero de avisos, índice discográfico, recortes de

¹² <http://www.facebakers.com/countries/continents>

¹³ “Estadísticas de Facebook 2010”, en <http://networkedblogs.com>

periódicos, clips de televisión y cine, coexisten en las páginas de los usuarios de Facebook. Las imágenes de la fiesta más reciente, antes sólo eran compartidas con los amigos a quienes encontrábamos días después de aquel acontecimiento. Ahora pueden ser colocadas incluso segundos después de haber sido tomadas y las pueden ver amigos y conocidos en cualquier otra latitud geográfica. Las implicaciones en materia de privacidad que suscita esa posibilidad tecnológica, no son menores.

3. Mensajes y avisos. En esa red se practican formas de comunicación epistolares y recados breves, se propalan noticias y advertencias, se comparten indicaciones y recomendaciones que reproducen, o complementan, los mensajes que ya se difunden por otros medios. Los usuarios de Facebook pueden enviar una nota a todos sus contactos o solamente a algunos, de la misma manera que tienen la opción de dirigir un texto de mediana extensión, o simplemente unas líneas, a una sola persona o a millares de ellas.

4. Réplicas del lenguaje coloquial y corporal. En Facebook se reproducen ademanes y gestos del lenguaje verbal y corporal cotidiano. Por una parte hay señas que son parodiadas, por ejemplo, cuando para expresar su aprobación por un contenido que les envían los usuarios eligen la figura de una mano con el pulgar hacia arriba o, en sentido contrario, para manifestar desacuerdo. También hay réplicas de estados de ánimo que se enuncian a través de representaciones gráficas –*emoticones*– que no surgieron con Facebook y que han sido frecuentes en otros espacios de comunicación por Internet como el chat y el correo electrónico. Saludos, felicitaciones, aplausos, rechazos, reconvenciones, desdenes, se manifiestan con la misma espontaneidad que suele haber en un encuentro cara a cara.

5. Ayuda de memoria. Facebook puede recordar y, de esa manera, propagar y en ocasiones institucionalizar fechas destacadas, cumpleaños, efemérides, etcétera. Facebook funciona, entre muchas otras cosas, como agenda de sus usuarios. Todos los días se les recuerdan los aniversarios que han registrado sus amigos en línea, pero además reciben invitaciones a eventos, por lo general de carácter presencial, de los más diversos temas y en muy distintas ciudades. La presentación de un libro, la celebración de la boda de unos amigos, el estreno de un programa de televisión o la difusión de un video en YouTube, pueden ser anticipados en esta red. Las agendas, en esos casos, se pueden volver públicas y la concurrencia o ausencia a los eventos propalados de esa manera son decididas en grupo y ya no solamente de manera individual.

6. Civismo y activismo. En Facebook hay espacio para expresiones sociales y políticas que habitualmente tienen lugar, fundamentalmente, en calles y plazas. Encuentros cívicos, protestas, campañas por y en contra de las cuestiones más distintas, encuentran sitio y seguidores en Facebook. La facilidad con que cualquier usuario puede comprometerse con prácticamente cualquier causa, ha permitido una notoria expansión en la influencia que alcanzan las luchas sociales y ciudadanas. El reverso de la moneda se encuentra en la fragilidad que con frecuencia tienen esas adhesiones e incluso en su limitada eficacia. Salvo excepciones, todavía sigue teniendo mayores repercusiones políticas una manifestación en las calles de cualquiera de nuestras ciudades que una cadena de protestas en sitios como Facebook, aunque estamos asistiendo a nuevas formas de participación y compromiso políticos cuyas consecuencias todavía no se han consolidado.

Esa, desde luego, es una limitación que no se relaciona únicamente con Facebook. El activismo en línea ha permitido propagar muy variadas causas y preocupaciones políticas, entre ellas, de manera notoria, la insurgencia cívica en los países árabes a comienzos de 2011. No todo, sin embargo, es ejercicio libre de las propuestas y exigencias políticas en Facebook. Los administradores de ese sitio en ocasiones imponen condiciones ideológicas o limitaciones morales a los contenidos que colocan los usuarios. Evgeny Morozov ha publicado un inventario de restricciones en Facebook y otras redes que subrayan la inexistencia de una libertad irrestricta en esos espacios¹⁴.

7. Afición y creación. En Facebook hay sitio para las expresiones culturales más variadas, en la acepción más amplia que resulte posible del quehacer cultural. Facebook refleja y proyecta la cultura contemporánea, a la vez que contiene espacios para hacer y expresar algunas facetas de esa cultura. Antes que nada, en esa red se manifiestan simpatías, propias de una sociedad de masas, en torno a los íconos del espectáculo y el deporte. Los seguidores de un cantante o un equipo de fútbol, lo mismo que de algún cineasta, artista plástico o novelista, pueden encontrarse e intercambiar pareceres que quizá de otra manera no tendrían con quien compartir o que sólo podrían comentar con sus más allegados. Además, los propios creadores plásticos,

¹⁴ Evgeny Morozov, *The Net Delusion. The Dark Side of Internet Freedom*. Public Affairs, New York, 2011. Sobre las restricciones políticas e ideológicas en Facebook, ver particularmente el capítulo ocho, "Open Networks, Narrow Minds: Cultural Contradictions of Internet Freedom".

musicales, literarios o de cualquier índole, tienen la posibilidad de hacer de Facebook una caja de resonancia para sus obras.

8. Construcción de identidades. Estar en Facebook es, antes que nada, identificarse –es decir, crear o reafirmar una identidad–. Nadie está obligado a mostrar definiciones que no desee, pero cualesquiera que sean los rasgos que decida ostentar –creencias religiosas o políticas, estado civil, preferencias musicales y cinematográficas, escuelas a las que ha asistido, ciudades en las que ha estado, etcétera– a partir de ellos construye, al menos parcialmente, la imagen que otros tendrán de él mismo. Esa identidad se afianzará, o rectificará, de acuerdo con las expresiones y nuevas preferencias que el usuario manifieste. Cada quien, además, puede hacer énfasis en los aspectos de sus afinidades y propensiones que pretenda destacar.

El perfil en Facebook es nuestra fachada, la carta de presentación que mostramos para tener *amigos*, despertar el interés de otros, subrayar preferencias y posibles afinidades. Aquel apotegma que algunos atribuyen a Sartre sobre la responsabilidad que todos tenemos sobre nuestro rostro a partir de los 40, se aplica incluso para los más jóvenes cuando nos encontramos en Facebook. No en balde se llama así, aunque ya sabemos que este sitio en línea nació a semejanza de los anuarios de las escuelas estadounidenses que muestran las fotografías de cada alumno y que suelen ser denominados, precisamente, *libro de rostros*.

El rostro, y en general la identidad que decidimos mostrar, es figura, oferta, confesión e incluso coartada públicas en Facebook. Si en este sitio somos responsables de nuestra apariencia, es porque tenemos la facultad de enmendarla a voluntad. Esa construcción de la identidad propia, que se podía atisbar en salones de chat y algunos juegos en línea, se vuelve declaración y compromiso públicos en Facebook. De las preferencias y detalles que manifestemos, dependerá la red que podamos construir. Así que la apariencia (el “aspecto exterior” como reza el Diccionario) resulta esencial aunque luego los visitantes de nuestra página encuentren otros contenidos que exhibamos en Facebook.

9. Nivel de privacidad. Junto con, pero en ocasiones al margen del contenido con que lo ataviemos, lo que importa es nuestra voluntad para tener una identidad específica en ese sitio. Hay que *querer ser*, para *poder estar* en Facebook. Es precisa la decisión de mostrar una identidad específica, que resulta de las elecciones y omisiones que hacemos al develarnos en línea frente a otros. Ese proceso de decisiones no es casual. Entre otras implicaciones, en él se dirimen asuntos fundamentales como la privacidad que

decidimos exhibir, o no, a los posibles visitantes de nuestro espacio en Facebook. Eso lo saben los jóvenes que moldean su identidad virtual: “aunque para existir en línea uno debe escribirse a sí mismo, y a los amigos y la comunidad de uno, para ser, esto no significa que uno deba incluir todos los aspectos de uno mismo. Decidir qué no decir acerca de uno mismo en línea es, para muchos adolescentes, un acto agéntico para proteger su identidad y sus espacios de intimidad” ¹⁵.

10. Exhibición y ostentación. Mostrar datos y perfiles personales implica, en distintos grados, cierta jactancia aunque pueda decirse que solamente los revelamos ante aquellos que consideramos amigos nuestros –incluso si se trata de amistades tan en ocasiones evanescentes como las que podemos entablar en Facebook–. Cuando los chicos –y en ocasiones personas de mayor edad– se ufanan anunciando que ya están “en una relación”, hacen de Facebook una gaceta de avisos personales y cimientan una distinción más holgada entre la esfera de los asuntos públicos y la que antaño circunscribía los asuntos privados. Esa exposición de la privacidad es uno de los elementos que afianza el apego de no pocos de sus usuarios respecto de Facebook, pero también suele constituir una de las secuelas más cuestionadas en los usos de esa red.

La posibilidad de exponer aspectos de su vida privada que posiblemente de otra manera no harían públicos, no implica que los jóvenes no cuiden, o no midan, las consecuencias y opciones de esa auto revelación. Después de estudiar el uso de Facebook entre jóvenes de 13 a 16 años en Londres, la investigadora Sonia Livingstone encontró que “los adolescentes describieron decisiones juiciosas acerca de qué, cómo y con quiénes revelan información personal, estableciendo sus propias fronteras acerca de qué información colocar y qué dejar fuera del sitio, realizando elecciones deliberadas que equiparan su modelo de comunicación (y sus posibilidades particulares) a un contenido comunicativo específico. Esto sugiere una definición de privacidad no atada a la divulgación de ciertos tipos de información, más que a una definición centrada en tener el control, sobre quién sabe acerca de ti” ¹⁶.

¹⁵ Sonia Livingstone, “Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers’ use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression”. *New Media & Society*, Vol. 10, 2008. Sage, Los Angeles, p. 408. El término *agéntico* se refiere a la capacidad de un agente, social en este caso, para actuar en un entorno específico.

¹⁶ Livingstone, cit., p. 404.

11. Libertad y difusión del pensamiento. Internet se distingue, entre otras cosas, por la amplia libertad con que pueden colocarse contenidos y opiniones. Sin embargo la posibilidad de que un blog o un sitio *web* sean vistos por otros depende de diversas circunstancias –la promoción que reciba ese sitio, la visibilidad que obtenga en los buscadores, el interés que haya suscitado entre los internautas, las ligas que remitan a él desde otros sitios, etcétera–. En Facebook hay una propagación más organizada y directa, ya que nuestros puntos de vista son dirigidos a los amigos con quienes coincidimos en esa red. Incluso podemos hacerles llegar los enlaces al sitio *web* o al blog que hayamos diseñado. Facebook es, así, una plataforma para comunicar y vincular contenidos alojados en otros espacios de la Red. Y es un recurso para democratizar la expresión de quienes, de otra manera, tendrían que conformarse con observar o compartir las opiniones de otros.

Paradójicamente, una de las primeras reacciones delante de Facebook ha sido atajar el acceso a ese sitio en centros de trabajo y escuelas. En Australia, por ejemplo, en 2009 el 86% de las escuelas bloqueaba en sus computadoras el acceso a Facebook, el 57% a YouTube y el 14% a Wikipedia ¹⁷. Esa prohibición ha dificultado la consulta de sitios con información educacional a los que hay ligas desde páginas en Facebook. Por otra parte, si los estudiantes se conectan desde dispositivos inalámbricos el bloqueo deja de ser eficaz.

En distintas experiencias, Facebook ha podido ser un espacio para el intercambio de opiniones y mensajes entre profesores y alumnos. También ha suscitado situaciones incómodas, por ejemplo cuando algunos profesores intercambian allí desahogos acerca de sus alumnos o cuando hay estudiantes que abren espacios para quejarse de sus profesores. En septiembre de 2010 la joven Daniela Martínez Solano, alumna del décimo semestre de Derecho en la Universidad Autónoma de Aguascalientes, fue suspendida por seis meses debido a que hizo comentarios desfavorables a esa institución y a sus autoridades en su página personal en Facebook ¹⁸. En Facebook puede hacer

¹⁷ “Teaching the Facebook Generation”, en *The Sydney Morning Herald*, 28 de febrero de 2011: <http://www.smh.com.au/technology/technology-news/teaching-the-facebook-generation-20110227-1ba19.html>

¹⁸ “Crítica en ‘Facebook’ y la expulsan 6 meses”. NTR Zacatecas, 9 de octubre de 2010. Disponible en <http://ntrzacatecas.com/noticias/mexico/2010/10/09/critica-en-%E2%80%9Cfacebook%E2%80%9D-y-la-expulsan-6-meses/>

libertad –con restricciones– pero en ocasiones se contrapone con la ausencia de ella en el mundo fuera de línea.

12. Participación. Toda la Internet es, al menos hipotéticamente, interactiva. Sin embargo, como bien sabemos, la mayoría de quienes navegan en la Red se limitan a contemplar los contenidos que han sido colocados por otros y pocas veces se animan a replicar ante ellos o a elaborar sus propios contenidos. En Facebook, en cambio, cada paso que da el usuario lo induce a participar. El diseño mismo de ese espacio, alienta una navegación que implica acciones y decisiones del usuario. Esa característica la han explicado con claridad Clara Ciuffoli y Guadalupe López, participantes del Proyecto Facebook que encabeza el profesor Alejandro Piscitelli en la Universidad de Buenos Aires:

“Aceptar solicitudes de amistad, calificar con «me gusta» / «ya no me gusta», comentar, unirse a grupos por afinidad o simple curiosidad, hacerse fan de una página, son *formas de publicación estandarizadas* que transparentan el uso de la plataforma. Todo (o casi) queda registrado en nuestro perfil, que se actualiza con cada clic que realizamos. La participación de los usuarios en Facebook se torna visible, de la misma forma que un animal deja sus huellas en la arena cuando se acerca para tomar agua del río. Sólo el *voyeur* no deja rastros, aquel que husmea en los álbumes del vecino. Pero bastará que le guste una foto y publique un comentario para que quede el registro transparente de su paso por allí. Esta idea redefine el concepto de participación en la web y, en consecuencia, complejiza la tajante separación entre usuarios *observadores* y *creadores...*”¹⁹.

Trascender esa distinción entre los que miran y aquellos que crean contenidos, resulta difícil en un contexto cultural histórica pero además

La joven Martínez Solano había escrito la siguiente opinión: ““Los docentes de nuestra universidad autónoma son un asco!! un cumulo (sic) de ratas ambiciosas de poder!! que ascooooooooooooo me dan!”.

¹⁹ Clara Ciuffoli y Guadalupe López, “Facebook como paradigma de la alfabetización digital en tiempos de barbarie cultural”, en Alejandro Piscitelli, Iván Adaime e Inés Binder, coordinadores, *El Proyecto Facebook y la Posuniversidad*, p. 116. Disponible en:

<http://www.fundacion.telefonica.com/debateyconocimiento/publicaciones/index.htm>

industrialmente concebido para mantener esa parcelación en el papel de unos y otros. Tenemos, por lo general, una cultura del espectáculo en donde, por definición, casi todos nos restringimos a ser *espectadores* de lo que otros hacen.

Otro enfoque, sugiere que las respuestas que recibimos en las redes sociales son tan previsibles, preestablecidas y mecánicas que en lugar de ensanchar nuestra creatividad la circunscribimos a cartabones diseñados por otros. Preocupado por el adocenamiento que encuentra en tales sitios, el escritor estadounidense Nicholas Carr alerta: “La Red proporciona un sistema de alta velocidad para entregar respuestas y recompensas –‘reforzamientos positivos’, en términos psicológicos– el cual alienta la repetición de acciones tanto físicas como mentales. Cuando hacemos click en una liga, obtenemos algo nuevo para mirar y evaluar. Cuando googleamos una palabra, recibimos, en un pestañazo, una lista de información interesante para aquilatar. Cuando enviamos un texto o un mensaje instantáneo o un e-mail, a menudo obtenemos una respuesta en materia de segundos o minutos. Cuando usamos Facebook, atraemos nuevos amigos o formamos ligas más estrechas con los viejos amigos... La interactividad de la Red nos da poderosas herramientas nuevas para encontrar información, expresarnos y conversar con otros. Eso también nos convierte en ratas de laboratorio presionando constantemente las palancas para obtener pequeñas pildoritas de nutriente intelectual”²⁰. A pesar de su análisis tremendista y un tanto mecánico (o quizá debido a ello) el libro de Carr ha alcanzado gran éxito en la discusión internacional sobre Internet.

13. Relaciones en red. En Facebook son importantes las relaciones entre un *amigo* y otro, pero también la suma de ellos.

Toda Internet se encuentra diseñada a partir de un esquema reticular. Pero en Facebook se articulan relaciones en red, en un esquema de intercambios y símbolos en donde la red misma tiene una relevancia singular.

En Facebook participamos para hacer amigos, pero antes que nada para ratificar allí las amistades que ya tenemos fuera de línea. Las relaciones que construimos o mantenemos en ese espacio son bilaterales, entre un *amigo* y otro, pero también es importante la suma de todas ellas. Internet, como es bien sabido, está diseñada a partir de un esquema reticular. Facebook, a su

²⁰ Nicholas Carr, *The Shallows. What The Internet is doing to Our Brains*. W.W. Norton & Company, New York, 2010. Versión en Kindle, locación 2003,

vez, recrea ese modelo de vínculos que adquieren singularidad y flexibilidad precisamente porque están organizados en red.

Acumular amigos se vuelve señal de prestigio, acaso a imitación de la vida fuera de línea pero con la ventaja de la instantaneidad con que se entablan las relaciones de amistad en ese sitio. Desde luego, muchos amigos no significan más acompañamiento ni mejores amistades –aunque también ese reconocimiento vale para las relaciones presenciales–. La intensidad de las relaciones amistosas y las gratificaciones personales que impliquen dependen de circunstancias muy variables. Resulta imposible generalizar: no todos quienes tienen amplias redes de *amigos* en Facebook mantienen relaciones estrechas o frecuentes con ellos, de la misma forma que no todos los que prefieren tener pequeños circuitos, por lo general de amigos con quienes tienen trato fuera de línea, se consideran más agraciados por esas relaciones.

La diferencia entre las amistades solamente en línea y las que se desarrollan más allá del mundo virtual, conduce a Sherry Turkle a sentenciar: “construimos una cadena en Facebook o MySpace y nos preguntamos en qué grado nuestros seguidores son amigos. Nos recreamos a nosotros mismos como personas en línea y nos damos nuevos cuerpos, hogares, trabajos y romances. Entonces, de pronto, en la medio luz de la comunidad virtual, nos podemos sentir absolutamente solos. Así como nos repartimos a nosotros mismos, nos podemos abandonar a nosotros mismos. A veces la gente no tiene sensación alguna de haberse comunicado después de horas de conexión”²¹.

14. Confidencias y confianza. Amistad es reciprocidad. La develación de contenidos tiene que encontrar eco para tener sentido. No es de extrañar que en la medida en que nos mostramos, haya quienes nos pidan a su vez que veamos de qué manera se muestran. La confianza mutua es tan escurridiza en Internet como en el resto de la vida real.

En Facebook esa confianza se solidifica, o se diluye, de acuerdo con el trato cotidiano. Posiblemente un viejo amigo al que apreciamos sobremanera en nuestras relaciones fuera de línea no participe demasiado y no tengamos noticias suyas con frecuencia en ese espacio. Al contrario, es probable que algunos de nuestros nuevos *amigos* en línea se explayen tanto en la colocación de contenidos que encontremos motivos suficientes para intensificar esa relación, o para suspenderla. En la Red y especialmente en

²¹ Turkle, cit., locación 461.

espacios como Facebook, se reproducen las normas que habitualmente imperan en las relaciones sociales y personales fuera de línea.

A diferencia de Twitter, que es una red con usuarios notorios que son centros de atracción para muchos *seguidores*, en Facebook se crean cadenas de relaciones sociales y personales. En Twitter la popularidad, o la eficacia de un mensaje, se mide a partir de la cantidad de reenvíos o menciones que reciba. En Facebook hay posibilidad para que, quienes han leído nuestro mensaje, lo reenvíen a sus propias redes de amigos. Pero antes que nada existe la opción para adherirse a ese mensaje o rechazarlo (“me gusta”, “no me gusta”) y para comentarlo.

Nuestras redes se entremezclan unas con otras. Los amigos de mis amigos pueden encontrar interesante añadirse a mi propia lista y entonces proponen que los admita como tales. La confianza que tenemos en los amigos más cercanos decrece cuando nos manifestamos ante nuestra red de *amigos* extendidos. Facebook se asemeja más a una fiesta concurrida, en donde todos miran lo que hace cada quien, que a una tertulia en donde la presencia de pocos facilita la intimidad. En el otoño de 2011, los usuarios de Facebook tienen un promedio de 130 amigos. Con esa cantidad de contactos, es posible que la mayor parte se conozcan entre sí o al menos que tengan afinidades mutuas además del aprecio por el usuario de Facebook de cuya red forman parte.

Más allá del contacto físico

Mientras más *amigos* tiene un usuario de Facebook menos serán sus posibilidades para entablar una comunicación intensa con la mayor parte de ellos. Si tengo 5 mil, que es el límite de contactos que Facebook permite a cada usuario, contaré con una red amplia para difundir mis contenidos pero éstos tendrán que ser de un carácter suficientemente general para interesar a la mayor parte de ellos. A menos que se trate de la red en torno a un personaje público (una actriz, un futbolista o un político conocidos) los concurrentes a esa lista de *amigos* hallarán poco interesante conocer las vicisitudes personales de quien la encabeza.

En Estados Unidos se ha estimado que los usuarios de Facebook nunca se han reunido con el 7% de las personas que forman parte de sus listas de amigos. Es decir, no conocemos presencialmente a todos aquellos que aceptamos en esa red social. Pero ello no implica que no sepamos algo ni que no tengamos intercambios con ellos. De manera paulatina, las redes en línea han creado nuevas formas de relaciones entre las personas. El contacto cara

a cara no es indispensable para mantener trato estrecho con alguien. El conocimiento físico y directo tampoco es requisito forzoso para sostener una relación con alguna dosis de confianza. Así como hace décadas entre algunos jóvenes estaba de moda tener amigos por correspondencia, a los cuales posiblemente nunca conocerían en persona, ahora hay amistades a distancia pero facilitadas por las redes sociales. A diferencia de los viejos intercambios epistolares, en estos casos la relación es más frecuente e incluso sincrónica cuando se utilizan recursos de intercambio y diálogo como el chat.

Enlaces en una sociedad compleja

En septiembre de 2011, Facebook registró casi 29 millones de usuarios en México. Sin tomar en cuenta que una persona puede tener más de un registro, esa cifra indica que más de la cuarta parte de los mexicanos tiene su perfil en esa red social. Más de 9 millones de esos usuarios se encuentran en la ciudad de México y su área metropolitana, según la firma Social Bakers.

De nuevo acudimos a Turkle: “Alguien hace una petición para ser amigo en Facebook con la actitud de ‘soy un fan’ y es aceptado con ese entendido. Otras personas traban amistad solamente con personas que ya conocen. Otros hacen amistad con el amigo de un amigo, utilizando Facebook como herramienta para expandir sus relaciones. Todo esto puede ser excitante o estresante –a menudo ambas cosas a la vez– porque la amistad tiene consecuencias. Significa que alguien puede ver lo que dices acerca de ti mismo en tu perfil, las fotos que colocas y las publicaciones de tus amigos en tu ‘muro’, el espacio de comunicación compartida para ti y tus amigos. Amistarse con alguien le da a esa persona el permiso implícito para tratar de ser amigo de tus amigos. De hecho, el sistema constantemente propone que lo hagan”²².

15. Elección y creación. Esas opciones que ofrece la estructura de Facebook para replicar o dejar de hacerlo, pueden ser reconocidas como formas para ejercer el albedrío de los internautas. A los usuarios de Facebook los mueve la avidez por contemplar lo que otros dicen, pero la regla para participar en ese universo consiste en que cada quien aporte su cuota de expresiones y consideraciones aunque sean tan escuetas como sucede cuando sancionamos lo que han escrito o anunciado otros. Tenemos que decir algo, para participar de lo que otros dicen. En palabras, otra vez, de antes citadas especialistas argentinas:

²² Turkle, cit., locación 3528.

“Adherir a una causa, hacerse fan de una página, sumarse a un grupo, decir «me gusta», abrir una galleta de la fortuna, consultar el horóscopo y sembrar frambuesas en nuestra granja virtual de *Farmville* son otras tantas formas de participar en Facebook. En función de las posibilidades y restricciones que ofrece la plataforma, un usuario creador de contenidos solo necesita el dominio de habilidades básicas para publicar, y allí radica el quid de la cuestión. Todos somos potenciales «creadores» en Facebook”²³.

Dificultades y capacidades

Los 15 rasgos que hemos mencionado comparten características con otros sitios en la Red y, sobre todo, reproducen posibilidades y conductas que, antes que nada, han existido fuera de Internet. Ninguno de esos aspectos sustituye a formas de socialización, de relaciones entre las personas, que ya existen, independientemente de que se apoyen, o no, en redes como la que estamos describiendo. Facebook, en principio, no reemplaza estilos ni fórmulas en el trato entre la gente. Lo que hace es crear nuevas extensiones para la relación que por lo general ya existe entre los individuos, o para poner en contacto a personas que de otra manera permanecerían ajenas unas a las otras. Facebook no constituye una réplica completa de las condiciones y conductas de la socialización cara a cara pero toma elementos de ellas, las ajusta a una plataforma digital y les confiere la capacidad de irradiación, la ubicuidad, la omnipresencia, la velocidad, la libertad y la interactividad que, entre otros atributos, tiene la Red de redes²⁴.

Igual que el resto de Internet, en Facebook hay problemas de privacidad, seguridad, confiabilidad y vulnerabilidad tanto de la información allí colocada como de las personas que exponen sus datos personales. Pero, de la misma forma que en Internet se reproducen excesos y delitos que se practican independientemente de las redes de información digitales, en Facebook ya se cuentan con abundantes casos de personas engañadas que confiaron en un *amigo* encontrado en línea, o que cometieron la insensatez de revelar informaciones o imágenes de cuya propagación más tarde se arrepintieron o cuya exhibición dio lugar a que se cometieran abusos en contra suya.

²³ Ciuffoli y López, cit., p. 117.

²⁴ Se trata de rasgos de Internet y la sociedad de la información que hemos descrito en nuestro libro *Viviendo en El Aleph. La sociedad de la información y sus laberintos*. Gedisa, Barcelona, 2006.

Esas dificultades, vistas en una perspectiva más amplia, son tribulaciones y riesgos que resultan de la vida en una sociedad compleja y contradictoria, en donde el imperio de la legalidad no se encuentra suficientemente afianzado. Más allá de ellas, sin desdeñarlas pero sin que acaparen todo el análisis, se puede considerar que los usuarios jóvenes de Facebook, a semejanza del resto de los usuarios jóvenes de Internet, aprenden nuevos recursos de socialización y nuevas destrezas informáticas pero, fundamentalmente, adquieren un horizonte más amplio tanto temática como geográficamente. Los usuarios de estas redes, en particular los jóvenes, se ejercitan en la convivencia con realidades variadas y de carácter global. En palabras del ya citado estudio del PNUD:

“Los jóvenes que utilizan internet poseen los siguientes atributos en mayor medida que quienes no lo hacen. En primer lugar, cuentan con más oportunidades para identificar y construir nexos con personas e instituciones con intereses comunes y obtener información sobre vacantes laborales. Esto es así porque la interacción entre los jóvenes con alta conectividad virtual está menos restringida a las redes que operan sólo en el entorno geográfico inmediato que aquellos que no tienen acceso a internet. Es decir, los jóvenes desconectados están más atados al lugar en el que viven –su comunidad, su barrio– y por lo tanto cuentan con menos posibilidades y opciones. Pero además los jóvenes con acceso a internet desarrollan el sentimiento de formar parte de la comunidad de jóvenes del mundo contemporáneo. Asimismo, tienen más oportunidades de acceder a múltiples fuentes de autoaprendizaje (estas oportunidades adquieren especial relevancia dada la facilidad de los adolescentes para absorber las complejidades tecnológicas) y más posibilidades de adquirir destrezas y habilidades a través del manejo de las innovaciones tecnológicas y la navegación por las redes virtuales, lo que puede fortalecer el desarrollo de ‘capacidades autoprogramadas’ ”²⁵.

Jóvenes latinoamericanos en Facebook

En las siguientes páginas presentamos los resultados de un cotejo entre la cantidad de usuarios latinoamericanos acreditados en Facebook, los porcentajes de jóvenes de distintas edades que forman parte de esa red social y el peso que tienen dentro del conjunto de jóvenes de 16 a 24 años en

²⁵ PNUD, *Informe sobre desarrollo humano para Mercosur 2009-2010*, cit., pp. 204-205.

los países de nuestra región. Los datos de participación en Facebook los hemos elaborado a partir de información localizada en “Facebakers. Heart of Facebook Statistics” (www.facebakers.com) una firma independiente de Facebook pero que se nutre de información proporcionada por ese sitio.

El cuadro 3 muestra la importancia que ha llegado a tener esa red social en algunos de los países latinoamericanos. A fines de octubre de 2010, cuando fueron calculados esos datos, casi el 44% de los chilenos era usuario de Facebook, de la misma manera que el 33% de los puertorriqueños, 28% de los argentinos y los uruguayos, el 27% de los venezolanos y el 15% de los mexicanos. En ese cuadro se muestra además el porcentaje que alcanzan los usuarios de Facebook respecto de los usuarios de Internet en cada país. Las naciones en donde hay más asiduos a Facebook dentro del universo que constituyen los internautas, son Puerto Rico (incluso con más cuentas de Facebook que personas con acceso a la Red), Chile (88%), Venezuela (78%), Bolivia y Ecuador (74% cada uno).

Cuadro 3			
Usuarios latinoamericanos de Facebook			
Total usuarios y porcentaje sobre la población			
País	Total usuarios de Facebook en el país	% usuarios sobre población	% de usuarios de Facebook sobre usuarios Internet
Argentina	11 696 000	28.29 %	43.95%
Bolivia	820 620	8.25	74.43
Brasil	7 022 840	3.49	9.25
Chile	7 349 700	43.89	87.82
Colombia	11 191 820	25.32	51.98
Costa Rica	988 220	21.88	49.41
Ecuador	1 783 580	11.86	74.31
El Salvador	543 940	8.99	55.79
Guatemala	844 860	6.23	37.06
Haití	106 380	1.10	10.64
Honduras	484 180	6.06	50.51
México	16 792 660	14.93	54.88
Nicaragua	272 660	4.55	45.44
Panamá	631 740	18.52	65.81
Paraguay	354 320	5.56	35.43

Perú	3 501 020	11.71	43.30
Puerto Rico	1 315 140	33.05	131.51 *
Rep.Dominicana	1 298 720	13.22	43.29
Uruguay	971 440	27.67	52.37
Venezuela	7 301 240	26.82	78.45
Fuente: Facebakers, www.facebakers.com Datos consultados el 28 de octubre de 2010. (*) Ese porcentaje se debe, muy posiblemente, a que hay personas con más de una cuenta en Facebook			

Del conjunto de usuarios registrados en ese Cuadro 3, los jóvenes conforman poblaciones específicas cuyo peso porcentual se muestra en el Cuadro 4. Nos ha interesado, especialmente, identificar el segmento de usuarios de 15 a 24 años que según la definición de Naciones Unidas constituyen la población joven ²⁶. Esa definición puede ser discutible y ajustable, pero establece parámetros útiles. Sin embargo los segmentos de edad de los usuarios de Facebook publicados en el sitio de la firma Facebakers están organizados de 13 a 15, de 16 a 17 y de 18 a 24. Así que, para las estimaciones que mostramos más adelante, únicamente tomamos los datos de usuarios de 16 a 24 años.

Del total de los usuarios de Facebook, los que se encuentran en ese bloque etario constituyen 53% en Bolivia, 52% en Honduras, y 48% en Colombia, El Salvador, Guatemala y México, así como el 46% en Ecuador, Nicaragua, Panamá, Perú y República Dominicana.

²⁶ “The United Nations Youth Agenda”, documento disponible en <http://www.un.org/esa/socdev/unyin/agenda.htm>

Cuadro 4				
Jóvenes latinoamericanos en Facebook				
Porcentajes por país				
País	% usuarios de 13 a 15 años	% usuarios 16-17 años	% usuarios 18 a 24 años	% total 16 a 24 años
Argentina	8	8	32	40
Bolivia	6	9	44	53
Brasil	5	5	30	35
Chile	8	9	34	43
Colombia	11	11	37	48
Costa Rica	9	8	34	42
Ecuador	8	9	37	46
El Salvador	9	9	39	48
Guatemala	9	10	38	48
Haití	3	5	34	39
Honduras	7	9	43	52
México	9	9	39	48
Nicaragua	6	9	37	46
Panamá	8	10	36	46
Paraguay	6	6	36	42
Perú	8	9	37	46
Puerto Rico	4	6	29	35
Rep.Dominicana	7	9	37	46
Uruguay	9	8	31	39
Venezuela	10	10	34	44

Fuente: Facebakers, www.facebakers.com Datos consultados el 28 de octubre de 2010.

En el Cuadro 5 comparamos la población joven en cada país de América Latina con el número de jóvenes que tienen cuenta en Facebook. Este último dato resulta de cotejar el porcentaje que constituyen los usuarios de 16 a 24 años con el total de usuarios de Facebook. Con esa comparación, tenemos el porcentaje aproximado de jóvenes que, en cada país, son usuarios de Facebook.

Esos porcentajes ofrecen una idea razonablemente cercana al interés por esa red social entre los jóvenes latinoamericanos. Hay que tomar en cuenta que puede haber desajustes menores en esas cifras debido a la diferencia de fechas en las que fue elaborada la información. Los datos sobre la población joven en nuestros países son estimaciones del Anuario Estadístico de la CEPAL. Los datos de usuarios de Facebook son proporcionados por ese sitio y corresponden a octubre de 2010.

Gracias a esa comparación, podemos decir que utiliza Facebook el 68% de los jóvenes argentinos, el 63% de los colombianos, el 74% de los uruguayos y prácticamente todos los chilenos. La sobrerrepresentación de la cantidad de usuarios jóvenes en Chile en comparación con la población de 15 a 24 años se puede deber a que hay personas con más de una cuenta en Facebook o a errores en alguna de las fuentes utilizadas para ese cotejo.

En Brasil, aunque hay un notorio auge de Internet, el éxito de Facebook es porcentualmente modesto (7.3%). Lo mismo sucede, con tasas menores de acceso a Internet, en casi toda América Central: 10% de los jóvenes utiliza Facebook en Nicaragua, 15% en Guatemala y Honduras, pero en Costa Rica y Panamá son el 47%. Esas disparidades confirman la existencia de realidades culturales muy variadas, incluso con todo y la cercanía geográfica. En República Dominicana el uso de Facebook entre los jóvenes llega al 32%, pero en la contigua y maltratada Haití son menos del 2%. Facebook no informa de usuarios en Cuba.

Cuadro 5			
Jóvenes latinoamericanos en Facebook			
País	Población de 15 a 24 años	Jóvenes de 16 a 24 con cuenta en Facebook	% de Jóvenes con cuenta en Facebook
Argentina	6 892 000	4 678 000	68 %
Bolivia	2 003 000	435 000	22
Brasil	33 738 000	2 458 000	7.3
Chile	2 950 000	3 160 000	107% *
Colombia	8 473 000	5 372 064	63.4
Costa Rica	883 000	415 052	47
Ecuador	2 571 000	820 447	32

El Salvador	1 264 000	261 091	20.6
Guatemala	2 912 000	405 533	14
Haití	2 112 000	41 488	1.9
Honduras	1 623 000	251 774	15.5
México	20 031 000	8 060 047	40
Nicaragua	1 247 000	125 423	10
Panamá	608 000	290 600	47.8
Paraguay	1 309 000	148 814	11.4
Perú	5 630 000	1 610 469	28.6
Puerto Rico	578 000	460 299	80
Rep.Dominicana	1 882 000	597 411	31.7
Uruguay	516 000	378 861	73.4
Venezuela	5 419 000	3 212 546	59.3

Fuentes: Población, CEPAL, *Anuario* 2009. / Jóvenes con cuenta: Calculado a partir de Facebookers, cit. / % con cuenta en Facebook: a partir de las dos columnas anteriores. El porcentaje real debe ser mayor porque no toma en cuenta los usuarios de 15 años
 (*) Es posible que una cantidad importante de usuarios jóvenes en Chile tenga más de una cuenta en Facebook.

Ese es el mapa de los usuarios de Facebook en América Latina. Aún tenemos mucho por avanzar para conocer de qué maneras, con qué prácticas, con cuánto afán de innovación y creatividad o con cuáles déficit de imaginación y participación, utilizan Facebook los jóvenes de nuestros países. Allí hay una tarea indispensable para cualquier diseño de políticas culturales.

Facebook se ha convertido en el sitio de encuentro e intercambio más frecuentado por los jóvenes de nuestros países. Las manifestaciones culturales que les interesan, o aquellas a las que pueden tener acceso, son mencionadas e incluso propaladas allí. Hoy en día resulta imposible, o por lo menos infructuoso, discutir la cultura, y las medidas para impulsar su ejercicio y propagación, si no se toman en cuenta las redes digitales que convocan a cada vez más jóvenes en América Latina.

--0--