

Interacción social virtual y comunicación interpersonal en dos escenarios de la Web 2.0:
Narratopedia y Facebook.

Angélica María Rincón Páez
Trabajo de grado para optar por el título de Comunicadora social
Producción Editorial Multimedial

Jaime Alejandro Rodríguez
Asesor

Pontificia Universidad Javeriana
Facultad de comunicación y lenguaje
Comunicación social
Bogotá
2009

Índice

Introducción	6
Problema	9
Objetivos	
Fundamentación metodológica	10
1. Hacia una nueva generación	
1.1 Ciberespacio social	12
1.1.1 Sociedad conectada	13
1.2 La evolución de Internet. Entrando en la Web 2.0	15
1.2.1 El énfasis social de la Web 2.0	19
1.2.1.1 Interacción interpersonal e inteligencia colectiva	20
1.2.1.2 Comunidades On-line y redes sociales	22
1.2.1.3 La creación en formato Wiki	26
2. Narratopedia. La interacción social virtual por medio de la creación colectiva	
2.1 Definiendo Narratopedia	28
2.1.1 ¿Por qué Narratopedia?	32
2.2 Observación de Narratopedia	
2.2.1 Acciones	33
2.2.1.1 Comentarios, rastros dinámicos.	34
2.2.1.2 ¿Minichat o tablero de anuncios?	39
2.2.2 Posiciones	41
2.2.2.1 Sujetos activos	42
2.2.3 Línea narrativa	
2.2.3.1 La utilidad de los motores narrativos	47

2.2.3.2 Narraciones periódicas	48
2.3 Resultados de aplicación de encuesta sobre Narratopedia	53

3. Facebook. La interacción social virtual por medio del exhibicionismo

3.1 Definiendo Facebook	62
3.1.1 ¿Por qué Facebook?	65
3.2 Observación de Facebook	
3.2.1 Acciones	
3.2.1.1 Creando un perfil para mostrar	66
3.2.1.2 Noticias en el home	67
3.2.2.1 Conociendo el sujeto	71
3.2.2 Posiciones	72
3.2.2.2 Mostrar y vender	73
3.2.2.3 Grupos y fans	74
3.2.3 Línea Narrativa	78
3.2.3.1 Conexiones y contactos	79
3.2.3.2 Privacidad y manejo de la información	80
3.3 Resultados de aplicación de encuesta sobre Facebook	83

4. Conclusiones

Anexo 1	106
Anexo 2	109
Bibliografía	113

Bogotá, Enero 27 de 2009

Doctor:

Jurgen Horlbeck Bonilla

Decano Académico, Facultad de Comunicación y Lenguaje

Pontificia Universidad Javeriana

Respetado Decano:

Tengo el gusto de presentar, para la fase de lectura, el trabajo de grado: ***Interacción social virtual y comunicación interpersonal en dos escenarios de la Web 2.0: Narratopedia y Facebook***, de la estudiante de la Carrera de Comunicación Social, Angélica Rincón que tuve el placer de dirigir.

El trabajo de Angélica realiza una observación juiciosa y metódica de dos plataformas de comunicación virtual que de alguna manera representan un modo nuevo de comunicación en el ambiente de la llamada Web 2.0. Son estas plataformas: Narratopedia (narración colectiva) y la popular Facebook (red social).

Tanto el marco conceptual como metodológico del trabajo constituyen una garantía de la pertinencia de las observaciones, descripciones y análisis que emprende Angélica en la parte central de su proyecto. Como resultado, la estudiante nos ofrece: 1) una magnífica reflexión sobre los cambios en el modo de comunicación humana que se vienen produciendo vertiginosamente como efecto de las llamadas TICs; 2) una estrategia metodológica pertinente para la observación de estos fenómenos; 3) la descripción y el análisis concretos de dos aplicaciones del tipo web 2.0, cuyo modelo puede extenderse a otras plataformas; y 4) un aporte a la comprensión general del fenómeno llamado web 2.0, es decir, a un momento clave de la evolución de la cibercultura

Por su proceso de elaboración, por sus resultados, por la pertinencia y oportunidad del proyecto, recomiendo muy especialmente este Trabajo de grado a los lectores que evaluarán ahora su calidad

Atentamente

Jaime Alejandro Rodríguez

Profesor Titular

Facultad de Ciencias Sociales

Introducción

“En un entorno virtual no se gestiona exclusivamente transmisión de información, contenidos o mensajes. Se produce, articula y maneja interacción, dinámicas grupales y sociabilidad. En el campus virtual en el que trabajamos cada día, hay mucho más que datos: hay personas, con todo lo que eso implica...el punto de partida para comenzar esa indagación solo podía ser uno: la interacción.” (Gálvez, 2006, p. 13).

En la virtualidad se suceden dinámicas de interacción interpersonal que han desafiado los métodos tradicionales para entrar en contacto con los demás. Este fenómeno es ahora más evidente que nunca, debido al nacimiento de espacios novedosos que ofrecen experiencias más reales y apasionantes. Ha nacido una nueva generación de Internet, bautizada como Web 2.0. Ahora, la red se mueve por la libre intervención de los usuarios, por la activa participación que antes era limitada a una minoría de programadores y expertos. Esta nueva etapa ha introducido llamativas herramientas como blogs, wikis, redes sociales, entre otras, que ofrecen posibilidades de conexión e interrelación nunca antes vistas.

Este proyecto pretende explorar la comunicación e interacción interpersonal en dos escenarios particulares de la Web 2.0: Narratopedia y Facebook. Para este fin, primero se hará un acercamiento a la definición de la Web 2.0, un término aun novedoso y que despierta muchas inquietudes. Después se analizarán por separado los dos escenarios seleccionados. Cada análisis comprende dos etapas. Primero se efectuará una etnografía virtual, entendida por Elisenda Àrdevol (2003, p. 73) como una herramienta que “permite un estudio detallado de las relaciones en línea, de modo que Internet no solo es un medio de comunicación, sino también un artefacto cotidiano en la vida de las personas, y un lugar de encuentro que permite la formación de comunidades, de grupos más o menos estables, y en definitiva, la emergencia de una nueva forma de sociabilidad.” Àrdevol agrega que lo primordial de esta práctica es desarrollar un proceso de observación para estudiar las prácticas sociales en línea y su significado para la gente. La idea es detectar cómo se organiza la vida social a partir de la interacción y la comunicación mediada por computador.

Con el fin de organizar mejor la etnografía virtual, se establecieron tres categorías de análisis, siguiendo el modelo propuesto por Ana María Gálvez (2006, p. 48) “para entender la interacción y la producción de la sociabilidad”:

1. La *acción*: hace referencia al juego dinámico de interacciones que se desarrolla en el momento preciso en el que el episodio está teniendo lugar.
2. La *posición*: constituida por las localizaciones morales de los participantes, es decir los derechos y deberes que despliegan y que les permiten decir y hacer determinadas cosas.
3. La *línea narrativa*: hace referencia a la secuencia de cuestiones previas que ya se han enunciado y operan como sustrato de la acción y la posición.

La segunda etapa del análisis comprende la aplicación de una encuesta a 10 sujetos seleccionados por cada escenario estudiado. Se tomó en cuenta la definición de Aragón (2004) sobre el cuestionario de la encuesta: “está conformado por un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir. La preparación de un cuestionario para utilizarlo en la reunión de datos concretos exige preguntas sencillas y cortas, las preguntas tienen que abarcar los puntos importantes sobre los cuales se desea información y tienen que estar redactadas de manera que permita conseguir respuestas adecuadas y correctas. En la medida de lo posible, debe imaginarse el cuestionario de manera que impida que la persona a la que se interroga deforme la verdad.” Las preguntas del cuestionario se elaboraron a partir de los interrogantes que surgieron durante la etnografía virtual. El cuestionario pretende indagar por los aspectos que no pudieron definirse claramente o que generaron ciertas dudas.

Posteriormente, se tomó en cuenta el enfoque de Rodríguez (2004), para la selección de la muestra encuestada “que implica decidir cuál va a ser el universo o población de la cual vamos a obtener la información, delimitar el tamaño muestral y seleccionar el método de muestreo más apropiado.” Durante la etnografía virtual en cada caso, se escogieron 10 sujetos considerados altamente activos. Esto significa que en ese lapso, demostraron un alto nivel de participación. En el caso de Narratopedia, estas eran personas que entraban constantemente a la página, a menudo publicaban entradas, y comentaban frecuentemente las entradas de los demás. En el caso de Facebook, eran

sujetos que realizaban acciones diariamente como actualizar su estado, publicar fotografías, unirse a grupos, escribir comentarios para las acciones de los demás, escribir en el wall de sus amigos, entre otras que demuestran su constante participación. Las encuestas para cada caso se enviaron vía e-mail y los resultados fueron reenviados por los encuestados a través del mismo medio.

Problema

Internet se ha convertido en un fenómeno de proporciones asombrosas. Se ha difundido con una rapidez increíble y ha generado cambios sin precedentes en la sociedad. El auge de la “red de redes” no solo implica una evidente revolución en cuanto al manejo de la información, sino también una reconfiguración de la forma como nos comunicamos y por lo tanto, de las relaciones humanas. Nadie imaginó que Internet se convertiría en un medio de comunicación indispensable, con la capacidad de conectar simultáneamente personas que distan en el espacio. Ciertamente, este nuevo medio que sirve de puente para establecer contacto con otros individuos, se ha convertido en un escenario virtual de interacción social. (Navarro, 1997)

En la red, la interacción interpersonal implica una serie de fenómenos nunca antes vistos, que rompen con la estructura tradicional comunicativa. La típica relación emisor-receptor se ha transformado para darle paso a nuevas dinámicas que reconfiguran la forma en que nos conectamos. Incluso, hemos visto cómo la convencional interacción presencial cara a cara, ha sido lentamente desplazada por una socialización a distancia, mediada por herramientas virtuales. Es allí donde se están creando nuevas formas de relacionarse, de conocer gente nueva, de estrechar los vínculos ya establecidos y de crear significados colectivos que solo podrían existir en estos espacios.

Sin embargo, ahora existe una creciente demanda de espacios novedosos que ofrezcan experiencias diferentes y permitan ampliar los niveles de interacción entre usuarios. Es allí donde nace la nueva generación de Internet, un fenómeno que ha sido bautizado como la Web 2.0. Esta revolución marca la aparición de sitios Web que propician todo un universo de actividades bastante interesantes para los navegantes. Ahora más que nunca, los usuarios pueden participar activamente e involucrarse directamente con los contenidos.

Es muy interesante observar cómo gracias a las herramientas derivadas de la Web 2.0, se ha transformado la manera de comunicarse y ponerse en contacto con otras personas. Ahora la interacción social ha encontrado escenarios más atractivos para desarrollarse, donde las dinámicas de socialización han cambiado radicalmente con relación al encuentro físico. Estamos viendo el nacimiento de novedosos mecanismos para relacionarnos entre nosotros, que han cambiado la forma de compartir e intercambiar

significados y sentidos, y la forma cómo construimos vínculos sociales. Ante esta situación, surge la problemática: ¿Cómo se crean los procesos de interacción y comunicación interpersonal en determinados escenarios de la Web 2.0?

Objetivos

- **Objetivo general:**

Identificar y analizar los procesos de interacción y comunicación interpersonal en dos escenarios específicos de la Web 2.0.

- **Objetivos específicos:**

Observar y analizar los procesos de interacción y comunicación interpersonal en Narratopedia, una plataforma que promueve la creación colectiva.

Observar y analizar los procesos de interacción y comunicación interpersonal en Facebook, una red social virtual.

Fundamentación metodológica

- **Fundamentación teórica**

La primera etapa incluye una revisión de los fundamentos teóricos para definir el concepto de Web 2.0 y su particular énfasis social. Esto con el fin de delimitar y relacionar entre sí los conceptos básicos que sustentarán el proyecto.

- **Desarrollo de etnografía virtual.**

Desarrollar una etnografía virtual en cada escenario seleccionado, para observar y estudiar las prácticas sociales en línea y su significado para la gente. La idea es detectar cómo se organiza la vida social a partir de la interacción y la comunicación mediada por computador.

- **Aplicación de encuestas.**

La última etapa comprende la aplicación de una encuesta a 10 sujetos seleccionados por cada escenario estudiado. Las preguntas del cuestionario se elaboraron a partir

de los interrogantes que surgieron durante la etnografía virtual. El cuestionario pretende indagar por los aspectos que no pudieron definirse claramente o que generaron ciertas dudas.

1. Hacia una nueva generación

1.1 Ciberespacio social

”Una alucinación consensual experimentada diariamente por billones de legítimos operadores en todas las naciones... Una representación gráfica de la información abstraída de los bancos de todos los ordenadores del sistema humano. Una complejidad inimaginable. Líneas de luz clasificadas en el no-espacio de la mente, conglomerados y constelaciones de información. Como las luces de una ciudad que se aleja.” (Gibson, 1996, p. 69)

En 1984, William Gibson escribió un libro llamado *Neuromante*, una novela de ciencia ficción que presentaba muchas ideas que hasta ese entonces resultaban demasiado fantasiosas para la mayoría de la gente. Este autor creó el término *Ciberespacio*, para referirse a una alucinación compartida, un espacio infinito de información flotante y dinámica, que solo podría materializarse en el complejo mundo perceptivo de nuestra mente.

Un año antes, la compañía Apple anunció mediante un comercial emitido una sola vez durante el intermedio del Super Bowl, que lanzaría el primer computador personal. Dicho comercial se inspiraba en la novela de George Orwell titulada *1984*, en la cual un ser omnipotente y omnipresente, controla todos los movimientos de los seres humanos por medio de propaganda de adoctrinamiento e imponiendo el miedo y el castigo despiadado. Millones de espectadores vieron como una mujer deportista irrumpía en medio de un auditorio lleno de personas absortas en una pantalla que mostraba un sujeto controlador, y lanzaba un martillo que destruía la perversa imagen y ponía fin a su discurso hipnotizante. El copy del comercial era tan claro como inquietante: “El próximo 24 de enero, Apple Computers introducirá su Macintosh, y usted comprenderá porqué 1984, no será como 1984”. Ese fue el inicio de una importante revolución informática que le permitió al individuo promedio adquirir un computador diseñado para ser utilizado en casa. Por primera vez, se concibió la idea de que los computadores no eran solo aparatosas máquinas de cálculo, sino que podrían ser útiles para el uso familiar.

Es una casualidad hábilmente creada por el destino, que el mismo año en que se consolidó el término *Ciberespacio*, el computador personal haya empezado a ubicarse en el corazón de los hogares, en la vida cotidiana de las personas. Seguramente en 1984 la conexión entre ambos sucesos no resultaba tan clara. Pero ahora que miramos hacia atrás, vemos la estrecha relación que marcaría el inicio de una era y el surgimiento de una cascada de cambios y revoluciones nunca antes vistos. El computador personal se convirtió en la puerta de entrada hacia un ciberespacio imaginario donde fluyen conglomerados de información, donde millones de personas en todo el mundo navegan devotamente. Ambos penetraron en la vida social de hombres y mujeres, talvez algunos incrédulos al principio, pero fieles finalmente.

La definición inicial de *Ciberespacio* que propone Gibson, sería asociada con otro concepto de similares características que actualmente conocemos como Internet. El hecho de que actualmente ambas palabras se consideren sinónimos es lógico. Definir Internet no solo implica pensarla como una red de información, sino como un espacio cibernético que se hace posible en algún lugar no tangible. Sin embargo, la diferencia mas evidente entre ambas nociones es que para conectarse a Internet es necesaria la mediación de un computador o medio electrónico, mientras que la conexión al Ciberespacio de Gibson no requiere intermediarios, el cerebro esta en la capacidad de sumergirse directamente. Probablemente este sea un indicador de lo que nos espera en el futuro, pero por ahora sabemos que de una forma o de otra, con un nombre o con el otro, la red virtual que hoy navegamos se ha insertado en la vida diaria de millones de navegantes y en la sociedad en general.

1.2.1 **Sociedad conectada**

Durante la guerra armamentística entre Estados Unidos y la Unión soviética, el gobierno estadounidense creó en 1958 la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada (*Advanced Research Projects Agency*), mas conocida como ARPA. Su objetivo era desarrollar proyectos científicos para alcanzar el liderazgo en el campo tecnológico. En 1969 se desarrolló ARPANET, una red segura, flexible y confiable que permitía compartir información confidencial entre los computadores de la defensa estratégica de Estados Unidos. Debido a que este proyecto fue desarrollado por científicos

universitarios, empezó a ser utilizado hábilmente para intercambiar información entre algunas universidades e incluso se crearon redes paralelas, pero ya no con fines militares sino científicos. En 1983, el Departamento de Defensa dividió ARPANET en dos redes independientes: ARPANET-INTERNET, que se ubicó en las universidades estadounidenses y se enfocó en la investigación científica, y MILNET que se destinó exclusivamente a misiones militares. Rápidamente creció el número de profesores y estudiantes que se conectaron a la naciente Internet, y en poco tiempo el cerrado nicho universitario estadounidense se expandió hacia otros países y otros grupos de personas.

Pero el verdadero paso hacia la consolidación mundial de Internet, se dio en 1990 cuando un programador inglés llamado Tim Berners-Lee creó la World Wide Web (WWW), un sistema de documentos de *hipertexto* enlazados y accesibles por medio de Internet, que proponía por primera vez la posibilidad de *navegar* en la red, otorgándole acceso a los usuarios que no sabían sobre informática. Como la WWW se diseñó como un código abierto que podía ser modificado por los usuarios, pronto empezaron a surgir varios navegadores como MOSAIC en 1993, Netscape Navigator en 1994 e Internet Explorer en 1995, bajo la reconocida marca Microsoft. Ante el asombroso y creciente desarrollo de la que aun algunos llamaban como ARPA-INTERNET, en 1995 el gobierno estadounidense decidió finalmente desligarse completamente de la red que miles de cibernautas ya habían tomado como propia. Nació una red eminentemente internacional que pudo emplearse para todo tipo de fines.

Internet sigue manteniendo las tres características que la definieron desde el momento en que fue concebida: “una estructura reticular, un poder de computación distribuido entre los diversos nodos y una redundancia de funciones en la red, para minimizar el riesgo de desconexión” (Castells, 2001, p. 32). Pero Internet es mucho más que una red masiva de intercambio de información, más que un medio de comunicación. Es el escenario donde se están produciendo dinámicas sociales muy particulares, el espacio donde se está transformando la estructura misma de la sociedad: “Internet es el tejido de nuestras vidas. Si la tecnología de información es el equivalente histórico de lo que supuso la electricidad en la era industrial, en nuestra era podríamos comparar a Internet con la red eléctrica y el motor eléctrico, dada su capacidad para distribuir el poder de la información por todos los ámbitos de la actividad humana.” (Castells, 2001, p. 15) Las dimensiones política, social, cultural y económica de la vida cotidiana, se han visto

influenciadas por el creciente auge de la “red de redes”. Sin duda, Internet no solo debe entenderse como el motor de una novedosa revolución en cuanto al manejo de la información y la optimización de la transmisión de datos, sino como un escenario que provoca la reconfiguración de la manera en que nos comunicamos, y por ende, de la forma en que interactuamos unos con otros.

Hoy es más evidente que nunca, que las dinámicas de las relaciones humanas han cambiado gracias a este nuevo medio que nos permite establecer contacto con quienes distan en el espacio, o con quienes jamás habríamos conocido sin la ayuda de este puente virtual. El ámbito de la comunicación interpersonal se amplía significativamente gracias a la intervención de los llamados medios digitales como Internet: “Los medios digitales ofrecen la posibilidad de comunicarse con gente que uno no conoce ni tendría que conocer en persona; de consumir superficialmente, ignorando el tejido mediático creado por los medios masivos; de pretender que se es global viviendo en el mismo rincón del mismo país latinoamericano, africano o asiático de siempre.” (Villanueva, 2006, p. 15)

1.3 La evolución de Internet. Entrando en la Web 2.0

El fenómeno de Internet creció a tal punto, que rápidamente nacieron multitudes de empresas denominadas “punto.com”, nombre que hacía referencia al dominio que utilizaban. Eran en su mayoría portales que basaban sus operaciones exclusivamente en la red. Gozaron de un crecimiento muy acelerado, lo que elevó las expectativas y las inversiones. Pero a partir de 1999, empezó una apoteósica crisis económica provocada por la desconfianza de los clientes, y la carencia de un plan de negocios coherente. La caída fue tan estrepitosa, que por ejemplo una empresa tan prometedora como Yahoo, perdió más del 19% de su valor en la bolsa. En España, Terra fue la más perjudicada al enfrentar pérdidas de más del 10% en cotización. El problema adquirió dimensiones trágicas entre 2000 y 2003, cuando desaparecieron 4.854 compañías “punto.com”. Muchos dijeron que esta catástrofe era de esperarse, que Internet tarde o temprano caería por su propio peso, que algo tan bueno no duraría tanto, y que el boom de la red sería un episodio vergonzoso en la historia de la tecnología.

Sin embargo, milagrosamente empezó a suceder lo inesperado. Al parecer la crisis y los malos pronósticos fueron el detonante que le daría a Internet un nuevo comienzo. Muchos aun confiaban en el potencial de la red y siguieron trabajando para mantenerla viva y mejorarla. En remotos rincones de todo el planeta personas anónimas le dieron rienda suelta a sus ideas y vieron en Internet la oportunidad para ofrecerle al mundo conceptos frescos e innovadores. Rápidamente estaban apareciendo miles de sitios Web con sorprendentes características nunca antes vistas. Cada vez era mas frecuente encontrarse con páginas que ofrecían novedosas funciones y beneficios verdaderamente útiles.

Mientras tanto, Tim O'Reilly discutía con su grupo de trabajo el tema de su próxima conferencia. Él ya era conocido en el medio de la informática por haber publicado el primer libro exitoso sobre Internet en 1992 llamado *The Whole Internet User's Guide & Catalog*, por haber creado en 1993 el primer portal de Internet, *Global Internet Navigator* (AOL), y por haber fundado una editorial dedicada a la informática, *O'Reilly Media*. Fue allí precisamente donde dos de sus colegas se reunieron para hablar sobre la actualidad tecnológica. En medio de una lluvia de ideas, Dale Dougherty le sugirió a Craig Cline prestar atención a la notoria revolución de la Web. El cambio que se estaba dando era evidente y demasiado interesante como para ignorarlo. De este modo, en octubre de 2004 se llevó a cabo la primera conferencia basada en un concepto tan intrigante como sugestivo: Web 2.0.

Un año después, Tim O'Reilly escribió un artículo titulado *Qué es Web 2.0. Patrones de diseño y modelos del negocio para la siguiente generación del software*, donde definió siete principios constitutivos:

- **La World Wide Web como plataforma de trabajo.** Es la posibilidad de que las herramientas y sus contenidos existan en la Web y no en el computador. Ahora se habla de un *Webtop* y no un *Desktop*. De este modo, los usuarios tienen todo el poder sobre la herramienta en la medida en que las empresas operan solo como intermediarios que se encargan de ofrecer un software creativo. Así el producto mejora entre más usuarios lo utilicen y contribuyan a su evolución.

- **El fortalecimiento de la inteligencia colectiva.** Ahora los cibernautas pueden navegar pasivamente a través de los contenidos como lo hacían antes, pero también pueden hacerlo de forma activa, creando y aportando. Se genera un ambiente de colaboración, donde todos son iguales y aprenden mutuamente. La idea es que en grupo hay más ganancia que individualmente. La labor del editor se altera, ya que ahora son los usuarios los que deciden que se publica y que no. Ellos mismos ejercen la crítica y la censura.
- **La gestión de las bases de datos como competencia básica.** Los datos son más importantes incluso que el mismo software. Estamos ante un *infoware*, información clave de gran valor, que podría ayudar a lograr cualquier objetivo. Según O'Reilly, “el valor del software es proporcional a la escala y al dinamismo de los datos que ayuda a gestionar.” A mayor cantidad de información útil, mas crecimiento y mejoramiento.
- **El fin del ciclo de las actualizaciones de software.** El software ya no esta cerrado y protegido bajo derechos de autor exclusivos, sino que ahora es gratuito y al alcance de todos. Las actualizaciones, solo si se llegaran a necesitar, no tienen ningún costo para el usuario. El software esta contenido en la Web, por lo cual no se ocupa espacio en el disco duro del computador. Así, todas las herramientas están en un permanente estado *Beta*, en la cual el producto se desarrolla continuamente, agregando nuevas funcionalidades mensual, semanal, o incluso diariamente.
- **Los modelos de programación ligera junto a la búsqueda de la simplicidad.** Interfaces gráficas mucho más sencillas, que reducen la complejidad para que su funcionamiento sea más fluido en el computador. Ahora menos es mas, se eliminan excesivas especificaciones y funciones inútiles. Esto agrega valor adicional para los usuarios, quienes prefieren lo sencillo y concreto.
- **El software no limitado a un solo dispositivo.** El software no debe limitarse solo a los computadores. Ahora los celulares son piezas clave para el desarrollo

informático. Los iPods y artefactos similares tienen alto potencial para ser aprovechado.

- **Las experiencias enriquecedoras de los usuarios.** La intención es ofrecerle al usuario verdaderas experiencias placenteras mientras navegan en la Web. Las interfaces de usuario son tan ricas como las de cualquier PC. El objetivo es que todos los esfuerzos en programación y diseño se enfoquen en satisfacer al usuario, estimulando sus sentidos eficazmente.

Estos principios se enfocan hacia la idea de una nueva generación de Internet, donde el usuario es el centro y prevalece la participación y la interacción. Los ejemplos más representativos son *Wikipedia*, *YouTube*, *Flickr*, *WordPress*, *Blogger*, *MySpace*, *Facebook* y *OhMyNews*. Estos sitios ofrecen servicios que antes eran utópicos, cuando la Web era un contenedor de información lejos de lo que es actualmente. O'Reilly estableció una comparación entre su naciente concepto, la Web 2.0, y lo que él define como su antecedente, la Web 1.0:

Web 1.0	Web 2.0
DoubleClick	Google AdSense
Ofoto	Flickr
Akamai	BitTorrent
Mp3.com	Napster
Enciclopedia Británica	Wikipedia
Webs personales	Blogs
Evite	Upcoming.org y EVDB
Especulación de nombres de dominios	Optimización de los motores de búsqueda
Páginas vistas	Coste por click
Screen scraping	Servicios Web
Publicación	Participación
Sistema de gestión de contenidos	Wiki
Directorios (taxonomía)	Etiquetas (folksonomía)
Stickiness	Redifusión

transparente. La Web social no es más que “la Web de la gente”, que es lo que siempre debió haber sido la Web. Un espacio para la generación compartida de conocimientos, para el trabajo cooperativo a distancia y para la publicación a escala universal de todo tipo de contenidos (textos, imágenes, sonidos, y videos). Estamos redescubriendo una verdad elemental de nuestra especie; la gente quiere comunicarse y cooperar con otra gente.” (Orihuela, 2005)

La activa participación de los usuarios marca un antes y un después en el desarrollo de Internet. Por primera vez, el navegante común tiene voz y voto, manifestándose de forma libre y creativa, y consolidando una sociedad conectada e informada. “La Web dos (punto) cero podría definirse como la promesa de una visión realizada: La Red –la Internet, con mayúscula o minúscula, que se confunde popularmente con la propia Web-convertida en un espacio social, con cabida para todos los agentes sociales, capaz de dar soporte y formar parte de una verdadera sociedad de la información, la comunicación, y/o el conocimiento. Con minúsculas porque nace de la propia acción social en interacción con un contexto tecnológico nuevo.” (Fumero, 2007: 10)

1.2.1.1 Interacción interpersonal e inteligencia colectiva

De la dimensión social de la Web 2.0, se deriva la presencia protagonista de la interacción interpersonal. Interactuar con otras personas implica socializar, entrar en contacto y sumergirse en el espacio existencial de los demás. Es una acción recíproca, que impulsa la acción comunicativa. Aquí la comunicación es vínculo, relación. Sinónimo de compartir y poner en común. De hecho, interacción y comunicación se consideran conceptos interdependientes ya que ninguno podría existir sin el otro. En este caso, ambos posibilitan y construyen las relaciones sociales. Adicionalmente, la interacción en Web 2.0 se considera como un proceso benéfico que fomenta la construcción de conocimientos masivos, alimentado así la inteligencia colectiva.

El conocimiento se hace más valioso cuando se multiplica. Aprendemos más cuando lo hacemos en grupo, porque lo que nace a partir de la cooperación es más enriquecedor y útil. O'Reilly lo sabía muy bien, por eso basó su concepto de Web 2.0 en la arquitectura de la participación, que se fundamenta en una red de colaboración entre individuos, que se potencia en la medida en que las personas la utilizan. El intercambio y la

colaboración, no solo fomentan las interacciones sociales entre sujetos que distan en el espacio o tiempo, sino que también posibilitan el nacimiento de espacios dispuestos para la creación grupal. De este modo, la Web actúa como intermediario inteligente, conectando los sujetos y aprovechando las posibilidades que ellos mismos ofrecen. Así se genera y se distribuye el conocimiento.

En 1997, Pierre Lévy explicó por primera vez lo que él llamó la inteligencia colectiva, en su libro *Inteligencia colectiva: por una antropología de ciberespacio*. Esta distribuida donde quiera que exista humanidad y puede potenciarse por medio de los dispositivos tecnológicos. Se entiende como la capacidad que tiene un grupo de colaborar para tomar decisiones sobre su propio futuro, y de alcanzar colectivamente sus objetivos. Afirmó que si las tecnologías conectaban las inteligencias de los sujetos, ellos podrían desarrollar al máximo sus capacidades creativas. Muchas mentes juntas son más poderosas que una por sí sola. Cada uno de nosotros sabe sobre algo en particular pero nadie posee el conocimiento absoluto. Por eso es necesaria la integración de los saberes de todos, y afortunadamente la nueva generación de Internet se constituye como un ambiente ideal que reconoce y moviliza las habilidades y experiencias individuales.

Años más tarde en 2002, Howard Rheingold publicó su libro *Smart Mobs: The next social revolution* (Multitudes inteligentes: la próxima revolución social), donde se refiere a las comunidades virtuales como ecosistemas de subculturas y grupos espontáneamente contruidos, similares a cultivos de microorganismos, donde cada sujeto es un experimento social no planificado y que sin embargo se produce. Afirmó que el desarrollo de la tecnología y su apropiación social generaron las condiciones para que existieran las multitudes inteligentes. En las entrañas de esas multitudes, nacen nuevas formas de interacción a partir de las tecnologías, que favorecen el intercambio de conocimiento colectivo y la construcción de un capital social. Todo esto se genera cuando se comparten las redes sociales, la confianza, la reciprocidad, las normas y valores para promover la colaboración y la cooperación entre las personas.

En 2004, otro autor llamado James Surowiecki, publicó un libro llamado *The wisdom of the crowds*, (La sabiduría de las multitudes), donde explica que las decisiones que se toman en grupo son más acertadas que las que toma un solo individuo. Él propone cuatro

condiciones ideales para conformar una sabiduría colectiva capaz de tomar buenas decisiones:

- Diversidad de opiniones entre los miembros que conforman el grupo.
- Independencia de criterio.
- Cierta grado de descentralización, que permita la existencia de subgrupos dentro del colectivo.
- Existencia de algún mecanismo de inclusión de los juicios individuales en una decisión colectiva.

1.2.1.2 Comunidades On-line y redes sociales

En el corazón de las comunidades virtuales se desarrollan procesos de socialización y mutuo reconocimiento. Allí los sujetos existen en la medida en que puedan entrar en contacto con los demás. En estos espacios, ser sociable es un requisito gratamente cumplido. Con la llegada de la Web 2.0, se hizo más evidente la necesidad de interactuar con los demás vía on-line. Pero no solo es una necesidad, sino una condición irrenunciable de los escenarios virtuales pertenecientes a la nueva generación de Internet. Precisamente, la Web 2.0 es toda ella una comunidad en sí. Aunque el concepto de comunidad virtual ya había sido relacionado con Internet en su estado básico, ahora se hace más vivo y dinámico gracias al nacimiento de la nueva etapa cibernética.

Una de las características de las comunidades virtuales, es que reflejan la vida en el contexto cara a cara, pero potenciadas. Aquí todo es más intenso, más social que nunca. Se trasladan las intenciones, posiciones y circunstancias, a un medio de alta actividad social. “La gente que integra las comunidades virtuales utiliza las palabras que aparecen en la pantalla para intercambiar gentilezas y para discutir, para enfrascarse en un discurso intelectual, realizar transacciones comerciales, intercambiar información, brindar apoyo emocional, hacer planes, tener ideas geniales, chismorrear, pelear sin tregua, enamorarse, encontrar amigos y perderlos, jugar, coquetear, crear un poco de arte elevado y muchas charlas huecas. La gente en las comunidades virtuales hace prácticamente todo lo que hace la gente en la vida real, pero dejando atrás nuestros

cuerpos.” (Rheingold, 1996: 17) En la vida virtual se llevan a cabo muchas acciones que realizamos en la vida presencial, la diferencia es que en la virtualidad las reglas se extienden, las distancias son inexistentes, el cuerpo pierde su valor protagónico y las mentes se conectan. Algo interesante de las comunidades on-line, es que sus miembros no necesitan conocerse cara a cara para establecer vínculos profundos y relaciones de intercambio, cooperación y dialogo.

Pero, ¿Qué son exactamente las comunidades on-line? Según Jenny Preece (2000, p. 10), una comunidad on-line esta constituida por:

- Gente, quienes interactúan socialmente esforzándose por satisfacer sus propias necesidades de adoptar roles determinados, como lideres o moderadores.
- Un propósito compartido, como intereses, necesidades, intercambio de información, o servicios que le dan una razón de ser a la comunidad
- Políticas, en la forma tacita de suposiciones, rituales, protocolos, reglas, y leyes que guían la interacción de las personas.
- Sistema informático, para soportar y mediar la interacción social y facilitar un sentido de unión.

Los participantes de las comunidades virtuales llevan allí sus experiencias y conocimientos previos, ese el capital que poseen frente a sus pares. Todos los miembros esperan que dentro de la comunidad converjan gustos e intereses en común, que los ayuden a sentirse cómodos y a desarrollar un sentido de pertenencia e identidad compartida. La gran ventaja de las comunidades on-line es que le dan al sujeto la capacidad de escoger. Él decide a que comunidad unirse, que información quiere compartir, con quien quiere interactuar, etc. Esta facultad de escoger se amplia aun mas en el ámbito de La Web 2.0, donde la libre elección es un mandamiento.

Sin duda, las comunidades on-line amplían la esfera interactiva de las personas, brindan un apoyo extra que cubre los vacíos de la interacción presencial. Como dice Castells, los individuos y familias no quieren limitar su existencia a lo material. En la Web también se puede ser alguien. “Quizá el paso analítico para comprender las nuevas formas de interacción social en la era de Internet consiste en construir una redefinición de la

comunidad, quitando trascendencia a su componente cultural y haciendo énfasis en la función de apoyo que cumple para individuos y familias para no limitar su existencia social a una sola modalidad de acción material.” (Castells, 2001:148). Ser parte de una comunidad brinda la posibilidad de estirar la existencia, hacer parte de entornos diferentes y apasionantes, entornos que talvez nunca podríamos conocer en el contexto cara a cara.

Estas comunidades adquieren un rostro amigable y atractivo cuando se presentan ante el público como lugares de encuentro para establecer y mantener contacto con otras personas. Se identifican como espacios donde se reúne gente con intereses similares, como grupos de sujetos interrelacionados. Territorios donde los cibernautas pueden aumentar exponencialmente el número de personas conocidas, donde la prioridad es ampliar y fortalecer el círculo social. Así aparecen las redes sociales, que se han convertido en todo un fenómeno construido sobre los paradigmas de las relaciones humanas, la comunicación y, por supuesto, las comunidades.

En la ponencia que Gustavo Aruguete preparó para las *Jornadas sobre gestión en organizaciones del tercer sector* (2001) en la Universidad Di Tella de Buenos Aires, Argentina, se explica muy bien el concepto de redes sociales: “Las Redes son formas de interacción social, definida 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. Una sociedad fragmentada en minorías aisladas, discriminadas, que ha desvitalizado sus redes vinculares, con ciudadanos carentes de protagonismo en procesos transformadores, se condena a una democracia restringida. La intervención en red es un intento reflexivo y organizador de esas interacciones e intercambios, donde el sujeto se funda a sí mismo diferenciándose de otros.” La posibilidad de interacción interpersonal esta siempre latente en las redes sociales. Su motor son las personas en acción, socializando, conociendo y, por lo tanto, expandiendo la red. Aquí todos son piezas clave, entidades con posibilidad de sobresalir y cobrar protagonismo. El anónimo adquiere una identidad, el ignorante es educado, el discriminado es aceptado, el diferente es incluido, el solitario es acompañado, etc. Las personas a menudo encuentran más apoyo en las redes sociales que en la sociedad de la vida presencial.

Básicamente, las redes sociales comprenden tres ámbitos: comunicación, comunidad y cooperación. Estas características en particular, logran que las redes sociales sean muy representativas de la Web 2.0. Las novedosas funciones y aplicaciones que ofrecen, donde el usuario es el protagonista y tiene control activo, las han definido como los ejemplos más dicientes de la nueva generación de Internet. Entre 2001 y 2002 nacieron los primeros sitios que fomentan redes de amigos, pero en 2003 comienza su verdadero auge con la aparición de sitios como *Friendster*, *Tribe*, *Hi5* y *Myspace*. En enero de 2004, Google vio el potencial de este creciente fenómeno, y lanzó *Orkut*. Ese año también aparecieron *Flickr*, basada en la posibilidad de publicar y compartir fotografías, y el popular Facebook, que actualmente tiene más de 37 millones de cuentas activas y 50 millones de usuarios diarios. Diariamente nacen y se consolidan cientos de redes sociales para todos los públicos y todos los gustos. Además de las ya mencionadas, existen otras cuya popularidad va en aumento:

Networking activo: Agrupa a una serie de empresarios y emprendedores complementándose con una revista impresa y distintos eventos presenciales. <http://www.networkingactivo.com/>

Neurona: Proclama que su objetivo es para ampliar y mejorar la red profesional de contactos, un espacio virtual en el que interactúan diariamente más de medio millón de profesionales presentes en más 50 sectores productivos y más de 100 de comunidades profesionales. Fue adquirida por Xing, aunque aún no ha sido fusionada. <http://www.neurona.com/>

Tuenti: De reciente creación y accesible solo por invitación, ha despertado gran interés y un crecimiento muy acelerado para conectar a jóvenes universitarios y de nivel secundario. <http://www.tuenti.com/>

eConozco: Se presenta como una herramienta que te permite contactar con miles de profesionales a través de tus conocidos de confianza y donde puedes acceder a nuevas oportunidades para desarrollar tu carrera profesional. Fue también adquirida por Xing, fusionándose recientemente con dicha red. <http://www.xing.com/econozco/>

Dejaboo.net: Es una red social orientada a la cultura, en la que los usuarios pueden compartir sus reseñas y gustos literarios, musicales o de cine. <http://dejaboo.net/>

Qdamos: Se anuncia como el nuevo portal para buscar pareja y amigos en Español. El registro y todos los servicios son gratuitos.

Festuc.com: Esta es una red social basada en móviles. Festuc te promete que conocerás gente nueva a través de amigos o por cercanía geográfica a través de servicio en el teléfono móvil. <http://festuc.com/>

Gazzag: Es una mixtura entre red social profesional y red social de contactos personales. La apariencia y la usabilidad son bastante buenas y permite la creación de galerías de fotos y blogs, a diferencia de otras redes sociales en español que no lo permiten. <http://es.gazzag.com/index.jsp>

Gentenotable: Red que promete encontrar la pareja ideal. “Amor a primera vista. Éxito garantizado”. <http://gentenotable.com/>

1.2.1.3 La creación en formato Wiki

El termino hawaiano *Wikiwiki* significa rápido. Ward Cunningham escogió esta palabra en 1995 para nombrar su creación, un sistema de creación e intercambio subir textos, hipertextos, enlaces, entre otros. La idea de las Wikis es fomentar la participación de varias personas en torno a un tema establecido. Cada uno aporta un poco de lo que sabe, aprovechando así los conocimientos de todos para lograr un resultado muy completo y sobretodo, producto de la inteligencia colectiva.

La Wiki de Cunningham creada en 1995, llamada *WikiWikiWeb*, todavía esta al servicio del publico. Sin embargo, el caso mas conocido actualmente es *Wikipedia*, una enciclopedia libre que reúne millones de temas. O’Reilly se refirió a ella en su artículo *Qué es Web 2.0. Patrones de diseño y modelos del negocio para la siguiente generación del software* (2005): “Wikipedia, una enciclopedia en línea basada en la inverosímil idea de que una entrada puede ser agregada por cualquier usuario de la Web, y corregida por cualquier otro, es un experimento radical de confianza, aplicando la máxima de Eric Raymond (acuñado originalmente en el contexto del software abierto) de que “con ojos suficientes, todos los fallos son superficiales” para la generación de contenido.

Wikipedia esta ya entre las 100 Webs mas visitadas, y muchos piensan que llegará a estar entre las 10 de la cima en poco tiempo. ¡Esto si que es un cambio profundo en la dinámica de la creación de contenidos!”

Tanto Wikipedia como otras Wikis se caracterizan por permitir que cualquier usuario edite la información publicada. Esto implica un alto nivel de responsabilidad por parte de los navegantes, quienes cuando deciden editar la información que encontraron, deben automáticamente comprometerse a hacerlo de manera honesta y veraz. Se espera aprecio y respeto hacia la herramienta que se les esta ofreciendo, por eso no seria apropiado incluir malintencionadamente datos falsos. Pero como dice Raymond, antes tantos ojos pendientes, el error se reduce al minino. Ciertamente, cuando alguien busca información en *Wikipedia*, espera que lo que encuentre sea verídico, sin imaginar que alguien se toma la dinámica de creación colectiva como una broma. Esta libertad de intervención se considera una ventaja. Las Wikis se caracterizan por su facilidad para ser creadas y actualizadas. En general, los cambios que efectúan los usuarios son aceptados sin necesidad de revisión. Estamos hablando de una rapidez asombrosa, una instantaneidad para comunicar la información. La mayoría de las Wikis permiten el acceso de cualquier usuario sin tener que abrir una cuenta de usuario.

Las Wikis son también hipertextos, con estructuras de navegación no lineal. Las páginas suelen tener varios vínculos con otras páginas, así toda la información esta conectada. Es un árbol de conocimiento con infinitas ramas, donde cada rama es una palabra cuya definición ha sido ampliada por alguien más. Es por esto que la información contenida en las Wikis tiende a crecer ampliamente, por lo cual se suele implementar un mecanismo de búsqueda que le permita a los usuarios localizar exactamente lo que están buscando. También existen herramientas como historiales de cambios, registros de últimas publicaciones, entre otras, que permiten llegar fácilmente al objetivo. Así todos saben que es lo último que se ha subido, lo que ha sido modificado y lo que necesita ser revisado, no solo para agilizar las consultas, sino para mantener la Wiki actualizada correctamente. Estas posibilidades también agregan una dinámica de retroalimentación, que ayuda a mejorar y a ampliar los textos. Con la colaboración de los pares, no solo la información publicada en la Wiki adquiere mas confiabilidad, sino que los autores perfeccionan su técnica y aprenden de sus errores. Es un mutuo aprendizaje que permite amplificar el conocimiento en red.

2. Narratopedia. La interacción social virtual por medio de la creación colectiva

2.1 Definiendo Narratopedia

Narratopedia es una plataforma virtual que pretende incentivar la narración digital colectiva. Es un espacio que promueve la expresión, la creatividad, y el trabajo en equipo. Permite a narradores de toda índole, publicar sus historias por medio de múltiples formatos como textos, imágenes, videos, sonidos, hipertextos, o la combinación de todos ellos. Es un escenario dispuesto para ser llenado con los relatos de cualquier cibernauta ansioso por abandonar su papel pasivo de receptor, para convertirse en emisor activo. Es un punto de encuentro para quienes estaban esperando la oportunidad de dar a conocer sus creaciones, para los autores anónimos que no habían podido hallar un medio para expresarse. Ahora ellos no solo pueden publicar sus narraciones, sino que también pueden ver las de otros autores semejantes, tal vez con los mismos gustos e intereses, tal vez con posturas completamente opuestas. Este es el lugar para conocer el trabajo de los demás y lograr que los demás vean el trabajo propio. Es así como se consolida una comunidad virtual de narradores, que tienen en común el interés por publicar sus historias, pero que además, empiezan a construir significados e identidades colectivos, a participar conjuntamente, a generar conciencia de grupo, y a darse cuenta de la importancia que tiene la colaboración entre sí. Estos sujetos activos se dan cuenta de lo valiosos que pueden ser los aportes de los demás, de que allá afuera existe alguien más con los mismos gustos o los mismos intereses, y de lo importante que puede llegar a ser el trabajo en equipo. Se trata entonces de un ejercicio de creación colectiva, de colaboración mutua, de aprendizaje conjunto, y de práctica asistida. Es una comunidad, una red social que gira en torno a la expresión y a la creatividad.

La idea esta sustentada en tres paradigmas propios de la sociedad actual. Primero, la vigente importancia de la narración mediática, entendiendo que los relatos que producimos son el reflejo de nuestra sociedad, y que pertenecen a una actividad natural inherente al hombre que constituye un ejercicio cognitivo y cultural. Segundo, el surgimiento de la cultura 2.0, que convierte al receptor en un verdadero participante, que ya no solo observa sino que también produce. Allí se crea un ambiente de intervención activa y de interacción constante con otros usuarios. Se abre todo un

abanico de posibilidades que crean las condiciones perfectas para que tenga lugar el tercer paradigma, el imperativo de la creación colectiva. Este concepto abre amplios caminos para la producción y la participación colaborativa, y trae consigo nuevas posibilidades de interacción y comunicación entre usuarios. Ante la convergencia de estos tres fenómenos, resultó imperativo crear una herramienta que pudiera responder a las cuestiones que plantea dicha situación. Es así como se consolida un escenario para el desarrollo del ejercicio narrativo, que ofrece diversas oportunidades de creación nunca antes vistas, con profundos alcances en la manera cómo interactuamos socialmente y en cómo nos constituimos como autores activos y participativos que enriquecen sus creaciones gracias a los aportes y sugerencias de sujetos similares.

El camino hacia la creación de Narratopedia se inició con la labor del investigador y escritor Jaime Alejandro Rodríguez, quien inicialmente desarrolló dos proyectos con el apoyo de la Pontificia Universidad Javeriana: *Gabriela infinita* y *Golpe de gracia*. El primero fue un hipermedia narrativo que rompía la linealidad tradicional de las historias de su género, y hacía uso de herramientas multimedia como audio, video e imágenes en movimiento. Fue un ejercicio de migración del papel a lo virtual que permitía una lectura libre y desarticulada. El segundo proyecto nació para satisfacer las necesidades de un público que exigía una exploración más eficaz de los recursos virtuales. Además de desarrollar una narrativa digital con diversas posibilidades multimediales, se le dio más relevancia a la dimensión interactiva, al incluir un video juego en línea, un blog, documentos de carácter Wiki, y una estrategia de creación colectiva fundamental llamada *cadáver exquisito*.*

Gracias a la experiencia aprendida al diseñar y ejecutar dichos proyectos, se estableció que para continuar con la ejecución e investigación de la narrativa digital, se debían crear comunidades de práctica que posibilitaran el mutuo aprendizaje. Se debía dar el salto de conformación de grupos de especialistas, a la consolidación de comunidades donde los miembros no solo son productores sino también aprendices. Estarían sujetos al constante aprendizaje de las experiencias y aportes de sus pares. De este modo, empezó a trabajarse bajo la lógica de redes o nodos integrados por diversos integrantes

* Técnica que fue utilizada principalmente por artistas surrealistas en los años 20, que pretende ensamblar colectivamente una serie de imágenes o textos. Cada participante debe partir del último aporte anterior a él para crear el propio, y de este modo construir una secuencia lógica.

que tenían funciones específicas. De este modo, Narratopedia se concibió como una plataforma que no solo se constituyera como una red social y como una pizarra para publicar, compartir y crear conjuntamente, sino también como un escenario pedagógico y pragmático.

Sin duda, uno de los principales atractivos de Narratopedia, es que cualquier persona puede publicar sus relatos sin ser un experto en programación. La plataforma está especialmente diseñada para que sea sumamente sencillo publicar las entradas. Pero el hecho de que este proceso sea fácil y rápido no significa que se limiten las posibilidades de publicación. De hecho, se ofrece la posibilidad de publicar las creaciones por medio de texto, audio, video, fotografía, animación, etc. Es así como se propicia la creatividad y la imaginación, se incentiva a los autores a pensar en formas novedosas para comunicarse y expresarse. Es una invitación para no limitarse a utilizar solo el tradicional texto para dar a conocer ideas y experiencias. La conjunción de diversos formatos multimedia da cabida a infinitas posibilidades de comunicación, que además motivan la activa participación de los usuarios, formándolos como productores activos y alertas.

En un principio, para estimular la narración de los participantes, se crearon *motores narrativos*. Son invitaciones para crear, pautas que inspiran y proporcionan ideas para explorar una cuestión particular. Cada motor es un tema específico que pretende impulsar la narración, y al mismo tiempo, organizar y clasificar de algún modo los aportes publicados. Son categorías que también pueden constituirse como punto de partida para quienes hasta ahora empiezan su camino en la narración y no saben como iniciar. Incluso, estos motores también ayudan a edificar el ambiente propicio para empezar a pensar en una mutua colaboración para la creación de contenido. Los *motores narrativos* se convierten en herramientas que podrían servir para ubicar quienes tienen gustos e intereses parecidos a los propios, quienes tienen las mismas ideas, o quienes comparten las mismas posturas ideológicas, y a partir de allí, plantear la posibilidad de crear colectivamente algo concreto.

Algunos de estos motores se relacionan directamente con el tipo de formato utilizado para la narración como *Audionarraciones*, *Fotonarraciones*, y *Videonarraciones*. Otros tienen que ver con la temática del relato como; *Ciudad Universitaria*, que impulsa a los

estudiantes a contar cómo se vive desde la perspectiva universitaria, quienes habitan esa ciudad, qué dinámicas sociales se generan allí, cómo son los espacios donde gravitan los estudiantes y todas las vivencias que allí se viven; *Crónicas de Viajes*, que invita a relatar la experiencia vivida en un viaje, utilizando el género periodístico de crónica, sin importar cuál es el destino del viajero, lo que cuenta es la intención de dar a conocer la aventura; *Mudanza*, que se basa en la idea de que cuando se hace un trasteo siempre aparecen objetos olvidados que nos traen recuerdos invaluableles y nos reencuentran con el pasado, evocando sensaciones y momentos que tal vez no habríamos recordado por nuestra cuenta; *Narrando mi cuerpo*, que está inspirado en el hipertexto *My Body* de Shelly Jackson, donde los protagonistas de las historias son partes de nuestro cuerpo, y donde podemos plasmar sentimientos y pensamientos que nos inspira nuestro cuerpo; y *Otras minificciones*, que da una pauta un poco más libre ya que no hay un tema específico, simplemente es un espacio para otras narraciones inspiradas en otras temáticas diferentes a las planteadas.

Es así como esta plataforma está introduciendo ciertos conceptos que hasta ahora resultaban lejanos a la cotidianidad de la mayoría, como la creación colectiva, el aprendizaje colaborativo, la interacción y comunicación entre usuarios de herramientas web, y la participación en comunidades virtuales. Se está generando un cambio en la manera como concebíamos y apropiábamos dichas nociones. Es por esto que Narratopedia no solo se considera una herramienta virtual, sino un proyecto que pretende alcanzar objetivos académicos, técnicos, pedagógicos, sociales y culturales. Por un lado, se busca producir un eficiente marco conceptual que exponga y amplíe todas las teorías y conceptos referentes al proyecto, que podrían servir de referencia a próximas generaciones interesadas en el tema. Y por otro lado, está el interés por consolidar una comunidad virtual, una red social que comparta conocimientos y características, y que tenga la capacidad de aprender colaborativamente, de participar, observar, y criticar objetivamente, en el marco de un espacio digital con todo el desarrollo técnico posible para lograrlo.

El desafío a futuro para Narratopedia es lograr verdaderamente una dimensión colectiva, lograr que los participantes efectúen una labor colaborativa para construir las narraciones. Hasta el momento, los usuarios se limitan a publicar sus relatos pero no se ha generado una verdadera dinámica de creación conjunta entre todos los miembros de

la comunidad. Por ahora la plataforma es el escenario de narraciones por acumulación, es decir, ha funcionado como un contenedor de publicaciones de casi cualquier índole, pero falta dar el gran paso hacia una dinámica en la que se acuerde un trabajo en equipo. La idea es alcanzar una actividad en la cual los autores no solo se preocupen por dar a conocer sus productos, sino que se interesen en construir conjuntamente.

Otro reto importante es generar un verdadero sentido de comunidad y pertenencia, y poner en la plataforma herramientas que ayuden a reforzar esa idea. Por ejemplo, se intentó poner en línea un Minichat para que los usuarios interactúen entre sí, pero hasta el momento este instrumento no ha sido aprovechado. Sería conveniente darle una real utilidad y eficacia, de manera que se logre una interacción social contundente, y se alcance una comunicación sincrónica que sirva no solo para conocerse entre sí, sino para enriquecer las experiencias y los relatos. Del mismo modo, también es importante lograr la integración de Narratopedia con otras plataformas para generar aun más profundamente esa dimensión interactiva y comunicativa entre usuarios. Tal es el caso de Facebook y You Tube, que podrían ayudar a construir un sentido sólido de comunidad con características, gustos, e intereses en común. Hasta ahora se han creado grupos específicos en dichas plataformas, pero al igual que el Minichat en línea, no se ha logrado ningún beneficio ni actividad relevante.

2.1.1 ¿Por qué Narratopedia?

Narratopedia es un fenómeno que ha congregado un creciente número de personas en torno a la narración. Es una herramienta novedosa, nunca antes vista. Resulta muy atractivo poder estudiar un caso colombiano, nacido en las aulas javerianas. Sin embargo, a pesar de ser un escenario muy cercano a nuestro contexto, pocas personas saben de su existencia. Narratopedia se constituye como un ejemplo perfecto de la Web 2.0, al promover la activa participación, intervención e interacción entre usuarios. Es un caso particular y único, que ha generado dinámicas sociales en línea muy interesantes que merecen ser estudiadas. La forma en que los navegantes interactúan por medio de la libre publicación de historias, es un fenómeno reciente que llama la atención y puede ayudar a ampliar la perspectiva sobre comunicación e interacción en línea. Además, Narratopedia está generando un cambio radical en la manera de concebir conceptos que para algunos aun pueden sonar extraños, como la creación colectiva, el aprendizaje

colaborativo y la participación en comunidades virtuales. Se hace necesario explorar dichas nociones y su influencia en las relaciones humanas mediadas por computador.

2.3 Observación de Narratopedia

2.3.1 Acciones

Sin duda, la esencia de Narratopedia son las publicaciones de los usuarios. Gracias a estas narraciones se crean diversas dinámicas y movimientos, que le dan vida a la plataforma y la convierten en un espacio vivo. Durante el proceso de etnografía virtual que se efectuó en Narratopedia, se detectó una actividad constante y sostenible de publicación y de retroalimentación de los productos publicados. Se mantiene un buen ritmo, prácticamente todos los días hay nuevas entradas y la mayoría de ellas obtienen rápidamente comentarios por parte de otros usuarios. En ciertos días que podrían denominarse de “alta actividad” se registran hasta cuatro nuevas publicaciones.

Se encontraron narraciones de todo tipo como poemas, reflexiones personales, ensayos, artículos, reseñas, diarios, cuentos cortos, etc. Aunque podría pensarse que la intención inicial de Narratopedia es impulsar las creaciones literarias de tipo narrativo, aquí se encuentran textos y expresiones de toda índole. Tal parece que los usuarios han tomado la plataforma como un espacio de desahogo para publicar lo que antes no habían podido. Esta herramienta representa la posibilidad latente de dar a conocer las creaciones de cualquier individuo, y es así como ha sido recibida por el público. Se ha convertido en un ‘micromedio’ donde los autores exponen sus obras para que otros los conozcan y puedan opinar activamente.

Prevalecen las historias contadas en primera persona, aparentemente sobre experiencias personales, con algunos pequeños tintes de ficción. Podría decirse que se percibe un carácter intelectual, casi filosófico, en las historias, lo que sería un indicio sobre el buen nivel educativo de los usuarios. Son pocas las intervenciones con altas dosis de ficción, por el contrario, se prefieren las historias sobre la cotidianidad. Aunque la mayoría de los temas tratados se refieren a situaciones y dilemas de la vida diaria, invitan a la reflexión y al debate. Hay una notable profundidad en cuanto al manejo de los temas.

El formato preferido para narrar sigue siendo el texto. Pocas entradas se acompañan con imágenes y son muy pocas las publicaciones que solamente utilizan imagen, audio o video. El 28 de septiembre de 2008 tan solo habían siete videonarraciones, seis audionarraciones, y seis fotonarraciones, frente a 265 narraciones en las que el texto es el principal protagonista. Las entradas textuales que cuentan con alguna imagen, utilizan el recurso gráfico más como acompañamiento que como parte de la estructura narrativa. Se utilizan más para reforzar lo planteado en el texto, pero no como parte de una secuencia narrativa o como una pieza que cuente la historia. En su mayoría son fotografías que funcionan simplemente como un adorno.

2.2.1.1 Comentarios, rastros dinámicos.

Los comentarios a las entradas son un aspecto muy importante que se estudió durante la observación. Estos representan la verdadera actividad de la página y una dinámica definida de interacción entre los participantes. A partir de estos, se está estableciendo una comunicación asincrónica pero efectiva. Allí se ve el enfrentamiento de opiniones encontradas o compartidas, por medio de una dinámica real de retroalimentación y debate. Villanueva se refiere al valioso poder de los mensajes y comentarios dentro de comunidades como esta: “Se trata de ejercicios explícitos para alentar la sociabilidad virtual, permitiendo que la gente que se conoce o no en el mundo “real” tenga un gran grupo de referencia y de intercambio de ideas en el dominio virtual.” (2006, p. 41).

Es necesario aclarar que en un principio, dentro del equipo de trabajo de Narratopedia, se asignó un grupo de “comentadores profesionales” quienes se encargaban de escribir sugerencias y aportes para las entradas. Esto con el fin de darle impulso a la naciente plataforma que necesitaba con urgencia algún tipo de retroalimentación para sus narraciones. Este equipo conformado por estudiantes de literatura, cumplió su labor durante un tiempo hasta que los usuarios regulares empezaron a escribir comentarios activamente. En el momento es que la plataforma empezó a ser visible y significativa por sí sola, creció el número de usuarios fieles, y por lo tanto el número de entradas y de comentarios. Muchos lectores se vieron atraídos por la propuesta y empezaron a participar constantemente.

Se esperaría que los comentarios ayuden a construir un mecanismo para que el autor mejore su estilo y su argumentación, y por lo tanto su narración, pero algunos comentarios realmente solo son reflexiones personales o perspectivas que no contribuyen a la perfección o a la ampliación de la narración. Surge entonces la necesidad de detectar de que manera los comentarios están siendo interpretados y recibidos por los autores y por los usuarios que están comentando las publicaciones. ¿Cual es la noción de comentario que tienen tanto autores como lectores? ¿Como se entiende la dinámica de hacer comentarios a los textos? ¿Realmente esta posibilidad esta siendo aprovechada?.

Durante la observación se estableció que los comentarios se constituyen como respuestas que se desencadenan gracias a estímulos producidos por las narraciones. Estas respuestas permiten medir el nivel de aceptación y rechazo por parte de los lectores hacia un texto determinado. También se convierten en indicadores sobre las sensaciones y percepciones que sienten los lectores frente a cada entrada. Es así como empiezan a surgir reacciones desencadenadas por un estímulo otorgado. Por ejemplo, el día 12 de septiembre de 2008, se publicó una narración titulada *Facetas/Rabia, Primer encuentro*, ante la cual se produjo una reacción por parte de un lector. Se logró despertar un sentimiento determinado ante la narración:

Septiembre 14th, 2008 at 6:29 pm

Es normal la molestia, nada difícil de entender. A mi, por ejemplo, me molesta que te molestes por todo, sin embargo caigo en la cuenta de mi estúpida molestia y se me anula de inmediato la rabia hacia ti, ahora siento rabia por mi propia incomprensión...es como decir que amo todo lo que no tenga que ver con el amor y que acepto que todo es inaceptable....solo existe una verdad absoluta..... y es que no existe verdad absoluta.

Así mismo, los comentarios se están convirtiendo en escenarios activos de discusiones y enfrentamientos de opiniones opuestas. Los usuarios parecen entender la oportunidad de expresión que tienen al frente, y la aprovechan mostrando abiertamente lo que piensan. Es por esto que suelen presentarse acuerdos, pero también discrepancias, que dan lugar a controversias. Se esta dando una dinámica de discusión y pugna en este entorno virtual, generada por la existencia de una comunicación asincrónica a través los comentarios. Por ejemplo, el día 3 de septiembre de 2008 aparece la narración titulada

“De la convergencia al desempleo, el desapego, la pereza”, donde se observa claramente un contraste entre los comentarios de los sujetos Omar Vega e Hilda Romero. Omar critica directamente la referencia de Hilda:

Hilda Romero Says:
Septiembre 3rd, 2008 at 2:46 pm

John Jairo, por tan buen análisis tecnológico, congratulaciones.
La tecnología es tal desde su inicio en el mismo cuchillo de sílex, así como una de sus más fuertes expresiones, la informática se inicia desde los fenicios, chinos y demás culturas, quienes procesaban información manualmente....

El ser humano inquieto por naturaleza, construye conocimiento, para crear, tanto así que la maquina analítica, basada en el famoso ábaco y la gran sumadora del intrépido Babbage, ha evolucionado en 6 generaciones de computadoras cada vez mas veloces y sensibles al proceso de información de forma expedita, con gran incidencia en los ámbitos y contextos sociales del universo.

Me agrada como describe lo bello del ser humano, el afecto por la otredad, claro que la familia hace falta, quien da amor sinceramente se hace evocar.

Esa es la diferencia, apreciado escritor, entre el ser humano y la mas sofisticada de las maquinas, los sentimientos, valores y la creatividad que jamás serán reemplazados por la impresionante robótica, los sistemas expertos o las redes entre ellas la gran autopista de información.

Una invitación cordial a evaluar Un caballero y El pajarillo Moisés y sus aventuras en el mundo de los humanos.

Con un girasol perfumado,

Hilda María Romero Hernández.
Docente Tecnología e Informática.

omar henry Says:
Septiembre 3rd, 2008 at 9:08 pm

La tecnología es un factor agregado y totalmente independiente del hombre cuando se habla de sus profundas virtudes al comportarse. Quien quiera adueñarse de la tecnología para hacer cosas importantes, solo recorrerá otro frustrado camino lleno de falsos triunfos, a estas personas, seguramente, les tocara vivir los ” cien años de soledad” que Charles Babbage sufrió gracias a la incomprensión humana (y aunque la doctora Hilda Romero, vea en Babbage una evidente virtud creadora como la misma volición, yo aun me aferro a pensar y mostrarme escéptico frente a dicha posición, no logro digerir esta filosofía, pues para mi la palabra ”creación” es mas que la unión de ocho letras, esta palabra viene de una estirpe muy lejana y ambigua, no podría decir que existe en un primer lugar pues antes que primero, fue cero (0), pero ni siquiera el cero (0), pudo marcar el inicio de dicho termino.....”Creación” no es un termino con el que los hombres podrían explicar su torpe y agresiva destrucción.....como es que hemos llegado a tanta incomprensión como para cambiar las verdades? tanto así que hoy todos ven la tecnología y su inherente despilfarro como un síntoma de progreso o evolución....

Respecto a la narración titulada *Le debo*, el comentario de Omar Vega también permite otro análisis. Una de las frases que escribió llama mucho la atención:

Septiembre 5th, 2008 at 10:39 am

Perdón si interrumpo el pensamiento masivo y con esto, decido no adherirme a el.....

Este fragmento permite abrir la discusión sobre la existencia de un verdadero “pensamiento masivo” en Narratopedia. Según esto, ya existe cierta percepción entre los usuarios del nacimiento de una sensación colectiva, de un pensamiento compartido. Es así como empezamos a detectar los primeros visos de conciencia de colectividad. Esta plataforma se acerca cada vez hacia uno de los objetivos mas importantes que se propuso desde su creación.

Por otra parte, es evidente que algunas narraciones logran provocar mayor estímulo de respuesta que otras. ¿A que se debe que algunas historias despierten mas intención de comentar que otras? Este fenómeno puede explicarse a partir de tres motivaciones: el tema expuesto, la forma de contar la historia, o el poder de convocatoria del autor. Sea como sea, hay publicaciones muy cortas, de tan solo dos frases, que logran incitar una capacidad de respuesta mas activa que otras publicaciones mas largas, complejas, y talvez mas interesantes. La manera en que están siendo apropiados e interiorizados los contenidos y en que se establecen los vínculos invisibles entre los lectores y las publicaciones, determinan diferentes capacidades de respuesta. Las diversas maneras en las que los lectores reciben los contenidos pueden marcar maneras radicalmente diferentes de generar mecanismos de respuesta ante ellos. Por ejemplo, el cinco de septiembre de 2008, se publicó una entrada titulada *El caso Murcia Facebook*. Llama la atención que ésta es de las pocas entradas que no tiene ningún comentario. Talvez se deba a que es una rectificación sobre un caso muy personal de la vida del autor, que probablemente no incumbe a otros usuarios. No es una narración que interese a la mayoría, se sale de la tradición que ha establecido Narratopedia hasta ahora, que se enfoca en publicar textos que den pie para la discusión literaria o filosófica. Este texto se consideraría mas como una anécdota personal que como una narración que genere sentimientos o sensaciones, tal como lo hacen otras publicaciones que si generan respuestas de este tipo.

Se percibe una tendencia del público a leer o comentar únicamente las narraciones más recientes. La gente no se devuelve a leer las entradas anteriores. Es así como las entradas pierden vigencia como las noticias, entran en caducidad después de dos o tres días máximo. Debido a que la plataforma está construida sobre una estructura de blog, existen ciertos impedimentos técnicos que no ayudan a reducir esta tendencia. Se hace necesario desarrollar un método para superar esas dificultades prácticas y motivar a los lectores no solo a mirar las últimas entradas, sino también algunas de las más antiguas. Pero este fenómeno también puede deberse a que por lo general los internautas son perezosos a la hora de consultar la información. El tiempo de atención promedio para una página Web se reduce a segundos, lo que implica que solo se preste atención al contenido más actual. También tendría influencia el hecho de que aun se mantiene la creencia de que estar frente al computador navegando en la red representa una pérdida de tiempo, frente a otras actividades más útiles que podrían hacerse en ese lapso. Pero más allá de eso, es necesario determinar si realmente el lector encontró algo que le gusto lo suficiente como para permanecer allí un buen rato y seguir explorando la página en busca de más. Existe el peligro latente de que allí no haya nada que mantenga al lector enganchado para que continúe su lectura en la página. Entonces se hace indispensable indagar qué es lo que está buscando el lector, y proporciónale ese elemento para que se mantenga conectado.

De hecho, surge el cuestionamiento sobre la pertinencia de dejar un comentario para una narración publicada con varios días de anterioridad. Si es evidente que los usuarios no van a leer dichos comentarios, y por lo tanto no van a participar en un eventual debate virtual, se diluye el objetivo de dejarlo allí. El tres de septiembre de 2008, se publicó un texto titulado *Le debo*, una especie de desahogo personal, un diario con apreciaciones muy particulares sobre todas las cosas que el autor siempre ha querido hacer pero no ha podido. Allí se generó una dinámica muy interesante de réplica por medio de los comentarios entre los lectores. Un usuario identificado como Omar Henry Vega, escribió:

Septiembre 5th, 2008 at 10:39 am

Perdón si interrumpo el pensamiento masivo y con esto, decido no adherirme a el....no estoy seguro de deberle nada a nadie, pues si algo le debiera a alguien, ese alguien, es quien me debe más respuestas a mí: deseo saber de donde viene el primer favor y de quien es obligación pagarlo, deseo obtener respuestas que para algunos se muestran muy clara (falsas

y distorsionadas verdades)

No le debo nada a la vida por que yo mismo soy la vida, ni le debo nada a DIOS por que todo hombre bueno puede ser DIOS.....tal vez, solo me deba regalos a mi mismo....

Este comentario se observó en medio del proceso etnográfico desarrollado exactamente quince días después. Ante esta respuesta, lo ideal habría sido reprochar con otro comentario esta opinión tan radical, pero se cuestionó sobre la pertinencia de dejar un comentario después de tantos días, ya que lo más probable es que la discusión con este sujeto se habría perdido. La única posibilidad de conexión con él, es que se devuelva leer los comentarios que hizo anteriormente, pero por lo visto eso es poco probable. Aparentemente los usuarios de Narratopedia dependen mucho de la noción de tiempo e inmediatez para la lectura de entradas y comentarios.

Sin embargo, los autores de las entradas si son notificados cuando reciben un comentario varios días después. En ese caso, los comentarios representarían un aporte exclusivo para el autor, pero se perdería la posibilidad de que otros usuarios los vean y generen un proceso activo de crítica y discusión. Se perdería la valiosa posibilidad de crear una dinámica de interacción y comunicación entre lectores. Aun así, permanece la utilidad de hacerle una retroalimentación al autor y motivar un debate con él directamente. Esto confirma que la función de los comentarios varía de acuerdo a la situación donde se presentan.

2.2.1.2 ¿Minichat o tablero de anuncios?

Narratopedia cuenta con un Minichat en su página principal. Esta sería la única herramienta que daría lugar a un proceso comunicativo sincrónico en tiempo real, que otorgaría la posibilidad de establecer una interacción efectiva entre usuarios. Sin embargo, la utilidad de dicha herramienta ha sido duramente cuestionada. Hasta el momento nadie ha utilizado el Minichat para lo que realmente fue implementado, ya que no se llevan a cabo las interacciones que tienen lugar en un chat normal o en el famoso Messenger. Por el contrario, esta herramienta ha sido utilizada como una especie de cartelera para publicar avisos clasificados:

Último mensaje *Hace 4 días, 2 horas*

- Kmo : El Hada Verde. entrega cuarta. Es bueno....

- niordel : <http://> Listo el instinto del juego con Aleixandre, miren la entrada: Sólo la luna sospecha la verdad II
- [Christianjrb](#) : Espero que les guste Facetas, bajen el archivo y si lo quieren distribuir haganlo.
- Kmo : Ya está lista la Entrega Segunda de "El Hada Verde"
- Kmo : ! Esta recién publicada la primera "Novela de artistas" por entregas de Narratopedia". Título: El hada Verde
- niordel : Instinto del juego: Hagan sus versos a partir de esa primera línea, en la entrada Solo la luna sospecha la verdad ...
- niordel : [«link»](#) poema de Vicente Aleixandre empieza así: "Sólo la luna sabe la verdad. Y es que el hombre no existe." ¿Cómo podría continuar el poema?...
- [reiilon](#) : hola!
- paul : hola
- Jalenack : Tu chat está vacío. Añade un mensaje!

Lo que se ha visto, es que la gente se apropia de las herramientas que se les ofrece de una manera muy particular e impredecible. Los usuarios de Narratopedia no utilizan el Minichat como se esperaba, pero en cambio le dieron otro uso. Ante este fenómeno surge la pregunta de si realmente vale la pena mantener dicha herramienta, o si es más conveniente erradicarla por completo e implementar un muro de noticias o de anuncios. Suena más lógico desarrollar aquello que la gente pide y necesita, en lugar de darles algo que aparentemente no consideran valioso.

Entonces surgen los interrogantes sobre lo que realmente necesita la comunidad de narradores de Narratopedia. Probablemente a los narradores no les interesa participar en este chat, o esta herramienta todavía no se ha sabido explotar bien para darle un buen uso. Uno de los principales problemas presentados, es que este chat no ofrece la posibilidad de una conversación privada, como si lo hacen otras herramientas de la misma naturaleza. Todos los diálogos que podrían establecerse se efectúan públicamente, y esta condición parece desmotivar a quienes quisieran utilizarlo.

Teniendo en cuenta que Narratopedia se constituye como una comunidad de narradores virtuales, sería más efectivo darle una utilidad diferente que corresponda al objetivo para el cual fue diseñada la plataforma, como por ejemplo establecer una dinámica de creación colectiva mediante cadáver exquisito en tiempo real. Si hasta el momento el chat no ha sido utilizado como se esperaba, en lugar de eliminarlo por completo, lo ideal sería darle otro uso que permita aprovechar sus posibilidades. De este modo aun existiría la posibilidad de establecer un proceso de interacción interpersonal sincrónico.

Sería viable formalizar el proceso de creación mediante el chat, que se alimente de los aportes de muchos autores, y que se convierta en una pieza de carácter constantemente cambiante. Por ejemplo, en Japón existe una página Web llamada Mahou no iRando, que ofrecía un software para colgar en la red novelas en construcción a través de cualquier teléfono celular. Permite a todos los cibernautas comentar las obras de otros usuarios, sugerir, opinar o agregar fragmentos, todo por medio del chat del celular. Este fenómeno se ha denominado “narrativa móvil”, y es un ejemplo de los beneficios que se pueden adquirir mediante un simple chat, ya sea utilizado desde un computador normal, o desde un dispositivo móvil.

2.2.2 Posiciones

Narratopedia empieza a caracterizarse como una comunidad en la medida en que se pueden distinguir diferentes actores que tienen un papel específico dentro de las dinámicas de creación y publicación. Se pueden identificar protagonistas que cumplen una función determinada. Hay sujetos que visitan con frecuencia la plataforma y dejan su huella allí. Publican narraciones y/o escriben comentarios frente a las narraciones de los demás. Estos sujetos muestran claramente su interés de participar activamente, en contraste con otros que solamente se dedican a leer lo que los demás han producido sin aportar nada.

En la observación se detectó que hay sujetos especialmente activos que siempre escriben un comentario para cada publicación. Sin embargo, para el visitante común, es muy difícil establecer si estos usuarios que participan activamente escribiendo comentarios también participan publicando aportes de su propia autoría, debido a una tendencia generalizada al anonimato. Es muy poco frecuente que los autores firmen las narraciones que han publicado. Las historias suelen aparecer sin el nombre de su autor. Existen dos razones que pueden explicar este fenómeno. La primera es que los autores se sienten más cómodos en el anonimato, prefieren no identificarse ante el temor de que sus historias no reciban comentarios positivos, o sean juzgados por sus iguales. Turkle (1997, p. 235) señala que el anonimato en escenarios virtuales es un escudo contra posibles respuestas hostiles. Es así como estamos frente a un caso abierto de identidad oculta que rige las publicaciones. Se construyen identidades invisibles que se esconden a toda costa.

La segunda es que los autores simplemente no ven necesario poner su nombre porque no les parece importante. Aun no se identifican como miembros de la comunidad de Narratopedia, y por lo tanto dejar sus historias allí se considera una actividad pasajera. No tienen la intención de dejar su huella permanente para verdaderamente entrar en la comunidad y hacer parte activa de ella con todas las actividades y responsabilidades que esto implica. Si se sintieran parte de la comunidad les interesaría lograr un verdadero proceso de aprendizaje y colaboración mutua, para lo que sería indispensable poner su nombre en las publicaciones. El sentido de comunidad aun esta en construcción, así que no existe la conciencia de utilizar un nombre propio para firmar las narraciones.

Sin duda, los nombres son necesarios para lograr identificación dentro del grupo, para construir un perfil público que se define por medio de las narraciones publicadas, y no por medio de descripciones preconcebidas como en el caso de los perfiles personales de Facebook. De este modo, se construye una forma diferente de conocer los usuarios, que no se basa en los tradicionales datos personales o en fotos. Las publicaciones se convierten en una identidad virtual, son las herramientas que sirven para definir gustos y particularidades de personalidad. Los usuarios de la plataforma ya se están dando cuenta de este fenómeno, ya logran identificar la personalidad y el estilo único de otros usuarios por medio de los aportes publicados. Un sujeto identificado como Julio R. Córdoba escribe un comentario refiriéndose al rastro que dejó otro usuario en un poema que pretendía simular un ejercicio de creación colectiva entre varios participantes:

Septiembre 17th, 2008 at 4:51 pm

Sorprendente. Por ahí tuvo que haber pasado Omar Henry, parece mucho a su rastro.

2.2.2.1 Sujetos activos

Específicamente los comentarios permiten establecer una radiografía de los sujetos participantes, tanto así que pueden inferirse características muy puntuales de la personalidad. Se puede establecer un perfil de la posición social, económica y educativa de la persona, así como sus gustos, intereses y aficiones. Durante la etnografía se identificaron dos sujetos particularmente activos, quienes participan con mucha frecuencia alimentando la plataforma con diversos aportes. Ambos sujetos parecen tener

personalidades y puntos de vista muy diferentes. Cada uno tiene una forma definida de hacer comentarios, incluso sus perfiles pueden construirse por oposición debido a lo disímiles que son sus intervenciones. En lo que si se parecen es que los dos están empezando a perfilarse como líderes de opinión dentro de Narratopedia. Dichos sujetos se identifican a sí mismos como Omar Henry Vega e Hilda Romero:

Omar Henry Vega:

Este sujeto es quien mas comentarios ha hecho. Prácticamente todas las narraciones han sido comentadas por él, sin embargo, nunca ha publicado ninguna narración propia. Por esto, dicho sujeto no se clasificaría como un autor, sino como un lector muy activo. Productor de retroalimentaciones pero no de contenido. Aun así es el miembro mas activo de toda la comunidad. Sus aportes siempre tienen el mismo estilo que lo identifica y ya lo han convertido en un personaje reconocido entre los usuarios frecuentes de la plataforma.

Muestra un tinte filosófico que invita a la reflexión. Sus comentarios no pretenden felicitar o reprender los autores, ni tampoco darles pautas o consejos para que mejoren sus narraciones. Se preocupa más por escribir frases y líneas ideológicas que bien podrían servir de continuación para el texto o como aporte agregado. Nunca manifiesta claramente si esta de acuerdo o en desacuerdo con el tema planteado, más bien tiende a adornar su posición por medio de frases muy elaboradas. Suele tener varias inconsistencias ortográficas que no parecen corresponder a su perfil, ya que por los temas y aportes que expone, se esperaría que utilice el idioma de forma impecable. Con frecuencia hace aportes personales al margen, que no se relacionan directamente con el tema, lo que podría notar cierto rasgo egocéntrico. Este personaje ya es identificado por los otros usuarios, como se ve en el comentario anteriormente citado del sujeto Julio R. Córdoba. Se puede deducir que los miembros de la plataforma ya conocen su forma de escribir y su línea de pensamiento.

El día 22 de septiembre se publicó una entrada titulada *Obra o alcoba especial?*, una narración que describe la incesante búsqueda de la esencia de los objetos. Omar escribe tres días después:

Septiembre 23rd, 2008 at 7:20 pm

Como diria el, estúpido pero acertado, refran de Kant: " este concepto (Desein y existencia) es tan simple que nada se puede decir para explicarlo"... no esperes entonces que te cuenten un secreto a voces.

El día 20 de septiembre Omar escribió un comentario para la entrada *La dama morena*, el mismo día en que se publico la narración, lo siguiente:

Septiembre 20th, 2008 at 8:27 pm e

Un día entendi quien era mi " otra mitad ", mi " alma gemela " y/o mi verdadero amor: era la simple echa mujer que mi arrogante forma de pensar se rehusaba a aceptar. Así entendi que el amor, no era otra cosa que mi singular gusto y grocera manera de elegir un ser al cual amar, ese ser a quien me rehusaba ver tan normal, pues esta era la unica manera de poder amar. De esta forma intento ver como Diosa a una mujer aun sabiendo que es solo otro repetido ser. Ahora entiendo mas la poligamia aunque no he aprendido ni boy a aprender a aceptarla nunca. Hasta donde se pueden practicar las verdades? hasta donde la mentira no logre delatarnos. nos esconderemos a toda costa del escandaloso, pè noso y bochornoso acto de aceptarnos. CON AMOR, AUN SI SUPIERA QUE NO EXISTE.

Hilda Romero:

Hilda ocupa el segundo lugar en cuanto a cantidad de comentarios se refiere. Al contrario de Omar, ella suele ser más amable respecto a sus comentarios. De hecho, siempre manifiesta opiniones favorables, nunca ha escrito un comentario negativo o desalentador para los autores. Ella es enfática en especificar su agrado y su gusto. Siempre agradece a los autores y tiende a felicitarlos y a motivarlos para que sigan adelante. Intenta establecer una posición critica y objetiva, pero siempre en torno a comentarios positivos. Incluso tiende a repetir algunas frases dentro de sus comentarios como "somos los únicos seres pensantes del universo", o "una invitación a la reflexión". Parece que todo le gusta y llega a ser muy complaciente, por eso a menudo sus comentarios se quedan limitados en expresar su agrado y no llega a una reflexión mas profunda como lo intenta Omar. Siempre utiliza lenguaje muy formal y se nota que piensa muy bien lo que escribe ya que sus comentarios son muy elaborados y no presenta ningún error.

Casi siempre se limita solo a dar su opinión, pero en la narración del 3 de septiembre de 2008 llamada *De la convergencia al desempleo, el desapego, la pereza*, hace un esfuerzo mayor al tratar de ampliar el tema del texto:

Septiembre 3rd, 2008 at 2:46 pm e

John Jairo, por tan buen análisis tecnológico, congratulaciones.

La tecnología es tal desde su inicio en el mismo cuchillo de sílex, así como una de sus más fuertes expresiones, la informática se inicia desde los fenicios, chinos y demás culturas, quienes procesaban información manualmente....

El ser humano inquieto por naturaleza, construye conocimiento, para crear, tanto así que la máquina analítica, basada en el famoso ábaco y la gran sumadora del intrépido Babbage, ha evolucionado en 6 generaciones de computadoras cada vez más veloces y sensibles al proceso de información de forma expedita, con gran incidencia en los ámbitos y contextos sociales del universo.

Me agrada como describe lo bello del ser humano, el afecto por la otredad, claro que la familia hace falta, quien da amor sinceramente se hace evocar.

Esa es la diferencia, apreciado escritor, entre el ser humano y la más sofisticada de las máquinas, los sentimientos, valores y la creatividad que jamás serán reemplazados por la impresionante robótica, los sistemas expertos o las redes entre ellas la gran autopista de información.

Una invitación cordial a evaluar *Un caballero y El pajarillo Moisés* y sus aventuras en el mundo de los humanos.

Con un girasol perfumado,

Hilda María Romero Hernández.
Docente Tecnología e Informática.

Aquí ella se identifica con nombre completo y profesión, contrario a la tendencia generalizada de anonimato que se presenta en la plataforma. Este es el comentario más largo que ha escrito, pero ese mismo día, Omar escribe una respuesta que muestra su desacuerdo con lo que Hilda expresó:

Septiembre 3rd, 2008 at 9:08 pm e

La tecnología es un factor agregado y totalmente independiente del hombre cuando se habla de sus profundas virtudes al comportarse. Quien quiera adueñarse de la tecnología para hacer cosas importantes, solo recorrerá otro frustrado camino lleno de falsos triunfos, a estas personas, seguramente, les tocará vivir los "cien años de soledad" que Charles Babbage sufrió gracias a la incompreensión humana (y aunque la doctora Hilda Romero, vea en Babbage una evidente virtud creadora como la misma volición, yo aun me aferro a pensar y mostrarme escéptico frente a dicha posición, no logro digerir esta filosofía, pues para mi la palabra "creación" es más que la unión de ocho letras, esta palabra viene de una estirpe muy lejana y ambigua, no podría decir que

existe en un primer lugar pues antes que primero, fue cero (0), pero ni siquiera el cero (0), pudo marcar el inicio de dicho termino.....”Creación” no es un termino con el que los hombres podrían explicar su torpe y agresiva destrucción.....como es que hemos llegado a tanta incomprensión como para cambiar las verdades? tanto así que hoy todos ven la tecnología y su inherente despilfarro como un síntoma de progreso o evolución....

Aunque Omar suele escribir mas comentarios que Hilda, ella no solo se limita a comentar, sino que también publica narraciones. Ha publicado seis entradas, la primera fue el 28 de mayo de 2008, titulada *El pajarillo Moises y sus aventuras en el mundo de los humanos*. Cuatro de las siguientes entradas son continuaciones de la primera. Ella podría denominarse como una usuaria de alto nivel de actividad ya que no solo comenta todas las entradas de los demás, sino que sube sus propias publicaciones. El 2 de septiembre escribe una entrada titulada de igual forma que la primera que público:

Cuarta entrega

La maletita de Pipe Juancho, Sarita y Sofy

Cada mañana observa a sus amiguitos salir con su maletita cargada a la espalda ¿qué llevarán allí? se pregunta. Un día pregunto a Pipe y Juancho, ellos le dijeron que la maletita contiene útiles escolares, que utilizan los niños y niñas humanos para aprender a leer y escribir; preguntó a Angélica la niñera de Felipe y ella le dijo que la maleta contiene muchos conocimientos y el amor de toda la raza humana, también le dijo la niña de Rosita llamada Sara que vive en la casa 26, que la maletita lleva ricas golosinas para cuando es hora de la merienda. Mmmm Rico...piensa el pajarillo, igual que mis sabrosas meriendas después de las lecciones de vuelo.

También le dijo Sarita que la maletita carga todos los sueños de los niños que maletita de su amiga Sarita lleva mucha simpatía y amor, siempre lo ve reflejado en sus ojitos de ensueño, cuando sentada en su balcón realiza con premura las tareas escolares y de vez en cuando se detiene para observarlo con ternura.

Rosita y Chucho como le dicen cariñosamente los vecinos, son los padres de Sarita y Angélica, ella es muy generosa y él alegre, sus bromas y carcajadas alegran a todos cuando viene de visita pues trabaja en otra ciudad.

Además de Sofy, su hermana mirla, Moisés es un pajarillo afortunado, su amiguita que vive en la casa 26 junto a sus papitos y su hermanito John, también se llama Sofy. Ella es una niña muy tierna, que ama a su pequeño hermano, y utiliza su maletita para llevar su recuerdo a la clase mientras vuelve en la tarde para abrazarlo y jugar.

De rubios cabellos, y rostro angelical, que hace evocar la presencia de un ángel de la guarda, John se pasea por el jardín y los balcones de su casita, muestra la tierna sonrisa de los niños que como Moisés son felices y amados por su familia.

Cuando mamá humana le llama, levanta la mirada de sus entretenidos juguetes y al sentirse alagado, se dispone a jugar con ella escondiéndose atrás del abrigo de las

cortinas. Siempre se delata pues sus cabellos de oro y su pequeña figura resplandecen al contacto del sol que se recrea acariciando con ternura los hogares de las familias que felices transcurren su vida en este oasis de tranquilidad....(continua)

2.2.4 Línea narrativa

2.2.3.1 La utilidad de los motores narrativos

Respecto a la pertinencia de los motores narrativos, hay que señalar que no han cumplido a cabalidad la función para la que fueron creados. Los usuarios realmente no los están tomando en cuenta para crear sus entradas. La mayoría de ellos simplemente han publicado lo que mejor les parece, sin intenciones de producir narraciones elaboradas específicamente para las temáticas propuestas por la plataforma. Se supone que los motores constituirían un conjunto de pautas e incentivos enunciados previamente para impulsar la narración, pero hasta el momento han sido ignorados. Probablemente, fue un error tratar de clasificar las entradas de los usuarios en categorías tan cerradas que limitan la libre creación. No fue buena idea empezar por imponer estos temas para narrar, ya que los usuarios han ejercido la facultad de publicar libremente sus productos, motivados por un interés propio y espontáneo. La intención inicial de clasificar y organizar las narraciones fue válida al principio, pero se diluyó en medio de la emoción de los usuarios ante la posibilidad de publicar lo que desean.

Es por esto que últimamente todas las narraciones se alojan en el motor Minificciones. Es el que cuenta con más narraciones porque permite la posibilidad de reunir todas las que se salen de las pautas establecidas en los otros motores. Cuando el usuario se registra formalmente en el sistema e ingresa en la opción “narrar entrada”, crea el producto que desea publicar, pero al intentar buscar un motor para ubicarlo, se da cuenta que las opciones ofrecidas son limitadas. No encuentra un criterio lo suficientemente satisfactorio para clasificar su entrada, así que opta por no marcar ninguna de las casillas posibles. En estos casos el sistema automáticamente pone estas narraciones dentro del motor de Minificciones. Esta es una circunstancia técnica que explica la gran cantidad de narraciones pertenecientes a este motor en comparación con los otros. Sin embargo, también hay usuarios que marcan la casilla de Minificciones por si mismos, al darse cuenta que es el único motor con un nombre mas o menos genérico.

Así mismo, se ha observado que dentro de los demás motores están siendo publicadas entradas que no tendrían porque estar allí. Por ejemplo, el día 30 de agosto de 2008, se publicó una entrada titulada *Última luz de agosto*, ubicada en el motor Mudanza. No es clara la razón por la cual esta narración aparece allí ni por qué el autor tomó esta decisión, siendo que aparentemente no tiene nada que ver con la temática propuesta. Este es un poema corto que podría estar perfectamente en Minificciones al igual que otras narraciones que se han ubicado ahí. Esto es un indicio que pone en duda la utilidad y la pertinencia de los motores de narración. Es así como se ha visto que los usuarios no los utilizan o los utilizan inadecuadamente. Tal parece que estos motores tienden a desaparecer a menos que se replantee el motivo y la utilidad de su existencia.

2.2.3.2 Narraciones periódicas

Un fenómeno que se ha desarrollado es la modalidad de publicación de historias por entregas. Son narraciones de frecuencia periódica que siguen un hilo conductor. Generan una especie de dinámica de expectativa muy interesante que alerta a los usuarios y los mantiene enganchados. Si el lector se siente atraído por la historia, seguramente estará pendiente de la próxima publicación. Este proceso es positivo para la plataforma, ya que asegura la visita constante de usuarios, y además ayuda a construir esa noción de comunidad activa que se pretende fomentar, que comparte el interés por la literatura y la narración. Otro aspecto destacable, es que este tipo de publicación, suele inspirar a otros usuarios que empiezan a crear contenidos y a participar activamente dentro de la página, inspirados por esta atractiva dinámica.

Por ejemplo, una historia titulada *El Hada verde (novela de artistas)*, aprovecha esta herramienta de continuidad en el tiempo para realizar la publicación. Sus protagonistas son dos poetas que vagan por la ciudad intentando sobrevivir a las adversidades de la vida y de su arte. El día 3 de septiembre de 2008 se publicó la primera entrega, y el día 3 de octubre se conoció la cuarta entrega con promesa de continuación. A continuación el primer apartado:

Ahora escucho una voz que me lee un poema que parece de otra vida. No se si un paraíso, un nirvana, o alguna de esas ensoñaciones desconocidas. Un bosque encerrado en un cubo de papel que cabe en la palma de mi mano. Es el parque, que ahora está soleado, entre calles y avenidas, en el corazón de la ciudad.

A veces me pongo a pensar cómo existen personas con verdadero espíritu de artistas. Construyen mundos con palabras, imágenes, sonidos. Y estos mundos que a veces no sólo son terrestres, sino universos celestes y constelados, también tienen submundos, sótanos, espacios clandestinos, donde vive el monstruo que encierra en sí mismo el artista.

Lo observo y le hablo a mi amigo, el artista. Es una persona común y corriente. Lo único que lo hace diferente es su mirada de animal nocturno, su talento para descifrar la luz de la luna. De esta manera hace su arte: poemas más para ser escuchados que leídos, poemas sensoriales, que puedan ser entendidos por el cliente estándar del Bar EL HADA VERDE.

En la última noche que pasamos allá, los poemas que se leyeron fueron muy buenos, despertaron mucha alegría en los clientes del Bar. No hubo ninguna advertencia, nada acartonado, como es la práctica de los poetas cortesanos de esta ciudad. Estaba tocando un grupo de Rock, y desde el interior de la música empezaron a salir estos versos:

Mientras en este bar
estamos todos reunidos
alrededor de una cerveza
nos miramos todos las caras
como descifrando
el color del alcohol

en la noche menstruante
el color de la música
(y ese beso que erizó tu piel)
nos unen
como un alcohol sagrado
en la boca del sexo

mira hacia tras
allá afuera
siete millones de almas vacías
mueren de hambre
por no tener un verso que alimente su esperanza

mientras tanto
nosotros aquí reunidos nos damos cuenta
que todos los colores son una sola música
que esta noche que vivimos
es una sola fiesta CONTINUARA... LA PRÓXIMA SEMANA

Ante esta primera entrega de esta narración, los usuarios muestran un alto nivel de receptividad. De hecho, los comentarios escritos empiezan a verse directamente influenciados por el contenido del texto. Un sujeto identificado como Julio R. Córdoba escribe un poema que pretende darle continuidad al de la narración. De este modo, se observa que *El hada verde* afectó directamente su proceso de creación, y logró generar un alto nivel de interés que demostró al escribir la frase “espero la próxima entrega”:

Septiembre 4th, 2008 at 2:21 pm

“Esta noche que vivimos es una sola fiesta”
que vemos como fiesta de disfraces
con el raro rojo que detiene
y con el verde que anuncia la inminente fuga
del silencio
de aquellos que no tuvieron voces
casi que ni el ¡ay! al sufrir la puñalada
¡vamos!
adelante tú que tienes la palabra
desde mi claustro resucitar veré

Oye, espero la siguiente entrega

Otro caso interesante se dio el día 28 de agosto de 2008, cuando se publicó una narración titulada *Solo la luna sospecha la verdad*. Era una entrada muy sencilla que tan solo contenía una fotografía acompañada de dos versos:

Sólo la luna sospecha la verdad.

Y es que el hombre no existe.

Esta narración solo se compone de dos líneas, es mucho mas corta que cualquier otra publicación, y sin embargo, despertó el interés de otros usuarios, ya que generó un proceso de creación colectiva por medio de los comentarios. Los lectores crearon sus propios versos para darle continuidad al poema, forjando así una dinámica de *cadáver exquisito*. De hecho, en este caso el Minichat jugó un papel muy importante, ya que fue por medio de este, que los lectores entendieron la invitación para continuar el poema:

niordel : [«link»](#) poema de Vicente Aleixandre empieza así: "Sólo la luna sabe la verdad. Y es que el hombre no existe." ¿Cómo podría continuar el poema?...

Es así como se logra establecer un proceso activo de aportación y colaboración entre quienes visitan Narratopedia con frecuencia. Se estableció un parámetro concreto que invita a la creación. Con el pasar de los días, los usuarios escribieron sus aportes y finalmente el 16 de septiembre, otro anuncio apareció en el Minichat de la página:

niordel: Listo el instinto del juego con Aleixandre, miren la entrada: Solo la luna sospecha la verdad II

El texto era el resultado final del juego propuesto, donde se reunían los aportes de los participantes. El poema fue construido colectivamente, gracias a la intervención de un grupo de personas motivadas por la creación literaria:

Sólo la luna sospecha la verdad.

Y es que el hombre no existe.

Es un fantasma de una realidad ulterior
su mundo es como un espejo;
puede ver lo que refleja
pero no lo que es

es tan solo un aire,
un intento fallido de locación de memoria
en las estructuras más profundas de la matriz.

Acaso ignoras la volición individual de tus cavilaciones? acaso el mundo se olvido de quien es la culpa cuando nos introducimos en la despiadada osadía de pensar y, retratar dichas sospechas en palabras?...quien nunca se ha entendido ha si mismo corre el riesgo de olvidar los atropellos de su estirpe...

Gracias a todos los que participaron en esta imaginación común, a Hilda y Henry por no sólo celebrar, sino llamarnos a ver los errores, porque la sangre que corre dentro nuestro es ciega y sólo sabemos por nuestra fuerza que nos hace palpar. Ver que sus flujos se atascan es algo que bien saben notar los demás.

Niordel.

Esto confirma que se alcanzó a cumplir momentáneamente uno de los objetivos utópicos de Narratopedia, lograr una verdadera dinámica de interacción y comunicación en la que se involucren activamente los participantes.

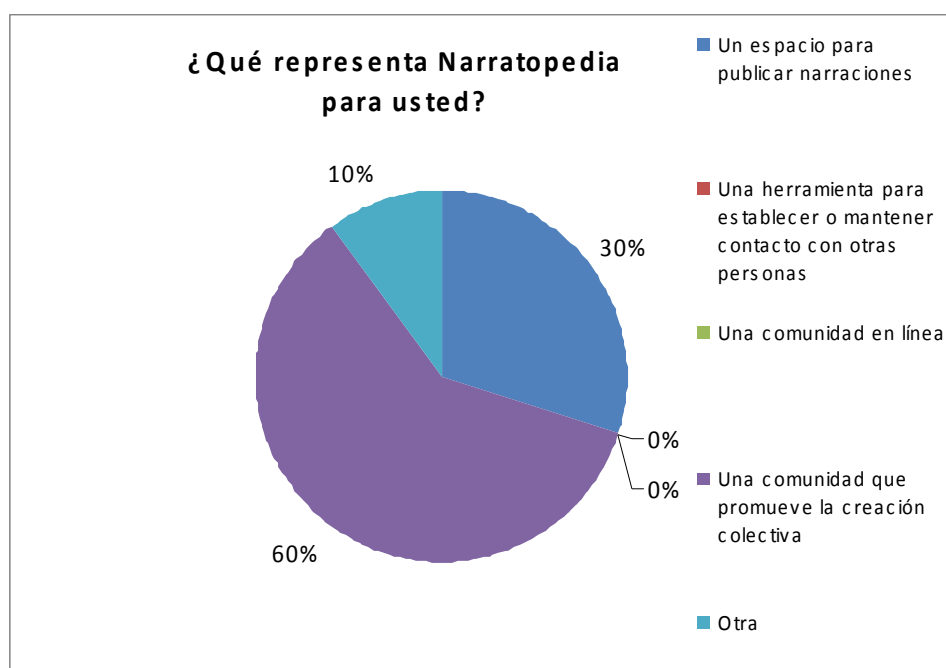
El proceso fue dirigido por un sujeto identificado como Niordel, quien se encargó de publicar la primera entrada con las dos frases iniciales, y después recogió los aportes de los demás, selecciono los más valiosos y los utilizó para ampliar el poema. Este participante cumplió la función de moderador, se apropió del rol de líder de opinión, que toma el liderazgo y utiliza su poder de influencia para construir un resultado final. Gracias a la intervención de sujetos como él, las redes virtuales se enriquecen y adquieren un sentido compartido de comunidad. Este tipo de actitud dinámica es muy importante ya que alimenta los grupos sociales y los mantiene vivos.

Después de esta experiencia en particular se demostró que Narratopedia es un espacio donde sí se puede crear un verdadero proceso de creación colectiva en línea en torno a parámetros establecidos. Los usuarios empiezan a ser conscientes de las nuevas posibilidades de interacción social que tienen al alcance. De hecho, se están dando

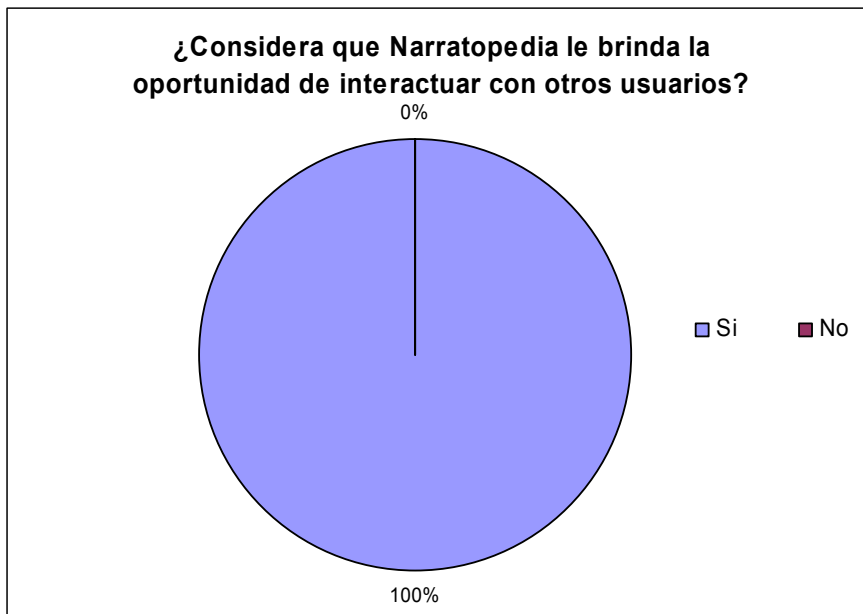
cuenta de la importancia de la colaboración mutua, y seguramente alguien seguirá el ejemplo de Niordel e iniciará otro juego similar que pretenda aprovechar el fruto del trabajo en equipo.

2.3 Resultados de aplicación de encuesta sobre Narratopedia

Se aplicó una encuesta (ver anexo 1) a 10 usuarios altamente activos de Narratopedia. Durante la observación se seleccionaron los usuarios que publicaron el mayor número de narraciones y comentarios, a quienes se les pidió que respondieran un breve cuestionario. Las preguntas se elaboraron a partir de los interrogantes que surgieron durante el proceso de observación. Los resultados fueron:



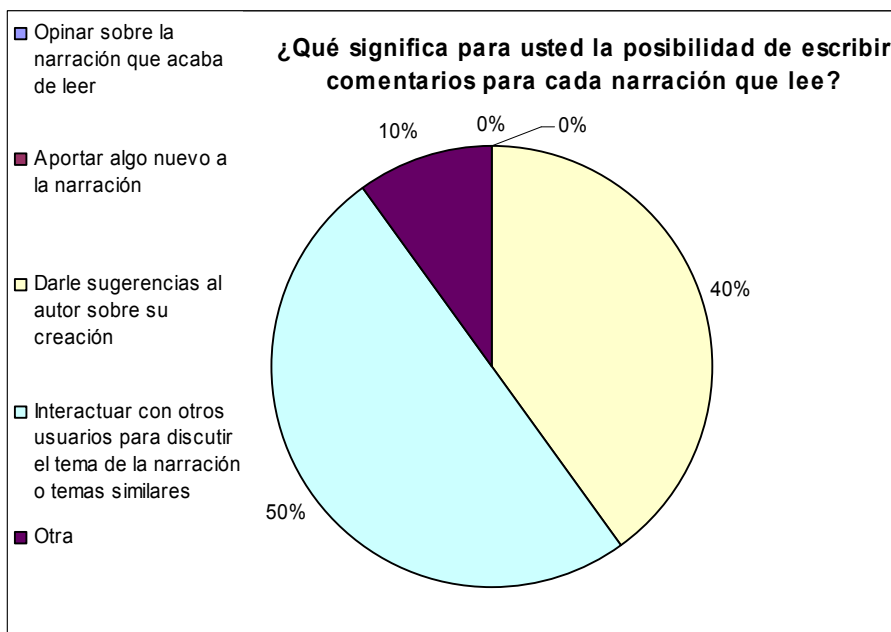
La mayoría de usuarios toman a Narratopedia como una herramienta que más allá de permitirles publicar narraciones, promueve la creación colectiva. Para ellos, Narratopedia no es solo un tablero en blanco donde pueden desahogarse y publicar lo que antes no habían podido. Esa sería tan solo una función primaria, ya que lo verdaderamente importante de Narratopedia, es la posibilidad que brinda para crear colectivamente. Es interesante ver como esa percepción permanece latente en la mente de los usuarios, aunque hasta el momento el proceso de creación colectiva en Narratopedia no ha sido realmente aprovechado. Sin embargo, los usuarios entienden que la verdadera característica que hace valiosa a Narratopedia, es la posibilidad de crear grupalmente. Otras características como la oportunidad de construir una comunidad en línea y establecer y mantener contacto con otras personas, son secundarias frente al objetivo principal de creación conjunta que atrae al público.



Todos los sujetos encuestados están de acuerdo en que Narratopedia brinda la oportunidad de interactuar con otros usuarios. Aunque ellos saben claramente que el objetivo principal de Narratopedia no es fomentar la interacción social virtual, si consideran que es un espacio efectivo para desarrollarla. Ya se confirmó que los usuarios perciben a Narratopedia como un espacio que fomenta la creación colectiva. Esta actividad implica inevitablemente situaciones concretas de interacción entre los usuarios, de hecho, fomenta un nivel de interacción muy particular que va más allá de simples correspondencias de mensajes o conversaciones en línea.



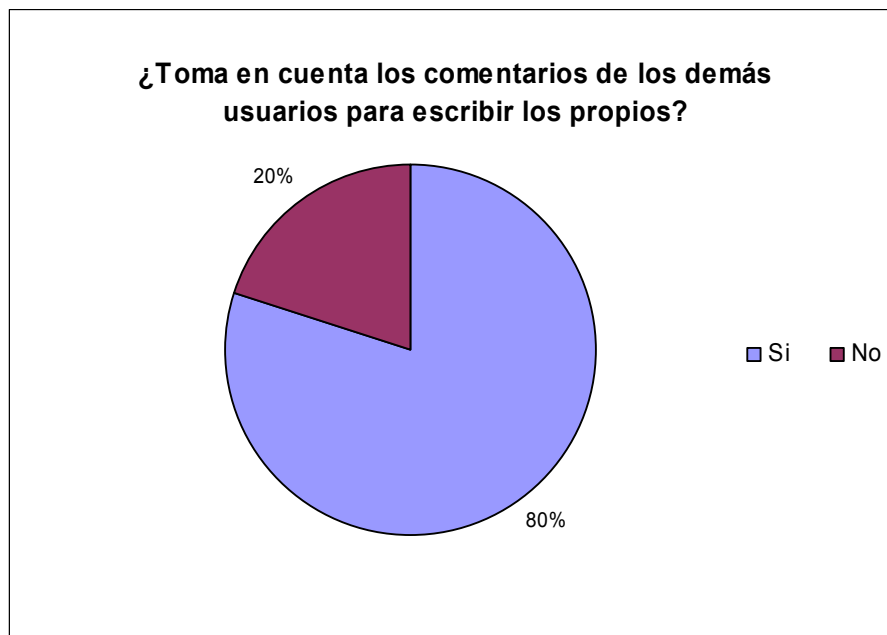
El 90% de los encuestados cree que Narratopedia es un espacio que fomenta la construcción de una comunidad. Esto implica un sentido de pertenencia y afecto hacia el grupo de narradores que Narratopedia ha convocado. Los usuarios se sienten vinculados a la página, un factor positivo que beneficiaría alcanzar el objetivo de crear una comunidad de práctica y aprendizaje. Ellos sienten la sensación compartida de ser parte de un grupo virtual que tiene en común el interés por la narración.



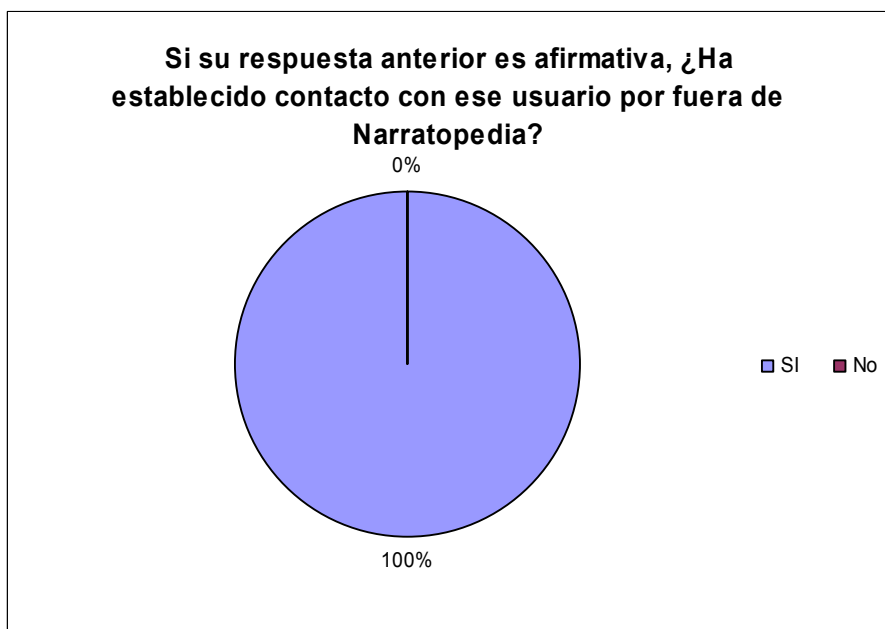
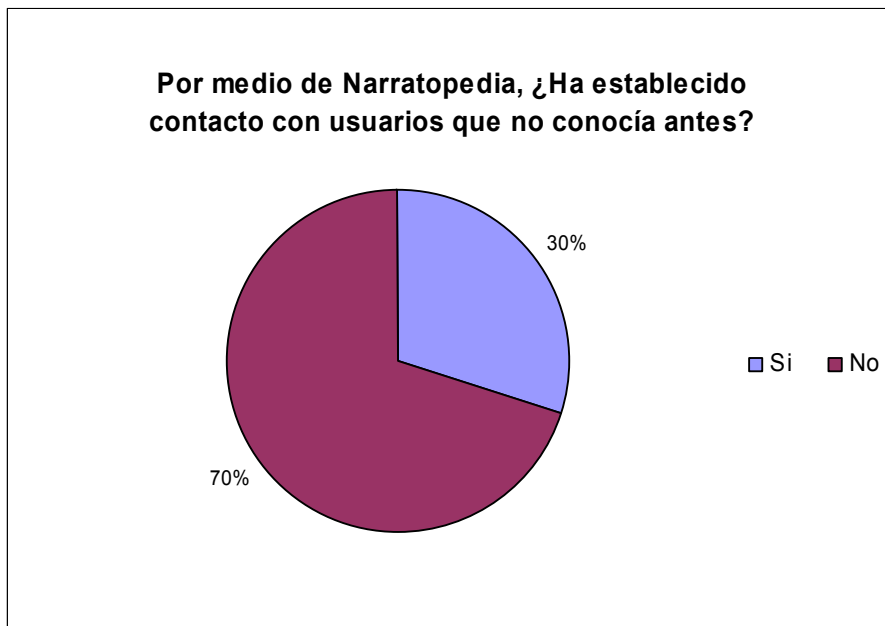
La mitad de los encuestados considera que escribir comentarios para cada narración leída, implica la posibilidad de interactuar con otros usuarios para discutir con ellos el tema de la narración o temas similares. Este resultado contradice la idea inicial, sobre el objetivo de los comentarios. Se suponía que la función principal de los comentarios era permitir que los narradores opinaran sobre las publicaciones, pero ninguno de los encuestados lo considera así. Al contrario, los usuarios le dan un significado mucho más complejo, que se refiere directamente a la interacción con otros sujetos. Es interesante ver que para ellos el hecho de escribir comentarios representa la posibilidad explícita de entrar en contacto los demás.

En segundo lugar aparece la opción *darle sugerencias al autor*, que en realidad, es una forma de interacción. De este modo, los comentarios se constituyen como un mecanismo significativo de retroalimentación, que ayuda al autor a mejorar o ampliar su creación. Se presenta una dinámica de colaboración, donde los lectores alimentan las

narraciones con sus opiniones. Sin embargo, este papel de colaboración aun no es tan activo como se esperaría, ya que tan solo un usuario dijo que utiliza los comentarios para aportar algo nuevo a la narración. Por esto, la creación colectiva aun se ve limitada, ya que la posibilidad de agregar contenido a las narraciones escritas por los demás, no tiene tanta acogida.

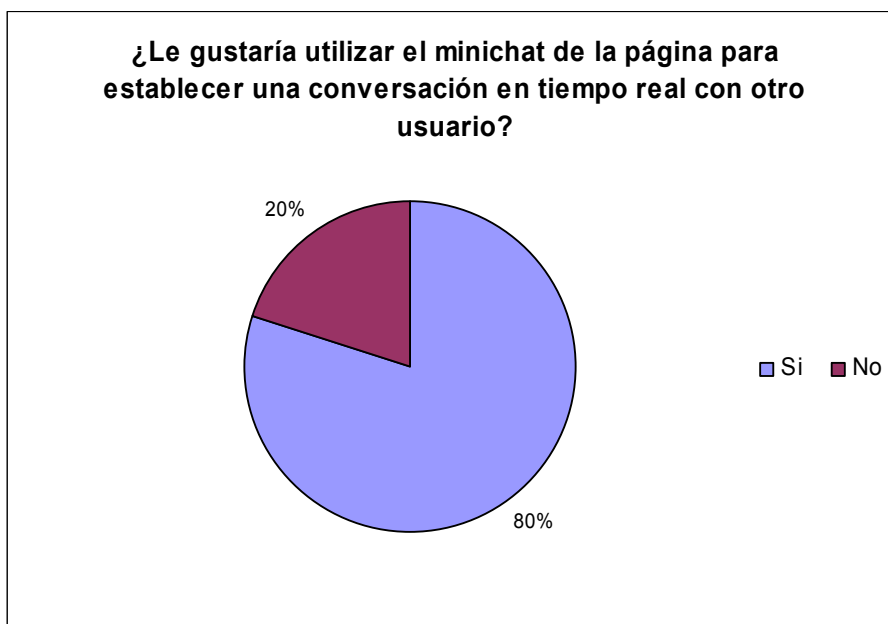


El 80% de los usuarios toma en cuenta los comentarios de los demás usuarios para escribir los propios. Es decir, cuando leen una narración primero observan lo que han comentado los otros lectores, para tomarlo como punto de partida. Al tener en cuenta lo que opinan los demás, se esta respondiendo a un estímulo. Los comentarios no surgen de la nada, nacen a partir de una acción. De este modo, la mayoría de los usuarios utilizan los comentarios para responder a lo que otros han escrito, lo que fomenta una dinámica de discusión y debate.

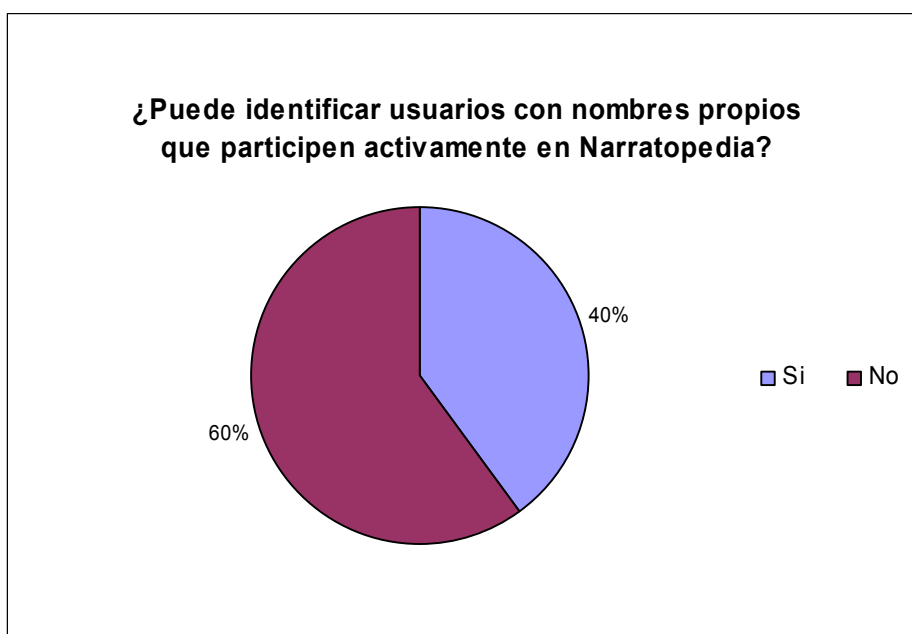


70% de los usuarios afirma no haber establecido contacto con usuarios que no conocía antes por medio de Narratopedia. En un principio se pensó que Narratopedia funcionaría como un puente para que los usuarios conozcan personas nuevas y entren en contacto con ellas. Esta es una característica típica de las redes sociales que supuestamente estaría presente en la página. Pero este resultado demuestra lo contrario. Según los usuarios, Narratopedia es un espacio que permite interactuar con los demás, pero no hasta el punto de fomentar la construcción de nuevas relaciones. Solo tres personas afirmaron haber establecido contacto con sujetos que conocieron por medio de Narratopedia. A ellos se les pidió que especificaran si ese contacto fue solo virtual o si

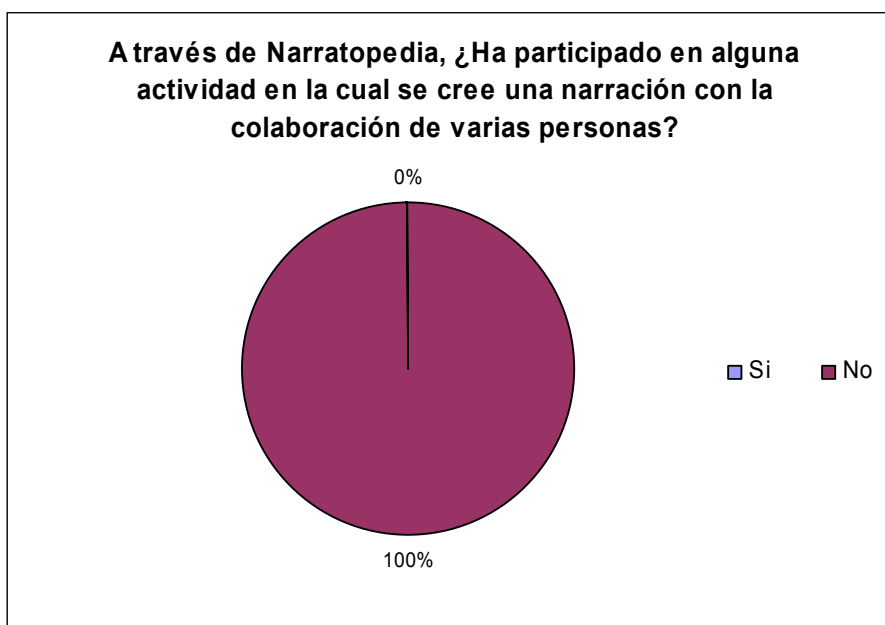
alcanzo el ámbito presencial. Dos de ellos dijeron que ese contacto fue solo on-line, y uno dijo que el contacto fue también cara a cara.



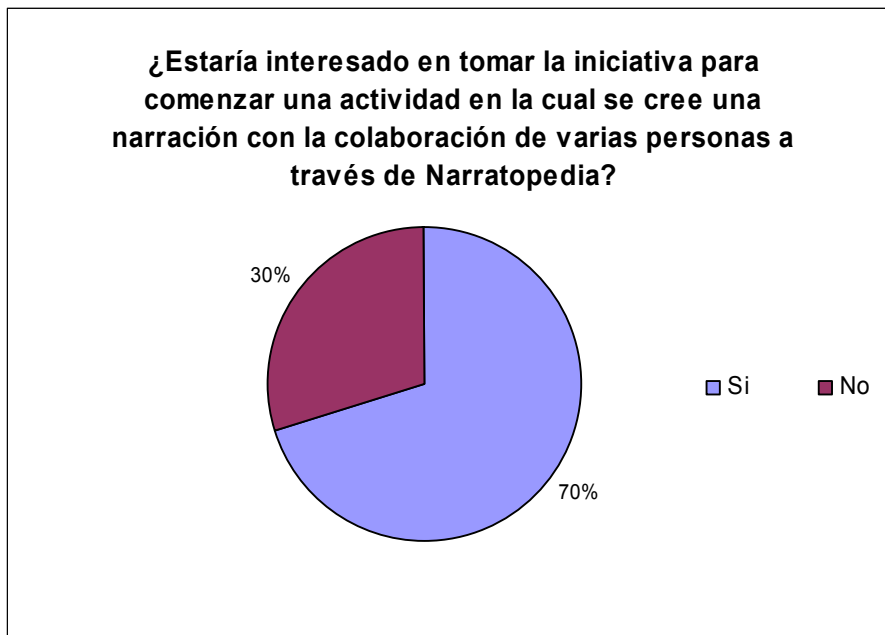
80% afirmó que les gustaría utilizar el Minichat de la página para establecer una conversación en tiempo real con otro usuario. Actualmente, el Minichat funciona como un tablero de avisos clasificados, mas no como una herramienta que permita establecer una comunicación sincrónica. Este resultado pone fin a las dudas respecto a si la gente realmente apreciaría esta herramienta. Esta sería una necesidad latente, la mayoría de usuarios estarían interesados en utilizar el Minichat para hablar en línea, así que los desarrolladores de la página deberían pensar en llenar ese vacío.



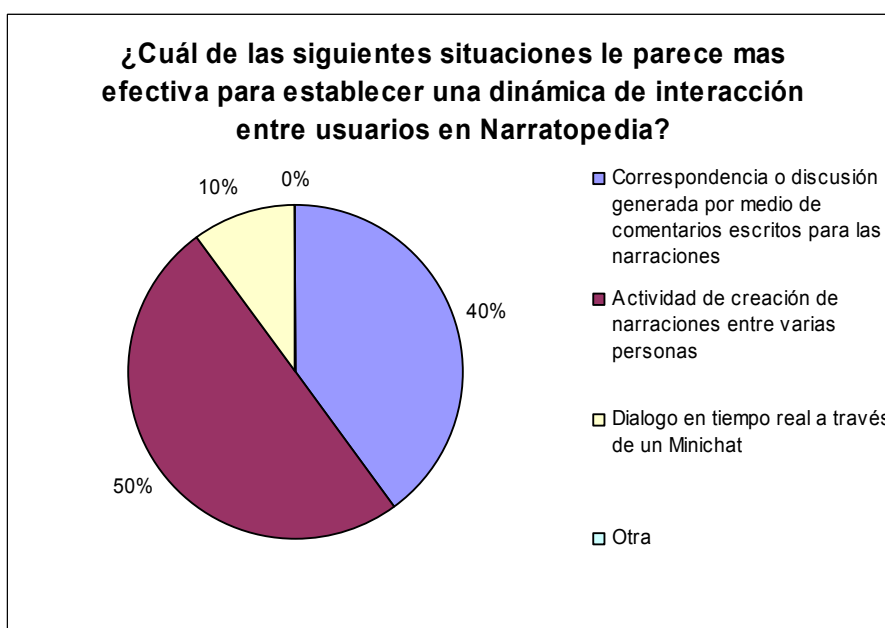
La mayoría de usuarios aun no logra identificar sujetos participantes en Narratopedia con nombres propios. Este resultado desvanece un poco la concepción de que Narratopedia esta fomentando la formación de una comunidad virtual. Aunque la gente siente que sí se esta logrando este objetivo, el hecho de que no exista mutuo reconocimiento indica falencias dentro de la supuesta comunidad que se esta creando. Sería un grupo de sujetos anónimos, donde las identidades son difusas y se dificulta el reconocimiento de los pares. Sin embargo, un significativo 40% dijo afirmar que si puede reconocer con nombres propios algunos sujetos que participan activamente dentro de Narratopedia. A ellos se les pidió que mencionaran los nombres que recordaban. Los nombres corresponden a los sujetos más activos, quienes han publicado la mayor cantidad de entradas y comentarios: Hilda Romero, Omar Vega y Julio R. Córdoba



Todos los encuestados dijeron que no han participado en ninguna actividad en la cual se cree una narración con la colaboración de varias personas. Es por esto que se considera que en Narratopedia aun no se ha desarrollado por completo la actividad de creación colectiva. Esto es contradictorio si se tiene en cuenta que la mayoría de los encuestados afirmó que para ellos narratopedia es un espacio que fomenta la creación colectiva. Considerando que la creación a varias manos es el objetivo principal de esta página, el hecho de no haberlo logrado de manera satisfactoria es una gran falencia. Los siguientes esfuerzos de mejoramiento de la plataforma deberían encaminarse hacia solucionar esta situación.



El 70% de los encuestados manifestó estar interesado en tomar la iniciativa para comenzar una actividad en la cual se cree una narración con la colaboración de varias personas en Narratopedia. Esto demuestra el interés de los usuarios por iniciar una dinámica de creación colectiva. Siendo esta la característica que los usuarios identifican como la más importante de Narratopedia, el interés por ejercer esta actividad es evidente. Este resultado le da una pauta a los desarrolladores de Narratopedia que deben explotar esta actividad, para satisfacer esta necesidad del público. Incluso, ellos podrían ayudar al completo desarrollo de este objetivo, pero para eso es indispensable que la plataforma se los permita, lo que aun no ha sucedido.



Nuevamente se confirma la importancia que tiene la figura de la creación colectiva para Narratopedia. La mitad de los encuestados afirmó que la situación más efectiva para establecer una dinámica de interacción entre usuarios en esta página, es la actividad de creación de narraciones entre varias personas. El dialogo en tiempo real, aunque también se considera importante, tuvo menor acogida debido a que la característica que verdaderamente atrae a los usuarios de Narratopedia, es la creación colectiva. Los comentarios o discusión generada por medio de comentarios escritos para las narraciones fue la segunda opción marcada, con un 40%. Esto evidencia la importancia de la retroalimentación y debate que se genera en Narratopedia y que tiene gran acogida entre los usuarios.*

* Ver la síntesis de los resultados de esta encuesta en las conclusiones.

3. Facebook. La interacción social virtual por medio del exhibicionismo

3.1 Definiendo Facebook

Fundada en febrero de 2004, Facebook es una herramienta social que ayuda a las personas a comunicarse de manera más eficiente con sus amigos, familiares y compañeros de trabajo. La empresa desarrolla tecnologías que facilitan el intercambio de información a través de la cartografía digital de las conexiones sociales en el mundo real de la gente. Cualquier persona puede inscribirse en Facebook e interactuar en un entorno de confianza con la gente que conoce. Facebook es parte de la vida de millones de personas en todo el mundo. Es una empresa privada y tiene su sede en Palo Alto, California.

Tomado de Sala de prensa en www.facebook.com

Facebook es la red social más popular en el mundo. Actualmente cuenta con más de 130 millones de usuarios activos, y es la cuarta página Web más visitada. Sin duda, ha sido un éxito mundial de grandes proporciones. El creador de este fenómeno es un joven llamado Mark Zuckerberg, un estudiante de la Universidad de Harvard, quien en 2004 inició este proyecto como un pasatiempo que serviría para mantenerse conectado con sus compañeros de clase. Muy pronto Harvard se vio invadida por este fenómeno, que en poco tiempo se extendió a Stanford y Yale. Inicialmente llamado *thefacebook*, se convirtió en la red social oficial de las universidades estadounidenses. Ante el asombroso crecimiento de la página, Zuckerberg se asoció con dos compañeros, Dustin Moskovitz y Chris Hughes, para dedicar tiempo completo a la expansión de su proyecto. En 2005 se adquirió el dominio facebook.com por 200.000 dólares, y ahora esta disponible para cualquier persona.

El fenómeno se espació mundialmente en poco tiempo, pero seguramente ni el propio Zuckerberg se habría imaginado que Colombia se convertiría en el país iberoamericano con el mayor número de usuarios: “Con 2,7 millones de personas inscritas, Colombia es el país número uno de Iberoamérica en usuarios de Facebook, una de las redes sociales más populares en Internet. Colombia supera a México, España y Brasil, países que tienen mayor población y penetración en los servicios de banda ancha. El dato fue revelado por Andrew Lipsman, analista de la firma *ComScore*, justo cuando Facebook presentó su nueva apariencia ante sus cibernautas.” (eltiempo.com, 2008, 16 de agosto)

Efectivamente, Facebook ha penetrado en la vida de millones de colombianos, incluso, en la vida de quienes no están inscritos en la página. Es de tema de conversación obligado y ha modificado la forma como se concebían las relaciones sociales. Mas allá de la posibilidad de mantenerse en contacto con amigos y compartir fotografías, esta herramienta se consolida como el espacio virtual que ayuda a fortalecer las relaciones sociales existentes, a establecer contacto con personas que no conocíamos, pero sobretodo, a hacerse visible y a reconocer la presencia de los otros.

En el universo de Facebook flota mucha información personal que se hace pública con tan solo un clic. Cada usuario expone valiosos datos sobre su vida privada y crea un entorno muy tentador que alimenta la morbosidad colectiva. En Facebook la curiosidad es un impulso muy importante que aumenta la ansiedad por consumir más y más información sobre la vida de quienes nos rodean. Allí se presenta un tipo de interacción social que se posibilita gracias a la información compartida. Todo lo que se publica constituye un medio para interactuar con los demás.

Facebook ofrece los típicos servicios de cualquier red social: posibilidad de crear un perfil personal, lista de amigos, espacio para escribir mensajes, y publicar fotografías. Pero esta herramienta se diferencia de la competencia, entre otras características, por su Chat. Esta herramienta nueva que le permite a los usuarios establecer una conversación textual en tiempo real con otros sujetos, agrega un nivel superior de interacción, y de este modo, permite estrechar aun mas los lazos entre los usuarios. Sin embargo, hasta el momento este Chat no ha ofrecido algo diferente en comparación con otros servicios de mensajería instantánea. En esta área, Messenger sigue siendo el más utilizado, aunque no sería una sorpresa que el Chat de Facebook le robe usuarios a este popular servicio de mensajería instantánea.

La posibilidad de montar aplicaciones sobre la plataforma de Facebook, es otra característica única que le ha dado muchas oportunidades a los programadores y desarrolladores Web. Subir aplicaciones en facebook resulta tan sencillo, que actualmente hay disponibles más de 52.000. Cada día son agregadas más de 140 nuevas aplicaciones. Más del 95% por ciento de los usuarios de Facebook han usado por lo menos una aplicación. Estas comprenden toda clase de juegos, actividades, tests, herramientas para enviar y recibir contenido multimedia, mensajes interactivos, entre

miles más. Según *insidefacebook.com*, la aplicación con mayor cantidad de usuarios es *FunWall*, que cuenta con 20.118.141 usuarios activos, seguida de *Top Friends* con 14.596.883 usuarios, *Super Wall* con 11.402.502, *Bumper Sticker* con 9.437.553, *Movies* con 5.872.086, y la lista continua.

Hay aplicaciones para todos los gustos, por ejemplo, *FunWall* es una versión mejorada del tradicional Wall (muro), que permite mandarle a los amigos dibujos, fotos, regalos virtuales, videos, graffities, links, y hasta fowards (cadenas). *Super Wall* es muy similar, solo que además permite mandar música, tarjetas, y una variedad más amplia de regalos virtuales. *Top Friends* permite ordenar los amigos según su importancia, y enviarles mensajes y obsequios virtuales. *Bumper Sticker* permite crear calcomanías para personalizar el perfil o enviarlas a los amigos. *Movies* es una aplicación sobre películas que muestra reseñas sobre las más populares, permite darle una calificación a cada una, muestra el ranking de las mejor calificadas, y además tiene varios tests para probar los conocimientos sobre algún tema cinematográfico en particular.

Ante tal variedad de actividades y juegos, Facebook se ha convertido en un espacio que fomenta el ocio y el entretenimiento banal. Ha sido muy criticado porque es un potente distractor. Sin duda, hay muchas aplicaciones inútiles y basura virtual que se traducen en múltiples correos innecesarios y alertas que a pocos interesan. Las posibilidades de que Facebook tenga utilidad profesional o académica, se desvanecen en medio de tantas actividades vacías. Sin embargo, aunque la proliferación de aplicaciones implique un gran volumen de información inútil y un evidente desperdicio de tiempo, crean escenarios de interacción social virtual únicos que hasta ahora están siendo apreciados. Son nuevos tipos de comunicación que trascienden la simple conversación, o la correspondencia de mensajes. No es lo mismo enviar un correo electrónico tradicional, que un mensaje con imágenes, un video, una caja de chocolates virtuales, y una canción disponible para descargar. Así se establecen vínculos comunicativos más ricos en contenido, y por lo tanto, más profundos. Igualmente, los diversos juegos y tests, siempre están acompañados de la opción de compararse con los amigos, de ver quien es el mejor, a quien hay que superar o quien tiene resultados iguales a los propios. La presencia de los demás siempre está allí, como si lo emocionante de participar en estas actividades fuera el hecho de que ellos lo vean.

Nadie desconoce el enorme poder que ha adquirido Facebook. Lo hemos visto entrar en nuestra vida diaria, afectar nuestras relaciones interpersonales, cambiar la forma como interactuamos con los demás en la cotidianidad, alterar los lazos y relaciones que tenemos con los demás, e incluso, inmiscuirse en temas relevantes de la sociedad, política, la economía y la cultura. Un ejemplo de esto se vio el lunes 4 de febrero de 2008, cuando millones de colombianos salieron a marchar en todo el país contra las FARC. Ese día se vio la congregación mas grande de de gente que hayamos visto. Fue un fenómeno social sin precedentes. Lo más increíble, es que semejante movimiento fue convocado en Facebook. Una tímida iniciativa en este pagina, se convirtió en el detonante perfecto para generar tal acontecimiento. Nunca antes se había volcando tanta gente a la calle con semejante devoción para protestar y hacer sentir su inconformidad. Así se demostró que facebook puede llegar a tener un asombroso poder de convocatoria y que se ha vuelto un elemento muy influyente en nuestras vidas. Fuimos testigos de una revolución mediática que esparció la información como si fuera pólvora.

3.1.1 ¿Por qué Facebook?

Facebook se ha convertido en todo un fenómeno de proporciones asombrosas. Ha entrado en nuestras vidas, en nuestra intimidad, e incluso, ha sobrepasado el ámbito virtual, para influir en la vida presencial. Representa una revolución en la forma como nos comunicamos e interactuamos en la Web. Ha llegado al punto de ser un boom mediático, tema de conversación acostumbrada y escenario que reúne a millones de personas alrededor del mundo con ansias de compartir y socializar. Es una de las paginas Web mas visitadas, solo superada por *Google* y *Hotmail*. Además, es muy importante que Colombia sea el país iberoamericano con el mayor número de usuarios registrados, por encima de países con mayor población y mayores posibilidades de conexión, como España, México y Brasil. Sin duda, Facebook ha demostrado ser una herramienta sumamente influyente en la sociedad, que produce movimientos sociales significativos como la marcha contra las FARC el 4 de febrero de 2008. Este es el ejemplo por excelencia de la Web 2.0, que promueve la completa intervención y participación, y fomenta el establecimiento de nuevas formas para comunicarnos e interactuar entre nosotros. La relevancia de Facebook se ve reflejada en nuestra vida diaria, permeando las esferas sociales, culturales, políticas y económicas. Como si fuera

poco, ha engendrado novedosas formas de entretenerse en línea, aprovechar los recursos multimedia, y democratizar las posibilidades de programación y diseño on-line.

3.2 Observación de Facebook

3.2.1 Acciones

3.2.1.1 Creando un perfil para mostrar

Uno de los mayores atractivos de Facebook, es que permite crear un perfil virtual para ser visto por los amigos agregados. Éste incluye información personal, fotos, videos, entre otras características interesantes que han renovado el concepto que se tenía sobre redes sociales. Más allá de la fotografía personal del perfil y de los datos bibliográficos que allí se almacenan, hay otro tipo de datos interesantes que revelan mucho del usuario. Por ejemplo, existe la posibilidad de especificar que tipo de relación afectiva se esta buscando. Las opciones presentadas son: amistad, salir con alguien, noviazgo y relación de trabajo. También está la opción de publicar las inclinaciones religiosas y políticas; el estado civil, ya sea soltero, casado, comprometido, en una relación informal, o la popular “es complicado”. Cualquiera que quiera divulgar todos los detalles de su vida privada puede hacerlo fácilmente, incluyendo teléfonos, dirección, información sobre su trabajo y estudio, defectos, cualidades, etc.

Una de las novedades que más ha llamado la atención es el *Wall* (muro) que le permite a los amigos del usuario, escribir comentarios e incluso agregar imágenes, regalos virtuales, canciones, etc. El Wall se ha convertido en parte fundamental del perfil, ya que cualquier usuario que visite el perfil de un amigo específico, leerá con atención los comentarios que han sido publicados. Esta sección dice mucho más de lo que se puede ver a simple vista. Al ver el Wall de un sujeto, se podría estar buscando información extra sobre su personalidad. Conocer qué le escriben los demás a un usuario, se constituye en un claro indicio para saber que tipo de persona es, cómo se comporta, cómo la perciben sus amigos, cuales son las actividades que más realiza, etc. Es casi como una actividad espía, que permite hacer injerencias de todo tipo. Por ejemplo, el siguiente mensaje apareció en el Wall de una usuaria identificada como Lina Vargas:

Diego Franco wrote at 5:36pm

Hola Linis, como la pasaste ayer? Espero que la comida te haya gustado, lastima que no nos alcanzó el tiempo para ir a la casa de tu prima Nata, pero menos mal si pudimos ir a cine como lo teníamos planeado. Aunque eso si, la peli no estuvo tan buena como pensamos, yo sabia que cualquier cosa que se llamara “viaje al centro de la tierra” no prometía nada espectacular. Pero bueno, no se te olvide que el lunes quedamos de ir a la oficina de mi tía para recoger los planos para la maqueta. Un beso, yo te llamo a la casa.

El mensaje anterior, revela muchos detalles de la usuaria. A partir de este corto mensaje, una persona que no conozca a Lina, podrá deducir mucha información explicita que aparece allí. Después de leer estas líneas, se sabe que ella el día anterior al mensaje estuvo con un sujeto llamado Diego Franco; que estuvieron comiendo; que ella tiene una prima de nombre Natalia, a la cual pensaban visitar pero no pudieron; que la usuaria y Diego fueron a cine, e incluso, se puede determinar cual película vieron, y que además no les gustó. Como si fuera poco, también se sabe que el lunes ellos van a ir la oficina de una tía de él, por unos planos para una maqueta, por lo que se puede deducir que estudian arquitectura o una carrera similar. Y toda esta información se adquirió con solo leer dicho mensaje. Situaciones como esta, se están presentado en Facebook a diario, donde millones de mensajes se escriben permanentemente, con valiosa información que deja ver muchos datos clave sobre la vida de alguien. Es como si la vida privada de los usuarios se pusiera en una pecera, donde todos son libres husmear. Es así como lo privado se hace publico, en medio de una especie de feria del chisme.

Allí en el Wall también aparecen notificaciones sobre lo que ha hecho recientemente el usuario. Todas las últimas acciones, aparecen automáticamente en su perfil. Claro que el usuario siempre tiene la opción de borrar estas notificaciones, o de entrar a la sección de Privacidad para evitar que aparezcan. Como sea, la estructura de Facebook esta diseñada para divulgar todo lo que se hace dentro de la página, ya sea si el usuario se hizo amigo de alguien recientemente, si se unió a un grupo o club de fans, si aparece en una foto, si escribió un comentario en alguna foto o Wall, si estuvo jugando uno de los tantos juegos que rondan la pagina, entre otras miles de opciones.

3.2.1.2 Noticias en el home

Facebook ofrece diferentes estrategias para publicar y consumir información, especialmente de índole personal. Una de las características más importantes de esta herramienta, es que le permite al usuario estar informado sobre todas las acciones que

hacen sus amigos. El *News feed* es una función que envía alertas a cada usuario cuando cualquiera de sus amigos realiza cualquier movimiento dentro de Facebook. Por ejemplo, cuando alguien actualiza su *Status* (estado), es decir, escribe un mensaje describiendo la actividad que esta haciendo en ese momento. Dichas notificaciones también se presentan cuando alguien escribe un mensaje en el *Wall* (muro) de otro usuario, confirma su asistencia a un evento programado, agrega a su lista de amigos a otra persona, publica un foto propia, se une a un grupo o club de fans, cambia su foto de perfil recientemente, escribe un comentario en la foto de otro usuario, e incluso, cuando alguien ha iniciado o terminado una relación amorosa. Esta función, representativa de la Web 2.0, se ha denominado *Sindicación de contenidos (RSS o Feed)*. Fernández (2005) la definió como “Tecnología que facilita la rápida difusión de los contenidos, favoreciendo el intercambio de información y las conversaciones entre usuarios de una misma comunidad.”

En Facebook, esta información se almacena directamente en el *News feed*, ubicado en la cuenta personal de cada usuario. Es clara la intención de que el usuario conozca cada movimiento que hacen sus amigos en Facebook. Esta función podría considerarse como una forma de interacción social pasiva, ya que aunque no se establece un contacto directo con los demás usuarios en tiempo real, se esta entablando una relación comunicativa asincrónica, que permite mantener cierto contacto. Estas noticias que llegan a la cuenta personal del usuario, constituyen un vínculo activo con sus amigos, que promueven la interacción y aumentan la cercanía afectiva.

Sin embargo, tanta información en la cuenta personal del usuario puede llegar a ser agobiante. Cornella (2002) introduce el concepto de *Infoxicación* (intoxicación de información), que se refiere a la sobresaturación de información, que incluso puede provocar angustia en el usuario por sentirse incapaz para manejar tal flujo de datos: “Todo este fenómeno de multiplicación de la cantidad de información que existe en el mundo se ha venido a llamar la “explosión de la información”, aunque mas bien debería llamarse la “explosión de la desinformación: indigerible y confundidora.” La verdadera utilidad de las notificaciones del *Mini Feed* se pone en duda. Por esto Facebook ha establecido *Options for mini feeds* que le permite al usuario personalizar la cantidad de información que llega a su cuenta, estableciendo una jerarquía:

“Drag these sliders up or down to indicate which types of stories you'd like to see more or less often in comparison to one another. These preferences will take effect the next time you get new stories. To control which stories your friends see, use the [Privacy](#) page.

You can select up to 77 friends that you find interesting. You will get News Feed stories about these people more frequently.

You can select up to 77 friends that you prefer not to see in your News Feed. You will only get stories about these people if nothing else is available.”

De este modo, el usuario escoge qué información llega a su cuenta, dándole prioridad a las noticias relacionadas con los amigos que mas le interesan, y reduciendo las noticias sobre quiénes no desea saber tanto. Esta opción no solo ejerce un control sobre la información que el usuario desea consumir, sino que establece una jerarquía entre los amigos que considera más cercanos e importantes, y por lo tanto, con quienes pretende establecer un nivel de interacción mayor. Se entiende que existe una conexión más profunda con quienes el usuario ha escogido para recibir mas noticias. Dicha posibilidad hace parte de una característica fundamental de la Web 2.0: control para escoger la información que se quiere consumir.

Por otro lado, el usuario también es informado cuando algún amigo actualiza su *Status*. La sección *Status update* se refiere a los estados de cada amigo, es decir a una breve descripción sobre la actividad que están haciendo en un momento determinado. Claro que esa herramienta es mas utilizada simplemente para escribir algún mensaje para lo que los demás vean, ya sea filosófico, humorístico, dramático, etc. Cumple la misma función del *Mensaje personal* de *Messenger*, que sirve para publicar cualquier frase de sentido personal con el objetivo de que los demás la lean. En esta sección, aparecen los estados actualizados recientemente, organizados del más nuevo al más antiguo. Lo interesante que estas frases aparentemente simples, suelen dejar al descubierto ciertas tendencias o inclinaciones propias de quien las escribe.

Por ejemplo, el 4 de noviembre de 2008 aparece en el estado de una usuaria el siguiente mensaje:

Marina García has donated her status to remind everyone to vote for John McCain today.

Donate your status: <http://causes.com/election/26602629>.

(Marina García ha donado su estado para recordarles a todos que voten por Jhon McCain hoy.

Done su estado: <http://causes.com/election/26602629>.)

Esta declaración hace clara referencia a las elecciones presidenciales para Estados Unidos. El enfrentamiento entre el candidato republicano Jhon McCain y el candidato demócrata Barack Obama, provocó este tipo de reacciones que se evidencian en Facebook. Es un reflejo de que esta página, más allá de una red social, se ha convertido en un medio para expresar ideologías y preferencias políticas, que se constituye fácilmente en una herramienta para demostrar abiertamente posiciones definidas. Pero pensando en la persona que esta detrás, ¿Qué se puede deducir de la usuaria a partir de esta acción? Esta publicación podría convertirse en un indicio para revelar su personalidad. Tomando en cuenta que Jhon McCain es un sujeto perteneciente a la corriente conservadora y tradicionalista de Estados Unidos, podría deducirse que esta usuaria tiene una corriente de pensamiento muy similar. Esta joven estaría apoyando no solo al candidato como tal, sino a los valores y a la ideología que representa. El hecho de apoyar abiertamente su candidatura refleja una total simpatía por él, y por lo tanto por todas las ideas que encarna. Es interesante ver como un acontecimiento que no pertenece directamente a nuestro país, motiva a una usuaria común a adoptar tal posición.

De hecho, esta acción también demuestra que Facebook es un espacio que responde a la actualidad social y a los acontecimientos de interés general que influyen en el funcionamiento de la sociedad y en la vida cotidiana de la gente. Aquí los hechos importantes se hacen presentes, dejan su huella marcada, e incluso afectan las interacciones entre los navegantes de este entorno virtual. Aproximadamente una hora y media antes de la publicación de Marina García, otra usuaria publica en su *Status*:

Camila Obando has donated their status to remind everyone to vote for Barack Obama today. Donate your status: <http://causes.com/election/6457852>.
(Camila Obando ha donado su estado para recordarles a todos que voten por Barak Obama hoy. Done su estado: <http://causes.com/election/6457852>.)

Es muy interesante ver cómo ideologías opuestas se encuentran en Facebook. Pareciera que Marina García le esta respondiendo a Camila Obando, aunque en realidad, ellas no están conectadas por medio de esta pagina. No se conocen, pero en ese día de elecciones americanas, ambas manifestaron claramente sus inclinaciones políticas, que resultaron ser opuestas. Facebook es entonces, un medio que le permite al usuario observar este tipo de enfrentamientos ideológicos entre sus amigos, aun cuando ellos no tengan un vínculo directo.

Los *Status* no solo permiten descubrir ciertos detalles como este, sino que también ofrecen una posibilidad muy útil que propicia dinámicas de interacción muy interesantes. Cuando alguien escribe algo en su status, es posible que otro usuario le escriba un comentario al respecto. Es un método de retroalimentación muy efectivo que genera una comunicación directa, aunque asincrónica. Esta posibilidad no solo se presenta con los status, sino también cuando alguien se une a un grupo o club de fans o confirma su asistencia a un evento. Por ejemplo, el día 2 de noviembre se observó lo siguiente:

Ana Valencia joined the group (se unió al grupo) ME EMPUTA QUE LA GENTE CREA QUE ESTUDIAR MUSICA ES LO MAS FACIL DEL MUNDO.

- 2 Comments

Marcela Pérez at 11:05am November 2

cómo siempre gente ignorante... Pero q nos enseñó el paseo?? ignorar a los ignorantes

Camila Pombo at 3:00pm November 2

Yo no estudio música pero se que definitivamente no es lo mas fácil del mundo, de hecho creo que es difícil y requiere de mucho estudio.....

Aunque este tipo de comunicación no se realiza sincrónicamente, si representa un modo activo de interacción interpersonal. Otro ejemplo similar se presentó el día 26 de octubre:

Diana Diaz: Mi bella Colombia, mañana nos vemos.... ♥ .

2 Comments

Gabriela Chavez: at 4:36pm October 26

y cuando regresas amiga?

Cecilia Aguilar at 10:23pm October 26

karen al fin q te recojo o q... oo te van a recojer.. a q hora llegas?

3.2.2 Posiciones

Sin duda, Facebook se constituye como una herramienta para ver y ser visto. Fácilmente podría definirse como un espacio que se alimenta del exhibicionismo y la curiosidad desmedida. Lo interesante de este caso, es que allí ha nacido un nuevo método de interacción social y construcción de la identidad. Los deseos de mostrarse y de entrometerse en la vida de los demás, han generado formas novedosas de entrar en contacto con otras personas y de definir una imagen propia apta para vender.

3.2.2.1 Conociendo el sujeto

Es evidente que el perfil personal de un usuario en Facebook dice mucho sobre su identidad. Suele afirmarse que para conocer bien una persona es necesario ver su perfil en esta página. De hecho, se puede aprender más sobre alguien ojeando su perfil, que conociéndolo en persona. Esto se debe a que allí se almacena información valiosa que revela hasta los más íntimos detalles de la vida de alguien. Nombre, edad, ocupación, dirección, teléfono, estado civil, amigos, gustos, preferencias, corriente ideológica, inclinación sexual, lugares preferidos para divertirse, son solo algunos datos que se pueden extraer del perfil de un usuario. Como si fuera poco, los detalles revelados se complementan con fotografías personales que exponen más de lo calculado.

Nada es más premeditado que la selección de la fotografía principal del perfil. Es la materialización visual de la identidad virtual. Por eso cada usuario se esfuerza al máximo en escoger la más apropiada, donde muestre su mejor ángulo y donde se proyecte una imagen positiva acorde con la personalidad que intenta vender. Esa foto reemplaza el rostro en presencia física, e incluso se constituye como un objeto que podría ayudar a mejorar el autoestima. Cualquier usuario que no se sienta conforme con su apariencia física, podría esmerarse en fabricar la foto perfecta donde se vea más bello de lo que realmente es. Y si esa imagen es agradable estéticamente, y provoca que el usuario se sienta satisfecho, ya no resulta tan traumático sentirse feo en la vida offline. Parece que una buena fotografía significa el fin de complejos e inhibiciones, y se define como un gancho efectivo para atrapar amigos, y por qué no, parejas potenciales.

Las fotografías acompañadas de información personal estratégica, son un jugoso paquete que se muestra orgullosamente en la red. La divulgación de la vida privada nunca había sido tan atrevida. Allí cada cual se define como mejor le conviene o como le gustaría ser. Nadie describe abiertamente sus defectos, todos muestran únicamente lo que quieren que vean los demás. En realidad, la delimitación del perfil en Facebook corresponde al deseo de ser visto. La planeación de lo que se va a publicar y de lo que se omite, se hace pensando en los demás, en quienes consumirán esa información. Aquí todos los cálculos se hacen para satisfacer al exigente público, es decir, los individuos agregados en la lista de amigos o los visitantes desprevenidos que pretenden conocer

gente nueva. Parece que en este entorno es supremamente importante vender una imagen positiva a los demás. Se publica en función de mostrar.

En medio de tanta información personal flotando, surgen dudas sobre su veracidad. Lo cierto es que a veces las identidades construidas virtualmente son espejismos. Turkle (1997) afirma que la identidad construida en pantalla puede ser difusa y cambiante. Ante la posibilidad de mentir impunemente, algunos crean falsas identidades. Por eso es difícil comprobar si todos los datos que un usuario pone en su perfil son reales. Estas identidades son ficticias, no solo en la medida en que cualquiera puede inventar datos y fabricar mentiras, sino en que las personas se proyectan de manera muy diferente a como son en la realidad. A menudo, Facebook se convierte en el escenario que permite ocultar los defectos y resaltar o crear virtudes. Allí predominan sujetos idealizados, felices y perfectos. Por esto, es común que los usuarios considerados “impopulares”, carentes de amplios y fuertes círculos de amistades, proyecten una imagen totalmente opuesta. Ellos tienen una larga lista de amigos que supera las doscientas personas y varios mensajes amigables escritos por otros sujetos que ni siquiera conocen en persona. Publican fotos que pretenden demostrar un alto nivel de sociabilidad, cuando en realidad son solitarios y poco interactúan con los demás. Crean la sensación de que son alegres y activos, y proyectan una falsa personalidad siempre favorable que se grita a los cuatro vientos.

3.2.2.2 Mostrar y vender

Facebook representa la posibilidad de ser visible. Aquí la fama es un placer fácilmente alcanzable. En este universo, los cibernautas se exponen como en una vitrina para adquirir protagonismo en la mente de sus semejantes, o para tener la posibilidad de interactuar mucho más con quienes ya conocen. Incluso, algunos buscan conectarse con personas nuevas por medio de una identidad atractivamente expuesta.

El auge de publicar álbumes de fotografías es un claro indicio del afán por lucirse. De hecho, si alguien sube las fotos en Facebook, es con la explícita intención de que los demás las vean. La posibilidad de etiquetar las imágenes con los nombres de los individuos que allí aparecen, representa una forma de hacer público cualquier evento privado. A esta acción se le conoce popularmente como *Taguear* e implica especificar

quienes pertenecen al círculo social propio y por ende, con quienes se comparten momentos y lugares comunes. Dicha función propia de la Web 2.0 se denomina *Folksonomía* o sistema de clasificación colectiva, definida como la posibilidad de organizar la información de manera colectiva para encontrarla fácil y rápidamente. Pero lo más llamativo de esta nueva manera de publicidad personal, es que Facebook se encarga de que quienes estén en tu lista de amigos se enteren del suceso. La función *News feed* les informa sobre las nuevas fotos que han sido subidas, quienes han sido “tagueados”, y cuales comentarios se han escrito al respecto. Esta es una invitación explícita para ver dichas imágenes, que invita a los demás a entrometerse libremente en los eventos privados como la última rumba, el paseo del fin de semana, la reunión con la familia, etc. Surge una pregunta inevitable, ¿A que se debe el afán de ser visto?

En la sección de Facebook dedicada exclusivamente a almacenar las últimas fotografías publicadas, se identificó un fenómeno compartido. Después de la celebración de Halloween de 2008, muchos usuarios publicaron sus fotos alusivas a esta fecha. Al día siguiente en la tarde, se vio una oleada de publicaciones de imágenes relacionadas con el mismo tema. Ningún álbum reciente era ajeno a la popular celebración. Allí se evidenció que la gran mayoría de usuarios tienen una evidente necesidad de exponerse, exhibir una vida social activa, demostrar una enorme cantidad de amigos y el alto nivel de sociabilidad que se tiene.

3.2.2.3 Grupos y fans

Facebook le ha dado un nuevo significado al sentido de agruparse. Nunca había sido tan popular reunirse en torno a temas o características en común. Es la primera vez que se observa tanta acogida frente a la posibilidad de agruparse en un entorno virtual. Facebook lo logró al democratizar la posibilidad de fundar grupos. Aquí no hay límites, cualquier usuario puede crear su propio grupo y bautizarlo con el nombre que mejor le parezca. Por eso se ha visto el nacimiento de toda clase de agrupaciones, algunas con menos sentido que otras. Por ejemplo, uno de los grupos que cuenta con más miembros se llama “I bet I can find 1.000.000 people who dislike George Bush!” (Apuesto que puedo encontrar 1.000.000 de personas a quienes les disgusta George Bush!). Fue fundado el 15 de septiembre de 2007, sus miembros ya son 1.005.227, y la cuenta sigue en aumento.

Estos son solo algunos de los grupos que llaman la atención por sus nombres insólitos y numerosas cantidades de miembros:

- Please keep the old Facebook. The new version is a disaster. (Por favor mantengan el Facebook antiguo. La nueva versión es un desastre). Miembros: 517.742.
- Quieres saber quien esta mirando tu perfil?. Miembros: 408.313
- Experimento: seis grados de separación. Miembros: 1.969.128
- Bogota es Bogota, lo demás es tierra caliente. Miembros: 41.251
- A los que nos gusta el Old Parr. Miembros: 17.308
- Yo he bailado Carrapicho, Mayonesa, Macarena, Asereje, y el Baile del perrito. Miembros: 12.217
- Nada como los productos Ramo: Chocoramo, Maizitos, Tostacos, Ponqué Ramo. Miembros: 17.353
- Podríamos vivir sin Messenger!!...Nooooo. Miembros: 100.544
- Amo reventar los globitos de aire de los envoltorios. Miembros: 190.244
- Para los que dicen que ya van llegando cuando apenas están saliendo de su casa. Miembros: 272.762
- Yo también me rió cuando alguien se cae. Miembros: 256.819
- Nos van a botar del trabajo gracias a Facebook. Miembros: 8.680

Agruparse resulta muy positivo ya que genera una identidad compartida y un sentido de pertenencia muy satisfactorio. Por eso los seres humanos siempre han buscado pertenecer a grupos o comunidades, donde se sienten seguros y cómodos. La sensación de ser parte de algo es muy agradable, brinda la percepción de sentirse importante y especial. La red ha facilitado enormemente el proceso de agruparse, lo ha puesto al alcance de cualquier persona y le ha dado dimensiones multitudinarias.

La noción de grupo en Facebook comprende compartir intereses y gustos en común, manifestar que se tienen ideas similares. Se pretende hacer público el hecho de que se apoya una causa, se piensa de manera similar a los demás, se tienen los mismos cualidades o defectos, etc. De hecho, el sentido de crear un grupo no es solo fundarlo

por simple impulso, sino que se haga popular, que se unan muchas personas y que se pueda ejercer una dinámica de cooperación y debate en torno al tema que los reunió. Obviamente, se esperan establecer lazos y actividades de interacción entre sus miembros. De hecho, Facebook permite un alto nivel de interactividad social entre los miembros de los grupos, ya que incita al debate por medio del *Discusión board*, un espacio para proponer temas de discusión relacionados con la temática principal del grupo. Por ejemplo, el grupo llamado “Un millón de voces contra las FARC”, que cuenta con 441.171 miembros, tiene 3.533 temas de discusión. Uno de los temas más recientes, se relaciona con la marcha del 28 de noviembre de 2008, por la liberación de los secuestrados. El tópico se titula “Cuéntanos!! Como viviste la marcha en tu ciudad, como la vieron los demás”. Algunos mensajes dicen:

Post #1

Freddy Vanegas wrote on November 28, 2008 at 3:51pm

quiero con este tema conocer las impresiones de cada uno de ustedes con respecto a la marcha del 28 de nov en su ciudad de residencia. sus sentimientos respecto a la misma..si marcharon o no y porque...si la marcha se desarrollo pacíficamente o no....si se centro en el objetivo principal que era la liberación de los secuestrados o hubo otros objetivos y cuales fueron...quiero que traten de ser lo mas objetivos posible..quiero que cuenten su experiencia el día de hoy.... pero centrémonos en lo que realmente vimos y vivimos y no en lo que nos pudieron decir...o llegamos a escuchar...de terceros...

Reply to Freddy Report

Post #2

Rodrigo Franco (Colombia) wrote on November 28, 2008 at 4:18pm

Hoy marche en la ciudad de Pereira con mi esposa y mis tres hijas, pleno de tristeza por ver tan poca asistencia, fuimos unos pocos pereiranos que aun nos duele nuestros secuestrados. La marcha fue calmada y dirigida únicamente a la liberación. Espero una mayor solidaridad en una próxima oportunidad.

Reply to Rodrigo Report

Post #3

Naty Gonzalez Hernandez (Colombia) wrote on November 28, 2008 at 4:35pm

Hola yo asistí a la marcha en la Barranquilla y la verdad no fue mucha gente pero la fue es la que de verdad esta comprometida con nuestro país, no me parece y con todo respeto que ustedes siendo una fundación no hubieran apoyado la marcha porque así demostraron que se dejaron ganar por los delincuentes y por las FARC, ustedes en vez de salir adelante con la marcha a pesar de esas personas negativas decidieron esconderse, con todo respeto eso fue lo que demostraron porque no hubo ningún disturbio ni nada fue una marcha muy pacífica. Ayudaron a que todos los que querían dañar la marcha lo logaran, de todos modos gracias por nada por tener tanto valor porque cuando mas se necesitaba que saliéramos fue donde decidieron esconderse, hay demostraron el compromiso que tienen con los secuestrados y con Colombia

Reply to Naty Report

Post #4

Freddy Vanegas wrote on November 28, 2008 at 5:08pm

a Rodrigo franco gracias por su comentario

a Naty González gracias también por su comentario pero sobre todo gracias por dejar conocer sus sentimientos y por expresarlos tan transparentemente con altura y con respeto.

Todos los miembros del grupo tienen la posibilidad de proponer temas para debatir. Lo interesante es que la mayoría de ellos parecen ser receptivos frente a la posibilidad de establecer un dialogo o discusión. Hay un nivel significativo de respuesta y compromiso, que se refleja en la permanente actividad del grupo. Así mismo, cada grupo cuenta con su propio Wall, para recibir los comentarios libres de los miembros. La cuenta de mensajes que aumenta diariamente va en 56.520. Las fotografías publicadas ascienden a 4.487, los objetos agregados van en 136, y los videos en 121. Estas cifras demuestran la gran acogida que ha tenido el grupo, y el poder de movilidad que tiene. Es claro que esta exitosa agrupación genera un alto nivel de actividad. La interactividad entre sus usuarios aumenta proporcionalmente de acuerdo al aumento en la cantidad de los elementos publicados, ya sean fotos, links de noticias, videos, comentarios, archivos de audio, eventos, etc.

Como en cualquier grupo de la vida offline, aquí también existen algunas jerarquías entre los miembros. Quien creo el grupo es llamado administrador, y tiene el control mayor sobre todas las actividades que se realicen. Este rol puede adoptarse por más de una persona, no hay límite. Dicho papel implica varias responsabilidades, entre ellas enviarles mensajes a todos los miembros, editar cualquier característica o dato del grupo, agregar, eliminar o restringir miembros, escoger agentes para que compartan algunas funciones de control sobre el grupo, crear eventos relacionados, y en general, administrar cualquier elemento que se agregue al grupo. El administrador cumple una labor de líder de opinión, que controla y maneja la información, y ayuda a establecer las posibles dinámicas de interacción dentro de la agrupación. Tal como sucedería en las organizaciones creadas en el contexto presencial, de este líder depende el desenvolvimiento y evolución del grupo.

Parece que el fenómeno de los grupos tiende a aumentar con éxito. Cada día crece vertiginosamente el número de grupos creados, pero, ¿Que sucede cuando dichas agrupaciones empiezan a desfigurar el verdadero objetivo por el que fueron creadas? A menudo suele suceder que la creación de grupos se convierte en un juego sin mayores pretensiones. Al ver la cantidad de temas tan diversos, e incluso excéntricos, que

motivan la creación de un grupo, es inevitable pensar que talvez los usuarios están tomando esta opción como una diversión ligera e inútil. Casos ejemplarmente activos como el de “Un millón de voces contra las FARC” representan la minoría en medio del océano de grupos que actualmente se observan en Facebook.

En esencia, los grupos permiten reunirse en torno a un tema en común, pero suele suceder que esa reunión no concluye nada valioso. La mayoría de las agrupaciones no tiene una base sólida que fomente algo más que la simple reunión de usuarios. En realidad es más fácil simplemente unirse a un grupo, en lugar de generar movimiento útil. Casi todos los miembros de los grupos se limitan a ser parte del grupo como si dijeran “sí, estoy de acuerdo contigo” pero no efectúan ningún papel de liderazgo. Son entes pasivos, que no han aprovechado las múltiples posibilidades que tienen al frente. Aquí es donde el concepto de comunidad se diluye, no alcanza la maduración. Por ahora, los miembros de los grupos seguirán aumentando, pero tan solo un pequeño porcentaje de ellos estará dispuesto a aprovechar las herramientas que se les ha dado para pasar a una etapa más avanzada en la evolución de las agrupaciones.

3.2.3 Línea Narrativa

La publicación de imágenes e información personal es una forma clara de llamar la atención. Aquí se pretenden atraer incautos que caigan fascinados por los chismes frescos que las imágenes ofrecen. Inicialmente, el objetivo de publicar fotos es lograr que sean vistas, pero la interacción con otros usuarios alcanza un nivel superior cuando se logra retroalimentación. Este último nivel de interacción es fomentado por la misma estructura de Facebook que invita a comentar todo lo que se publique, ya sean fotos, textos, videos, etc.

La interacción con los amigos en Facebook adquiere grandes dimensiones cuando ellos tienen la posibilidad de opinar, criticar, sugerir y hasta burlarse del contenido publicado. Esta es una plataforma que promueve evidentemente la retroalimentación por parte de quienes observan las publicaciones. La opción de comentar está en casi todas partes. De hecho, el *Wall* no solo sirve para escribirle mensajes públicos a un usuario determinado, sino que también posibilita generar una discusión a partir de lo publicado. En general,

cuando se da este tipo de retroalimentación, se crean situaciones inesperadas de interacción, que probablemente no se darían en el contexto cara a cara.

3.2.3.1 Conexiones y contactos

Facebook se ha convertido en un puente de conexión para personas distantes. Es un medio que posibilita la interacción activa entre sus usuarios. Pero más allá de esta función, el gigantesco alcance de esta herramienta facilita el encuentro con personas que creíamos desaparecidas. Existe un fenómeno que se ha venido fortaleciendo a medida que la comunidad de Facebook crece. Quienes habían perdido contacto con parientes, compañeros de colegio, compañeros de trabajos, entre otros, lo están recuperando a través de esta página. Facebook esta reconstruyendo vínculos perdidos, restableciendo relaciones sociales perdidas en el tiempo. El “friend finder” (buscador de amigos) permite digitar el nombre de cualquier persona con el fin de encontrarlo para comunicarse con él. Debido a que la red de usuarios de Facebook es tan amplia, es muy probable que la búsqueda sea exitosa. Nunca antes se había conocido un método tan sencillo y efectivo para encontrar personas. Y aunque no nos propusiéramos encontrar a alguien, a menudo suele suceder que a través de la función *People you may know* (personas que tal vez conoces) encontremos sujetos que probablemente conocemos en la vida diaria, pero que aun no pertenecen a nuestra lista de amigos virtuales. Esta función nos muestra usuarios que tienen las mismas características que nosotros, ya sea el lugar de estudio, de trabajo, o que tienen algunos amigos en común que no hemos notado.

De este modo, esta herramienta no solo es útil para fortalecer los vínculos existentes con las personas que nos rodean en la vida diaria, sino para conectarnos con aquellos individuos que tienen particularidades en común con nosotros, o con quienes se rompió el contacto tiempo atrás. Este es un puente que permite establecer interacciones con un gran grupo de personas, a diferentes niveles de cercanía y familiaridad.

Sin duda, Facebook esta cambiando la manera de interactuar con los demás. Por ejemplo, cuando algún conocido cumple años, ya no es necesario tomarse la molestia de llamarlo o visitarlo. Ahora la moda es simplemente dejar un mensaje en su Wall. En este caso, se le ha restado importancia a la interacción presencial. Parece que ya no se hace tan necesaria la presencia física, el abrazo de cumpleaños ha sido lentamente

desplazado por el mensaje en el Wall. De este modo, Facebook cumple una labor de puente y de mediador, entre los sujetos que necesitan entablar algún tipo de contacto para un fin específico. Últimamente se ha convertido en un motivo de disgusto, que los amigos no escriban un mensaje de felicitación en fechas especiales como el cumpleaños. El acercamiento virtual se ha vuelto algo indispensable, e incluso ha generado relaciones de dependencia, especialmente entre los jóvenes.

3.2.3.2 Privacidad y manejo de la información

El tema de la privacidad en Facebook es un tema muy delicado que ha generado controversia. Lo cierto es que ante tanta divulgación de todo tipo de información personal, es evidente que esta página revela mucho más de lo que debería. A menudo la preocupación se refiere al manejo de la información. Los usuarios quieren saber cómo sus propios datos están flotando en Facebook. En el caso de la privacidad, la relación con los demás genera la incertidumbre por descubrir que información se debe mostrar y cual no. Estamos frente a un caso de interacción donde se hace sumamente importante lo que los demás conozcan y piensen de uno mismo. Por eso, la administración de la privacidad siempre se hace pensando en quienes nos rodean, en lo que no nos gustaría que ellos vieran. En la sección *Privacy*, Facebook explica sus principios con relación al manejo de la información y al acceso que los demás tienen a ella:

Construimos Facebook de manera que sea fácil compartir información con tus amigos y gente alrededor tuyo. Entendemos que tal vez tu no quieras que todo el mundo conozca la información que tu compartes en Facebook, por eso te damos el control de tu información. Nuestras funciones automáticas de privacidad, limitan la información mostrada en tu perfil.

Facebook sigue dos principios básicos:

1. Debes tener control sobre su información personal.

Facebook te ayuda a compartir información con tus amigos y gente que te rodea. Puedes elegir qué tipo de información poner en tu perfil, incluyendo el contacto y la información personal, fotos, intereses y grupos a los que te unes. Y tú tienes el control de los usuarios con los que compartes esa información a través de la configuración de privacidad.

2. Debes tener acceso a la información que otros quieren compartir.

Hay una creciente cantidad de información disponible ahí fuera, y es posible que desees saber lo que se refiere a ti, a tus amigos, y a la gente que te rodea. Queremos ayudarte a obtener fácilmente esa información.

Compartir información debe ser fácil. Y queremos darte las herramientas necesarias de

privacidad, para el control de cómo y con quien compartir esa información. Si tienes preguntas o ideas, por favor, envíalas a privacy@facebook.com.

Refiriéndose específicamente a cómo Facebook comparte la información con otros, la política de privacidad afirma:

Compartir tu información con terceros

Facebook es sobre compartir información con otras personas - amigos y personas en tus redes -, mientras que te proporciona la configuración de privacidad que restrinja a otros usuarios de acceder a tu información. Nosotros te permitimos elegir la información que le vas a proporcionar a tus amigos y redes a través de Facebook. Nuestra arquitectura de red y su configuración de privacidad te permiten tomar decisiones informadas acerca de quién tiene acceso a tu información. No proporcionamos información de contacto a terceros de marketing sin tu permiso. Compartimos tu información con terceros únicamente en limitadas circunstancias en las que creemos que tal intercambio es 1) que sean razonablemente necesarias para ofrecer el servicio, 2) por obligación legal o, 3) o permitidos por ti mismo (...)

Cuando usas Facebook, cierta información para publicar o compartir con terceros (por ejemplo, un amigo o alguien en tu red), tales como información personal, comentarios, mensajes, fotos, vídeos, listas de mercado u otra información, puede ser compartida con otros usuarios de acuerdo con la configuración de privacidad que selecciones. Todos esos intercambios de información se realizan bajo tu propio riesgo. Por favor, ten en cuenta que si publicas información personal en tu perfil o al publicar los comentarios, mensajes, fotos, vídeos, listas de mercado u otros elementos, esta información puede llegar a disposición del público.

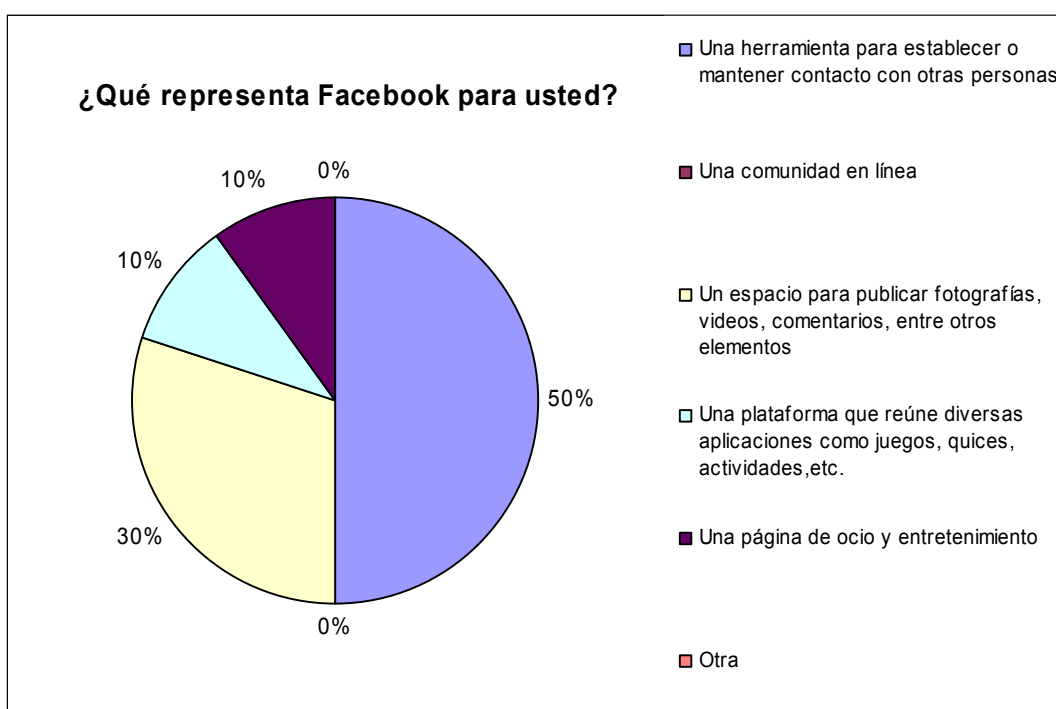
Básicamente Facebook afirma que ellos se preocupan por ofrecerle al usuario las herramientas para compartir la información con quienes él desee. El usuario siempre tendrá total control sobre lo que se muestra, y sobre quienes tienen acceso a su información. Estas afirmaciones concuerdan con la estructura de la página, que efectivamente le proporcionan al usuario la posibilidad de manejar todo lo que circule con relación a él. Sin embargo, el control a veces se sale de las manos. En una página tan amplia, que ofrece posibilidades tan diversas, resulta muy difícil mantener un manejo efectivo de todo. Siempre se presentaran situaciones que dejen al descubierto información, por más pequeña que sea.

Sucede con mucha frecuencia que los usuarios no escogen con detenimiento quienes van a pertenecer a la lista de amigos. Muchas personas aceptan a todos lo que les envían invitaciones para pertenecer al grupo de amigos, sin fijarse en ningún aspecto de su vida, ni en como se estableció el contacto en primer lugar. A menudo los usuarios no tienen en cuenta que los sujetos que entren a su lista de amigos, tendrán acceso a información clave, que dice mucho sobre el estilo de vida, la personalidad, las amistades, la posición social, entre otros datos determinantes.

Por más restricciones que se puedan poner al contenido, es inevitable que todo lo que se escriba o suba a Facebook este allí presente. De igual modo, para el usuario común es irremediable que los demás publiquen contenido directamente relacionado con él, como es el caso de las fotos con “tag” o etiqueta. Es frecuente que los amigos suban imágenes donde aparece el usuario, en situaciones o lugares que serían mejor no mostrar. Cuando el implicado se da cuenta, todos sus amigos ya descubrieron el suceso que probablemente él ha intentado ocultar. El verdadero problema son las percepciones que los seres cercanos se podrían formar a partir de un paso en falso en Facebook. Esta página podría generar diversas situaciones positivas o negativas, en el sentido en que las relaciones interpersonales establecidas podrían cambiar.

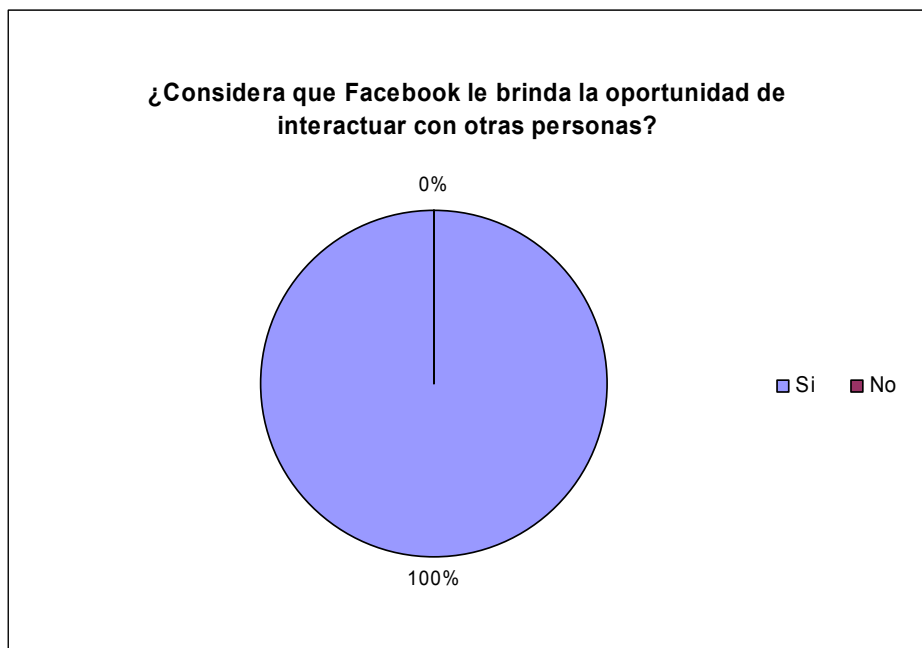
3.3 Resultados de aplicación de encuesta sobre Facebook

Se aplicó una encuesta (ver anexo 2) a diez usuarios altamente activos de Facebook. Durante la observación se seleccionaron los usuarios que realizaron el mayor número de acciones, a quienes se les pidió que respondieran un breve cuestionario. Las preguntas se elaboraron a partir de los interrogantes que surgieron durante el proceso de observación. Los resultados fueron:

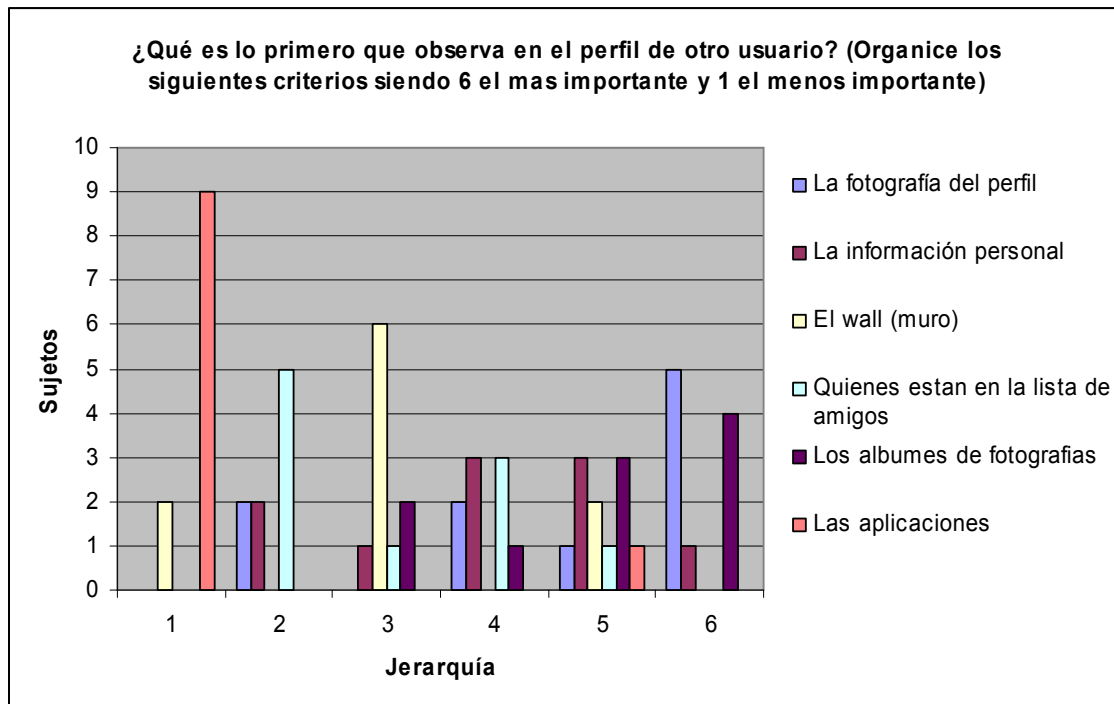


La mitad de los usuarios considera que Facebook es una herramienta para establecer o mantener contacto con otras personas. Según ellos, hasta el momento esta página está cumpliendo con la función primaria de cualquier red social, y esa es la característica que permanece latente en sus mentes, por encima de las muchas que han sido implementadas. El 30% la considera como un espacio para publicar fotografías, videos, comentarios, etc. Sigue siendo importante la oportunidad que esta página le da al público para subir contenido

Facebook se ha esforzado mucho por diferenciarse de otras redes sociales al darle al público muchas posibilidades para publicar todo tipo de contenido y así lograr que ellos se apropien realmente de la plataforma. Por eso se abrió la posibilidad a programadores y desarrolladores para subir sus aplicaciones, lo que ha provocado una evidente proliferación de todo tipo de juegos y actividades creadas por la gente del común. Pero la encuesta demostró que para los cibernautas lo primordial de Facebook no son sus aplicaciones. Ellos se ven mas atraídos por la posibilidad de interacción social que esta página les ofrece.



A los encuestados se les formuló esta pregunta específica con el fin de determinar si realmente consideran que Facebook les permite interactuar con otros sujetos. Todos ellos afirmaron que si. Sin duda, el objetivo de fomentar un proceso de interacción entre usuarios se alcanzó. Aquí nace una forma inesperada de relacionarse con los demás y de concebir los vínculos sociales, en el ámbito virtual.

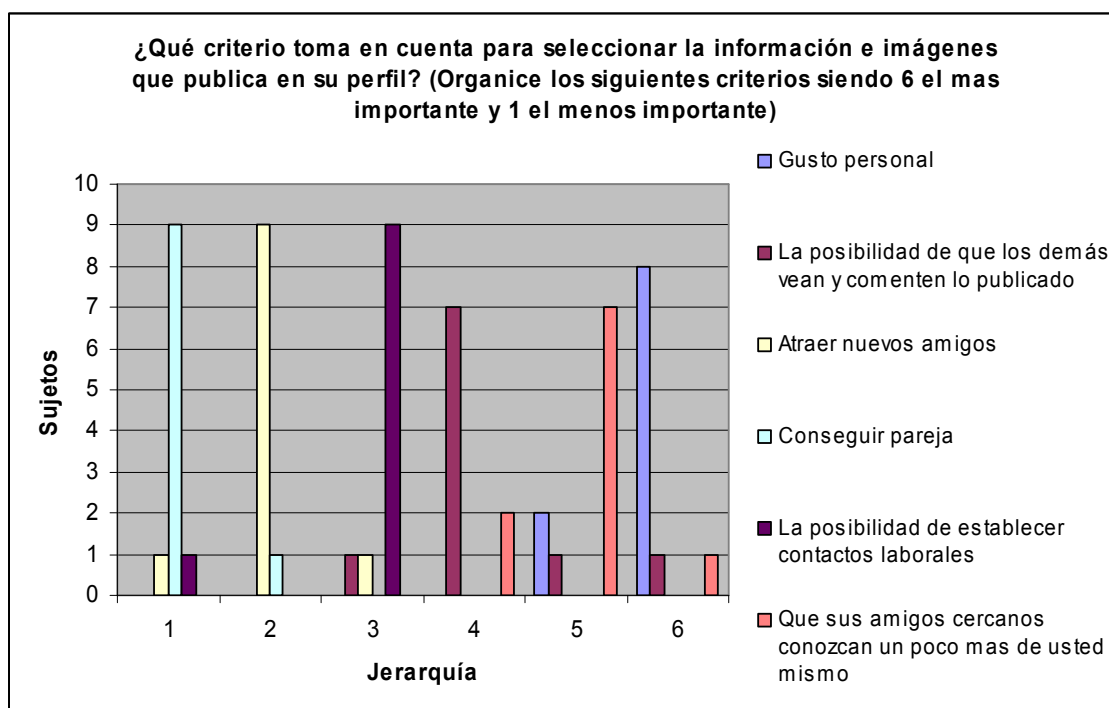


Según los encuestados, lo primero que ellos observan en el perfil de otros usuarios, es la fotografía principal. La mitad de los sujetos le asignó a este criterio el número seis, es decir, la posición más importante. El 40% de los encuestados afirmó que lo primero que observan en el perfil son los álbumes de fotografías. Tan solo una persona seleccionó la información personal como el criterio que toma en cuenta primero. En este caso existe un consenso general respecto a los criterios más importantes, ya que se identifica una tendencia a marcar con el seis solo dos criterios de los seis que se presentaron. Hay que destacar que los dos criterios que fueron ubicados en lo más alto de la jerarquía, corresponden a imágenes, lo que demuestra que en Facebook las fotografías tienen un papel muy relevante.

La asignación de la posición número cinco estuvo más dispersa. Tres personas le asignaron el cinco a la información personal, otros tres señalaron los álbumes de fotografías, dos señalaron el *Wall*, uno señaló la fotografía del perfil, otro señaló la lista de amigos, y otro las aplicaciones. Los álbumes de fotografías siguen siendo un criterio importante que aparece ubicado dentro de los primeros lugares, ya que 40% lo situó en la posición seis, y en este caso, 30% lo situó en la posición cinco.

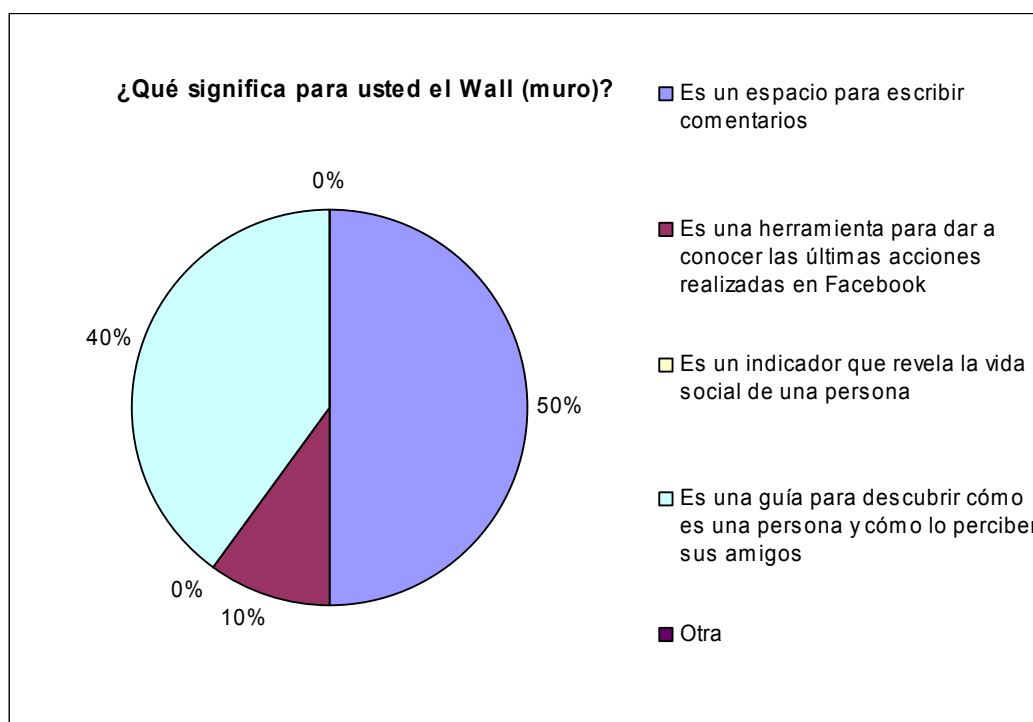
En la posición número cuatro nuevamente aparece la información personal con un 30%. Este es un criterio repartido entre la cuatro y la cinco. Nadie le asignó al *Wall* el número cuatro, pero el 60% de los sujetos lo ubicó en el número tres. La lista de amigos aparece en la posición número dos con un 50% y un 30% en la posición número cuatro. Este criterio oscila entre la posición cinco y dos., es decir, no hay consenso sobre su importancia a la hora de revisar un perfil. El 90% de los encuestados situó en la posición mas baja las aplicaciones. En este caso la mayoría coincidió en que este criterio es el menos importante cuando se observa el perfil de un usuario. Solo las aplicaciones y el *Wall* fueron calificadas con el número uno, pero para el *Wall* solo dos personas le asignaron este número.

Según los encuestados, los criterios quedarían ordenados de la siguiente manera según su importancia, cuando se observa el perfil de otro usuario en Facebook: La fotografía del perfil, los álbumes de fotografías, la información personal, la lista de amigos, el *Wall*, y las aplicaciones.



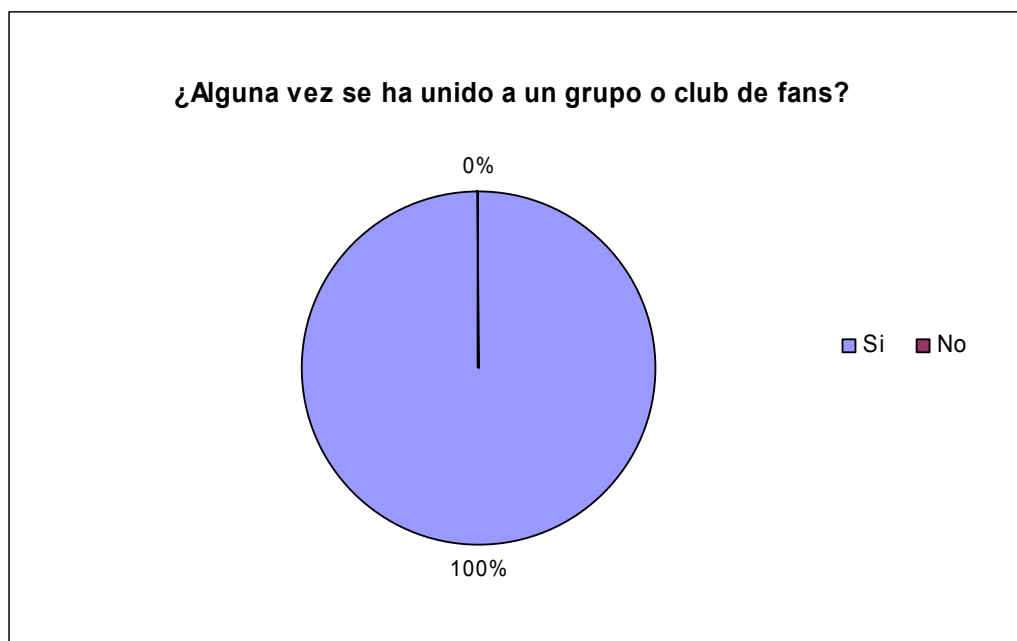
Para esta pregunta no hubo tanta dispersión como en la anterior. La mayoría de los encuestados coincidió en la organización de los criterios. Según ellos, cuando se selecciona la información e imágenes para publicar en el perfil propio, se tiene en

cuenta en este orden: Gusto personal, Que sus amigos cercanos conozcan un poco más de ellos mismos, la posibilidad de que los demás vean y comenten el contenido, la posibilidad de establecer contactos laborales, atraer nuevos amigos y conseguir pareja. En los últimos lugares quedaron ubicados los criterios que se refieren a la posibilidad de conocer gente nueva y establecer amistades o relaciones afectivas. Facebook aun no es percibido como un espacio propicio para ampliar el círculo social y vincularse con personas nuevas. La gente prefiere usar Facebook para establecer y mantener contacto con otras personas, pero conocidas previamente. El gusto personal es la opción mejor ubicada, es decir, los usuarios tienen más en cuenta su propia opinión que la opinión de los demás. Claro está que la oportunidad de que los amigos cercanos conozcan un poco más ellos aparece en la posición número cinco, lo que indica que aunque es importante la propia opinión, también lo es la percepción que tienen los demás. De hecho, la posibilidad de que los demás vean y comenten el contenido aparece en la posición número cuatro con un 70%.

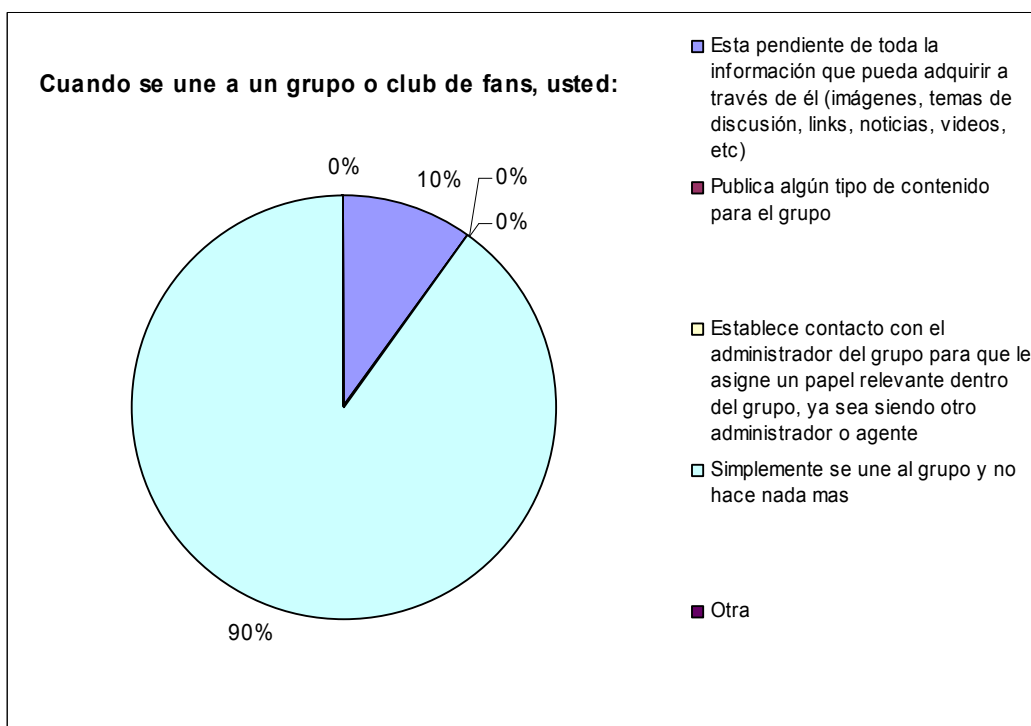


La mitad de los encuestados relacionó el *Wall* con la idea de un espacio para escribir comentarios. El 40% tiene una visión más compleja, dijeron que es una guía para descubrir cómo es una persona y cómo la perciben los demás. Esto es un resultado que

indica el verdadero alcance del *Wall* en la construcción de la imagen de una persona. Se confirma entonces la idea popular de que para conocer bien una persona hay que ver su *Wall* en Facebook. Allí se revelan muchos detalles de la vida cotidiana de alguien y sobre todo el ambiente en el cual vive. Solo una persona consideró el *Wall* como una herramienta para dar a conocer las últimas acciones realizadas en Facebook. Esta sería una función secundaria que realmente no tiene mucha importancia para los usuarios, que pretenden saber más la vida cotidiana de los demás.

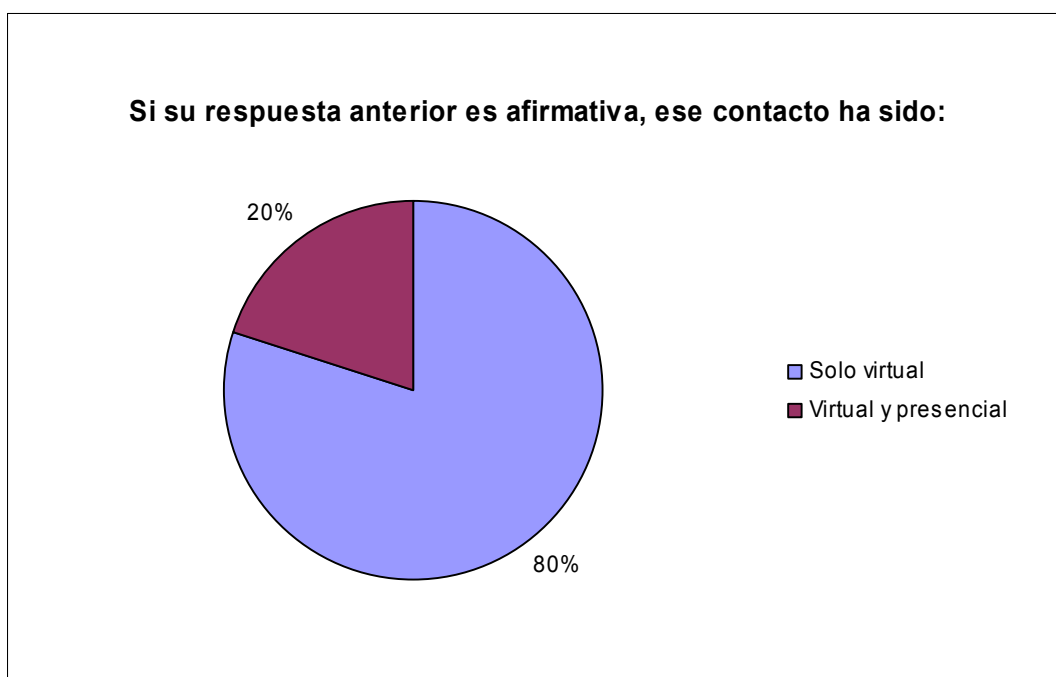
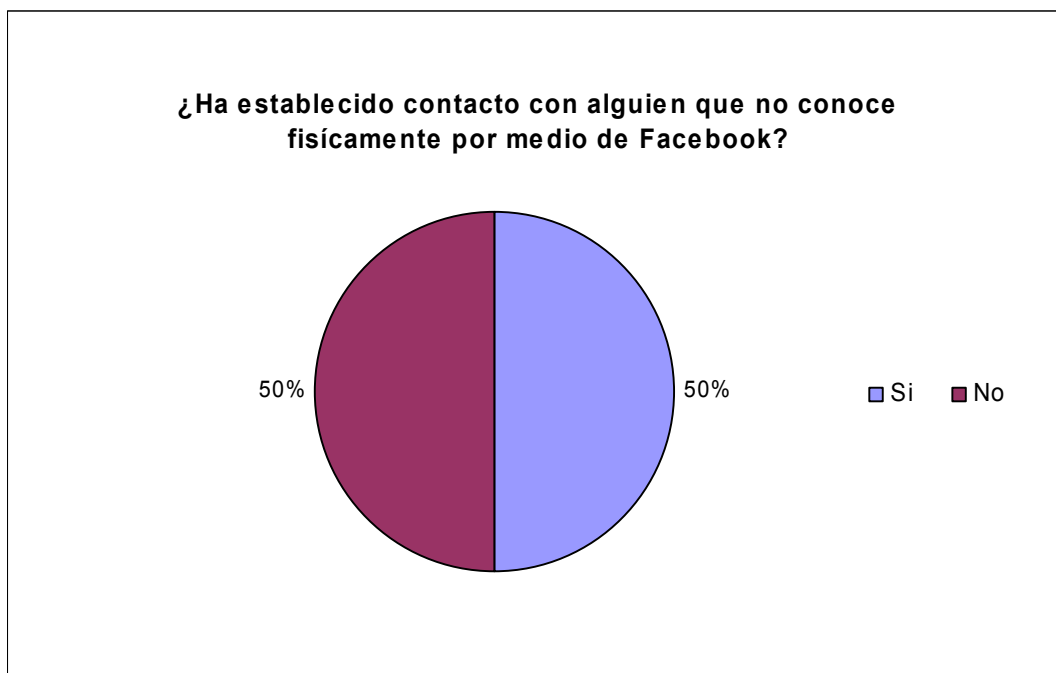


Todos los encuestados afirmaron que se han unido a un grupo o club de fans. Esto ratifica la importancia que tiene agruparse en torno a un tema específico en Facebook. De hecho, esta es una de las características más apreciadas y aprovechadas. La posibilidad de crear y unirse a grupos ha tenido un éxito inesperado y diferencia a Facebook de otras redes sociales. Representa la oportunidad de sentirse parte de algo y de identificarse con un tema y con otros sujetos.



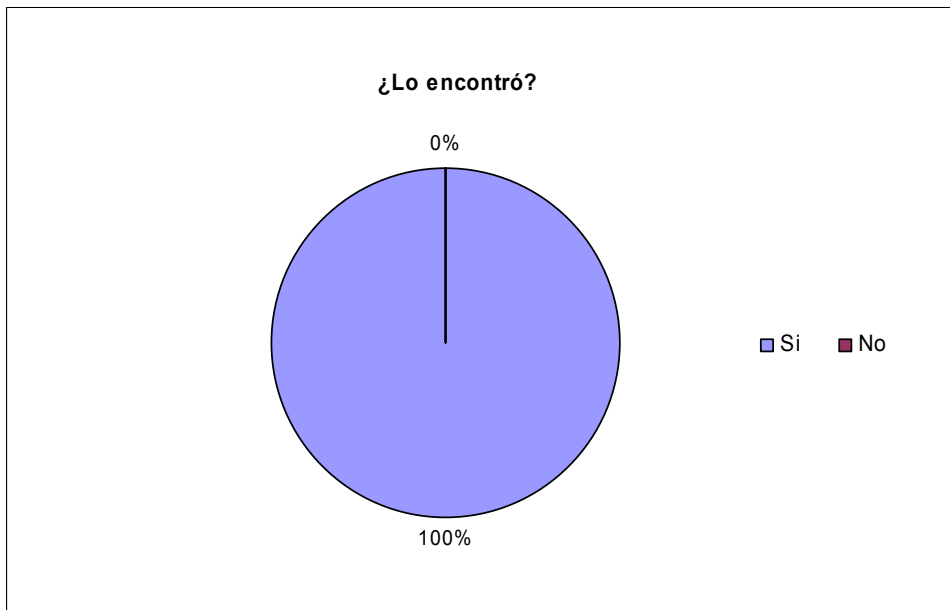
El 90% afirmó que la razón más influyente para unirse a un grupo o club de fans, es la aprobación de la idea principal que se propone. Solo una persona manifestó interés por ampliar o mejorar el grupo. El motivo de vinculación a un grupo no implica ninguna intención secundaria o plantación a futuro, simplemente manifestar que se esta de

acuerdo con la temática del grupo y apoyar con la presencia. El resultado de la siguiente gráfica confirma el papel pasivo de las personas que se unen a grupos o clubs de fans. El 90% dijo que cuando se une a un grupo no hace ningún tipo de gestión. La acción de unirse al grupo implica decir “si, estoy de acuerdo”, pero no hay una dinámica de alimentación para el grupo. Estar en un grupo se limita a hacer presencia, sin comprometerse ni aportar.



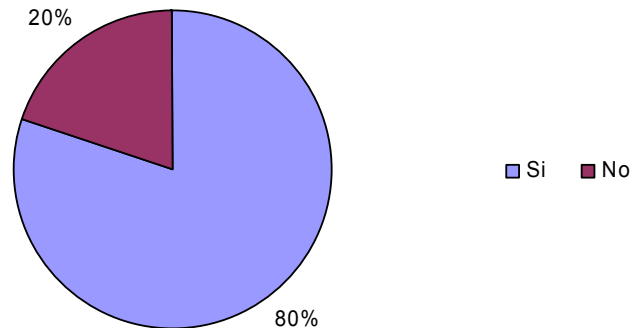
Contrario a Narratopedia, Facebook si se constituye como un espacio que permite el contacto con personas desconocidas. Así lo afirma la mitad de los encuestados, quienes establecieron contacto con personas que no conocían físicamente por medio de esta página. Al ser Facebook una red social, es mas propicio el encuentro con personas nuevas y el posterior establecimiento de relaciones. Sin embargo, la otra mitad de usuarios aun prefiere utilizar Facebook solo para mantenerse conectado con las personas que conocen previamente. Todavía existe cierto nivel de desconfianza frente a la posibilidad de establecer comunicación con sujetos extraños. Del 50% que afirmó haberse comunicado con otras personas desconocidas por medio de Facebook, El 80% dijo que ese contacto ha sido solo virtual. Tan solo el 20% ha llevado ese contacto al ámbito presencial. La vinculación cara a cara aun no tiene trascendencia relevante, ya que el contacto solo virtual parece ser más cómodo y seguro.



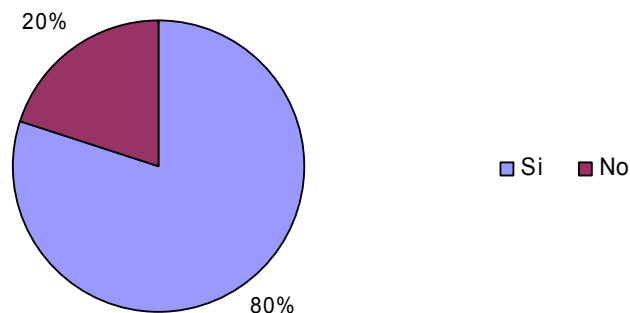


Otra característica novedosa que diferencia a Facebook de otras redes sociales, es la oportunidad que brinda para localizar personas. Como un espía, Facebook permite buscar cualquier sujeto con solo escribir su nombre. 90% de los encuestados dijeron que han utilizado esta página para buscar otras personas. A ellos se les preguntó si su búsqueda había sido exitosa, y todos dijeron que si encontraron a quien estaban buscando. Esto demuestra la efectividad de Facebook a la hora de localizar personas, y además, demuestra que es muy común que cualquiera tenga una cuenta en Facebook. El numero de usuarios crece cada día, y así se amplían las posibilidades de encontrar el sujeto buscado.

¿Le interesa conocer los últimos acontecimientos en la vida cotidiana de sus amigos por medio de Facebook?

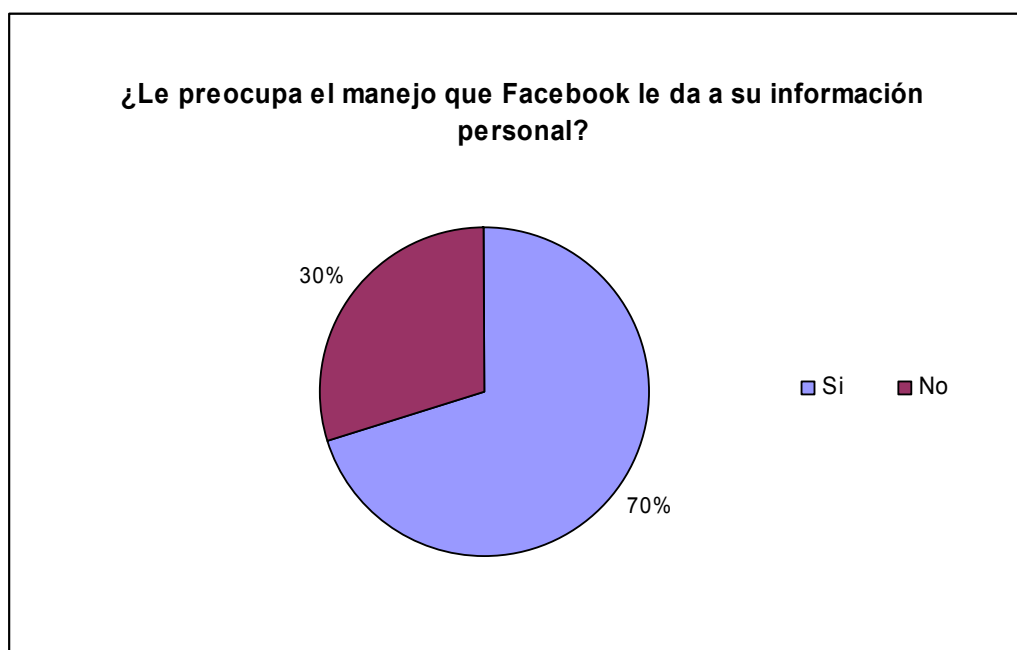


¿Le interesa conocer las acciones mas recientes de sus amigos dentro de Facebook? (Comentarios que han hecho, fotos donde han sido tagueados, que escribieron en su estado, aplicaciones que han utilizado, a quienes agregaron en su lista de amigos, etc

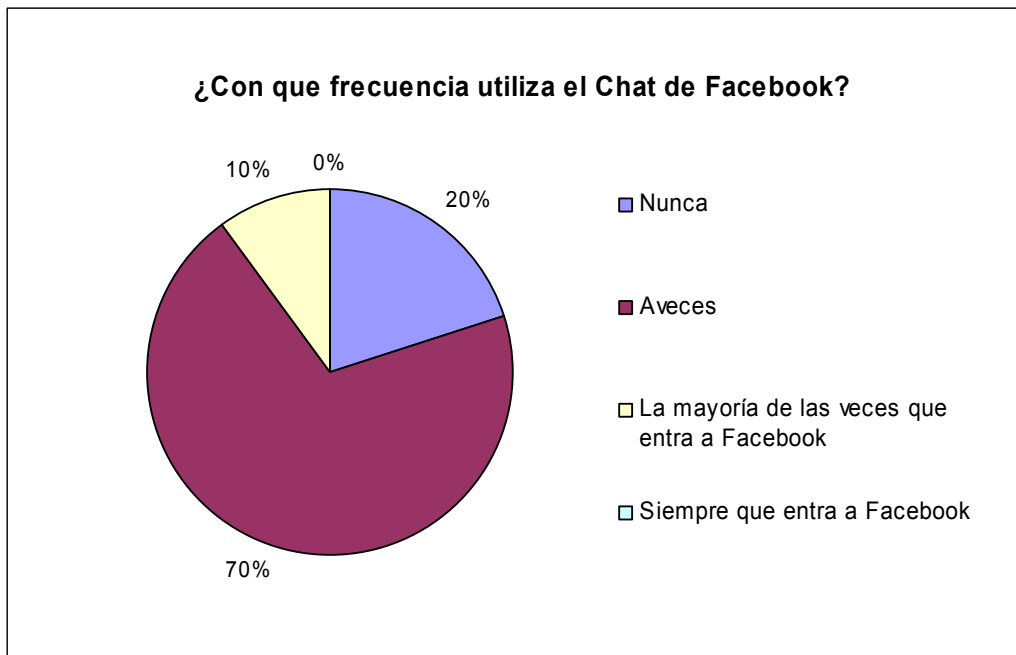


Estas preguntas se hicieron debido a la proliferación de alertas en el *Wall* de cada perfil y en el correo personal, respecto a la vida cotidiana y a las acciones que realizan dentro de Facebook los usuarios agregados en la lista de amigos. Se cuestionó sobre la utilidad de este tipo de notificaciones, ya que se dudaba si a la gente realmente le interesa saber todo lo que hacen sus amigos. Primero se preguntó sobre el interés de los usuarios por la vida cotidiana de sus amigos, y luego sobre el interés por las acciones realizadas de ellos dentro de la página. Esta distinción se hizo pensando que algunas personas se

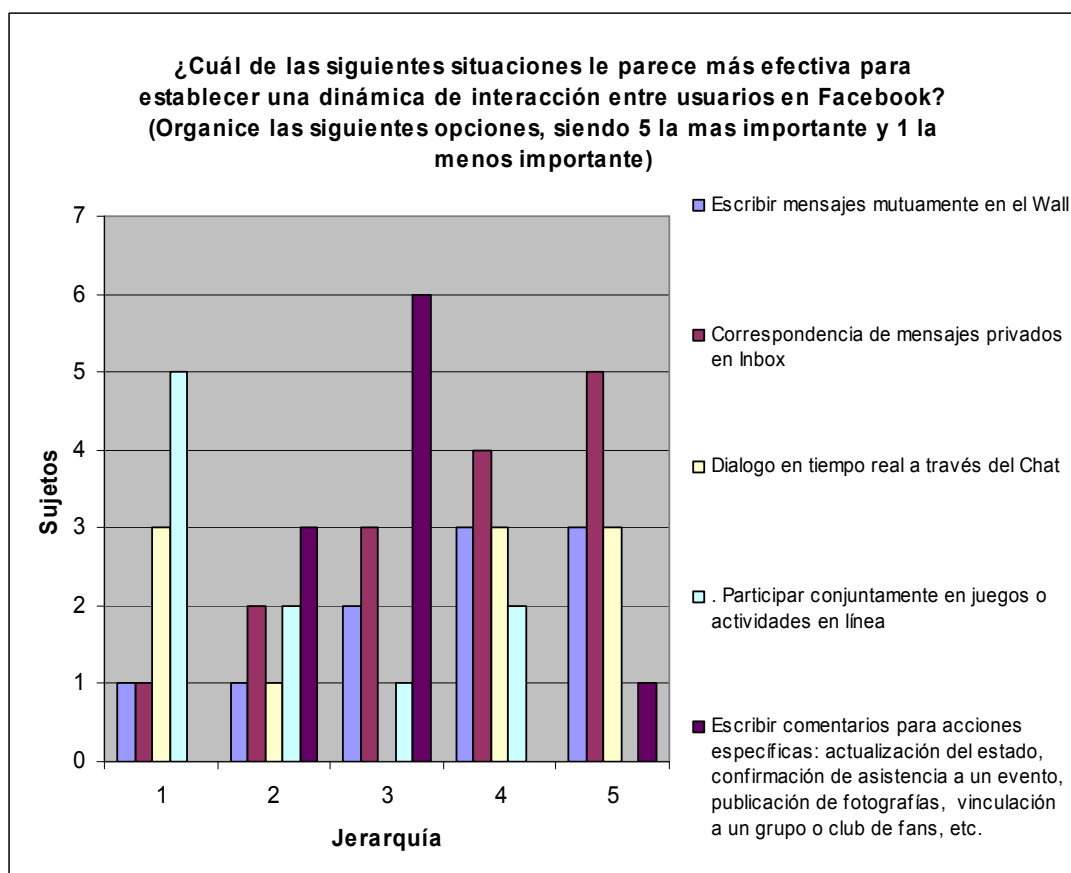
podrían ver más atraídas hacia la información que emiten sus pares en la web, en comparación con los sucesos cotidianos de la vida off line, o viceversa. Esto dependería de los intereses personales y del contexto. Pero, según estos resultados, los usuarios se muestran interesados por conocer ambos tipos de datos en igual porcentaje. En los dos casos, el 80% de los encuestados desea estar al tanto de los últimos acontecimientos en la vida de quienes los rodean. Se quiere mantener un contacto permanente con los amigos, estar actualizado sobre lo que hacen. Este tipo de información se relaciona directamente con la estrecha relación de los usuarios con sus respectivos amigos, es un tipo de interacción que se presenta por medio de las noticias sobre los demás. Conocer esos detalles implica estar en permanente comunicación con las personas con quienes se mantiene algún vínculo.



Facebook ha sido criticado por el manejo que le da a la información personal de los usuarios. La privacidad se ha convertido en un lujo para los participantes de esta página. Diariamente circula libremente mucha información personal, lo que provoca que todos se enteren de ciertos detalles que algunos preferirían ocultar. El 70% de los usuarios afirmó que le preocupaba el manejo que Facebook le da a su información personal. Esta página debería ser mas clara respecto a las opciones de privacidad y circulación de datos. Estos temas son importantes para la mayoría de usuarios, pero en Facebook la privacidad y el control sobre el contenido son secundarios.



El Chat de Facebook es una herramienta de bajo perfil, en relación a otras funciones más exitosas como el *Wall*, la posibilidad de publicar fotografías, de unirse a grupos o de localizar personas. El Chat esta allí pero no es indispensable. Podría eliminarse y el público no notaría su ausencia. El 70% de los usuarios dijo que a veces utilizaba el Chat, el 20% dijo que nunca lo usa, y solo el 10% dijo que la mayoría de las veces que entra a la página. Nadie afirmó utilizar el Chat siempre que entra a Facebook.



Al pedirle a los usuarios que organizaran las opciones presentadas para la pregunta ¿Cuál de las siguientes situaciones le parece mas efectiva para establecer una dinámica de interacción entre usuarios en Facebook?, los resultados fueron muy dispersos. El orden sería el siguiente: Correspondencia de mensajes privados en Facebook, escribir mensajes mutuamente en el *Wall*, escribir comentarios para acciones específicas, diálogo en tiempo real y participar conjuntamente en juegos y actividades en línea. Es interesante ver que las opciones que se supone que fomentan una dinámica de interacción social virtual mas eficiente, el diálogo en el Chat y la participación de juegos y actividades, aparecen en los últimos lugares. La opción mejor ubicada, la correspondencia de mensajes privados e *Inbox*, presenta las mismas características de interacción que un correo electrónico normal. La gente prefiere este método tradicional, en lugar de las novedosas posibilidades que solo les ofrece facebook. El *Wall*, que aparece la posición numero cinco, cumple una función similar al *Inbox*, solo que el wall es publico y el *Inbox* es privado. En general, la comunicación asincrónica es preferida sobre cualquier opción de comunicación sincrónica para interactuar en Facebook. *

* Ver la síntesis de los resultados de esta encuesta en las conclusiones

4. Conclusiones

- Según Tim O'Reilly, hay siete características que definen la Web 2.0: la World Wide Web como plataforma de trabajo, el fortalecimiento de la inteligencia colectiva, la gestión de las bases de datos como competencia básica, el fin del ciclo de las actualizaciones de software, los modelos de programación ligera junto a la búsqueda de la simplicidad, el software no limitado a un solo dispositivo, y las experiencias enriquecedoras de los usuarios.
- La Web 2.0 podría definirse como una nueva generación de Internet, donde el usuario es el centro y prevalece la participación y la interacción. Ahora el papel del usuario se ha expandido hacia un escenario democrático donde las posibilidades son infinitas. La gente puede intervenir con una libertad nunca antes vista, los roles se han distribuido y los beneficios se han compartido. La red es ahora un escenario más inteligente, útil y provechoso.
- Las comunidades virtuales reflejan la vida en el contexto cara a cara, pero potenciadas. Allí se desarrollan procesos de socialización y mutuo reconocimiento, por eso los sujetos existen en la medida en que puedan entrar en contacto con los demás. Estas comunidades adquieren un rostro amigable y atractivo cuando se identifican como espacios donde se reúne gente con intereses similares. Territorios donde la prioridad es ampliar y fortalecer el círculo social. Así aparecen las redes sociales, que son estructuras de interacción social que comprenden tres ámbitos: comunicación, comunidad y cooperación.
- Las Wikis fomentan la participación de varias personas en torno a un tema establecido, donde cada cual aporta un poco de lo que sabe, aprovechando así los conocimientos de todos para lograr un resultado muy completo y sobretodo, producto de la inteligencia colectiva. Sin embargo, la libertad de publicación implica un alto nivel de responsabilidad por parte de los navegantes, y a su vez, una gran facilidad para crear y actualizar la información, en un ambiente de rapidez e instantaneidad asombrosa.

- El elemento característico e indispensable de la Web 2.0 es su énfasis en lo social. De esa dimensión social, se deriva la presencia protagonista de la interacción interpersonal, que en este contexto se entiende como un mecanismo benéfico y enriquecedor, enfocado hacia la participación, las experiencias de los usuarios, y que particularmente, permite la construcción de conocimientos colectivos.
- Narratopedia se sostiene gracias a dos componentes característicos de la Web 2.0: la libre publicación de contenido y la retroalimentación activa, necesidades antes insatisfechas de los cibernautas.
- Los comentarios en Narratopedia se definen como respuestas que se desencadenan gracias a estímulos producidos por las publicaciones, que van más allá de simplemente opinar sobre ellas. Tienen cuatro funciones específicas:
 1. Generar una dinámica definida de interacción que propicia la retroalimentación y el debate, por medio de una comunicación asincrónica pero efectiva. Para el 50% de usuarios de Narratopedia encuestados, escribir comentarios representa la posibilidad explícita de entrar en contacto con los demás.
 2. Posibilitar la retroalimentación para ayudar al autor a mejorar o ampliar su creación, y alimentarlas con opiniones diversas.
 3. Indicar sensaciones y percepciones de los usuarios frente a las publicaciones y medir su nivel de aceptación o rechazo.
 4. Establecer una radiografía de los sujetos autores de los comentarios, lo que permite inferir características muy puntuales de la personalidad y establecer un perfil de la posición social, económica y educativa de las personas, así como sus gustos, intereses y aficiones.
- Aunque en Narratopedia la mayoría de usuarios piensa que se esta fomentando un sentido de comunidad, impulsado por el pensamiento compartido y una conciencia de colectividad, esta noción aun es difusa. El hecho de que no exista un nivel significativo de mutuo reconocimiento entre pares, indica falencias

dentro de la supuesta comunidad que se esta creando. Tan solo existen dos sujetos fácilmente identificables dentro de este enorme grupo. A pesar que ellos tienen un papel relevante en las dinámicas de creación y publicación, en realidad esta sería una comunidad en construcción, compuesta por sujetos anónimos, donde las identidades son difusas.

- En Narratopedia la identidad se define por medio de las narraciones publicadas y no por medio de descripciones preconcebidas como en el caso de los perfiles de Facebook. Se constituye un mecanismo diferente de conocer a los usuarios, que utiliza las publicaciones como herramientas para definir gustos y particularidades de la personalidad, sin necesitar los tradicionales datos personales o fotografías. Algunos usuarios ya logran identificar el sello y estilo único de un par de sujetos por medio de los aportes publicados.
- 80% afirmó que les gustaría utilizar el Minichat de la página para establecer una conversación en tiempo real con otro usuario. Actualmente, el Minichat funciona como un tablero de avisos clasificados, mas no como una herramienta que permita establecer una comunicación sincrónica. Este resultado pone fin a las dudas respecto a si la gente realmente apreciaría esta herramienta. Esta sería una necesidad latente, la mayoría de usuarios estarían interesados en utilizar el Minichat para hablar en línea, así que los desarrolladores de la página deberían pensar en llenar ese vacío.
- Debido a que en la Web 2.0 el énfasis esta en lo social, los protagonistas de las paginas son los usuarios, quienes les dan vida y dinamismo. En Narratopedia los sujetos destacados son Omar Henry Vega e Hilda romero, quienes constituyen un motor fundamental que define varios procesos interactivos y alimenta el grupo.
- En Narratopedia y en otros escenarios de la Web 2.0, existe una gran libertad para publicar contenido, lo que provoca una sobreoferta de información desorganizada. Ni siquiera la presencia de los Motores Narrativos ha logrado jerarquizar y organizar la información, ya que estos no han sido tomados en

cuanta para crear las narraciones. Los usuarios han ejercido la facultad de subir libremente sus productos, motivados por un interés propio y espontáneo, ignorando los parámetros establecidos.

- Durante el tiempo que se observó Narratopedia, tuvo lugar solo una actividad de Cadáver exquisito, donde participaron algunos usuarios. Este proceso de colaboración logró momentáneamente establecer una dinámica de interacción y comunicación. Sin embargo, todos los sujetos encuestados dijeron que nunca habían participado en una actividad de este tipo, y aun así, afirmaron que perciben a Narratopedia como un espacio que promueve la creación colectiva.
- El paradigma de la Creación colectiva es una figura representativa de Narratopedia, porque aunque aun no se ha desarrollado por completo, los usuarios la exigen, la identifican como la razón de ser de la página, como escenario perfecto para interactuar con los demás y manifiestan su interés por tomar la iniciativa para empezarla. Se ha convertido en un interés común.
- Narratopedia y Facebook son espacios que permiten la activa interacción interpersonal virtual, según los usuarios.
- Tanto en Narratopedia como en Facebook se confirma la dimensión social de la Web 2.0, ya que la presencia del “otro” es muy importante. Las percepciones, opiniones y sugerencias de los demás resultan determinantes. El usuario existe en la medida en que hay otros usuarios a su lado. Se publica en función de mostrar, por eso, todo se planea para satisfacer al exigente público y venderle una imagen ideal. Existe una clara tendencia a ser visto. La publicación de imágenes e información personal es una forma clara de llamar la atención. Especialmente en Facebook, se presenta un caso de interacción donde se hace sumamente importante lo que los demás conozcan y piensen de uno mismo. El auge de publicar álbumes de fotografías es un claro indicio del afán por lucirse. Si alguien sube las fotos en Facebook, es con la explícita intención de que los demás las vean. La posibilidad de etiquetar las imágenes con los nombres de los

individuos que allí aparecen, refuerza la intención de hacer público cualquier evento privado.

- Aunque la Web 2.0 hace énfasis en el desarrollo del aspecto social, las conexiones interpersonales originadas allí pocas veces trascienden la virtualidad. La mayoría de usuarios aun desconfía sobre la posibilidad de conocer personas nuevas vía on-line. Ellos prefieren utilizar los escenarios virtuales para establecer contacto con quienes ya conocen presencialmente, y así fortalecer dichas relaciones. La posibilidad de establecer nuevos vínculos sociales no es tan atractiva. De hecho, es poco factible que los escasos contactos adquiridos por medio de la Web pasen al contexto cara a cara. Sin embargo, es más probable que en Facebook se logren encuentros con desconocidos que en Narratopedia. Esto se debe a que Facebook tiene todas las características de una red social, y por lo tanto, facilita el acercamiento con personas nuevas.
- La estructura de Facebook esta diseñada para la divulgación. Es clara la intención de que el usuario conozca todo lo que hacen sus amigos. Aquí lo privado se hace publico, los cibernautas se exponen como en una vitrina para adquirir protagonismo en la mente de sus semejantes y tener la posibilidad de interactuar mucho mas con ellos. La gran mayoría de usuarios tienen una evidente necesidad de exponerse, exhibir una vida social activa, demostrar una enorme cantidad de amigos y el alto nivel de sociabilidad que se tiene.
- En Facebook, todo es diciente, todo es indicativo de algo. La información flotante se presta para hacer todo tipo de interpretaciones y conjeturas. La gente que visita los perfiles suele hacer deducciones a partir de lo publicado o compartido. Lo más grave es que a menudo los usuarios no tienen esto en cuenta, y ponen a la vista pública información clave que dice mucho sobre el estilo de vida, la personalidad, las amistades, la posición social, entre otros datos determinantes.

- En Facebook se encontraron muchos mecanismos que posibilitan la interacción interpersonal, más que en Narratopedia. Tanto así, que es necesario clasificarlos en dos tipos: explícitos e implícitos.

Mecanismos de interacción explícitos:

1. Correspondencia de mensajes privados en Inbox. Este es el mecanismo de interacción preferido por los usuarios. Presenta las mismas características de interacción de un correo electrónico normal. La gente prefiere este método tradicional, en lugar de las otras posibilidades novedosas que les ofrece Facebook, ya que la privacidad es una característica muy apreciada a la hora de interactuar.
2. Escribir mensajes mutuamente en el Wall (muro). Este mecanismo fue el segundo preferido por los usuarios para interactuar. Cumple una función similar al Inbox, solo que el wall es público y el Inbox es privado.
3. Escribir comentarios para acciones específicas: actualización del estado, confirmación de asistencia a un evento, publicación de fotografías, vinculación a un grupo o club de fans, etc. La interacción con los amigos en Facebook adquiere grandes dimensiones cuando ellos tienen la posibilidad de opinar, criticar, sugerir y hasta burlarse del contenido publicado. Aquí se promueve evidentemente la retroalimentación por parte de quienes observan las publicaciones, ya que la opción de comentar está en casi todas partes.
4. Chat. Por ahora es una herramienta de bajo perfil, en relación a otras funciones más exitosas como el Wall, la posibilidad de publicar fotografías, de unirse a grupos o de localizar personas. Sin embargo, su acogida va en aumento.
5. Participar conjuntamente en juegos o actividades en línea (aplicaciones).

Mecanismos de interacción implícitos:

1. Exhibicionismo. Facebook se constituye como una herramienta para ver y ser visto. Allí los deseos de mostrarse y de entrometerse en la vida de los demás, han funcionado como un puente para entrar en contacto con otras personas y han servido para definir una imagen propia apta para vender. “Entre más me muestro, más opciones tengo de interactuar con los demás”.

2. Mantenerse informado sobre cada movimiento de los amigos. Esta función podría considerarse como una forma de interacción social pasiva, ya que aunque no se establece un contacto directo con los demás usuarios en tiempo real, se esta entablando una relación comunicativa asincrónica, que permite mantener cierto contacto y aumentar la cercanía afectiva.

3. Agruparse. Los grupos generan una identidad compartida y un sentido de pertenencia muy satisfactorio. Agruparse podría ser un mecanismo de interacción interpersonal explícita cuando se utiliza el “Discusión board”, un espacio para proponer temas de discusión relacionados con la temática principal del grupo, que incita a la participación activa y al debate. Pero se detectó que la tendencia generalizada en los grupos es mantenerse pasivo sin utilizar herramientas como esta. Sin embargo, la interactividad entre los miembros aumenta proporcionalmente de acuerdo al aumento en la cantidad de los elementos publicados, ya sean fotos, links de noticias, videos, comentarios, archivos de audio, eventos, etc.

4. Búsqueda de personas. Facebook se ha convertido en un puente de conexión para personas que creíamos desaparecidas, reconstruyendo vínculos perdidos, restableciendo relaciones sociales perdidas en el tiempo. Esta página tiene un alto nivel de efectividad a la hora de localizar personas, y la gran mayoría de usuarios la ha utilizado para este fin.

- En Facebook, en general, los usuarios prefieren interactuar entre si por medio de comunicación asincrónica, en lugar de comunicación sincrónica. Ellos prefieren la correspondencia tradicional de mensajes, en tiempo diferido.
- Facebook le ha dado un nuevo significado al sentido de agruparse, al democratizar la posibilidad de fundar grupos. Pero a menudo sucede que la creación de estos se convierte en un juego sin mayores pretensiones. La mayoría de las agrupaciones no tiene una base sólida que fomente algo más que la simple reunión de usuarios, por eso quienes están en un grupo son entes pasivos que se limitan a hacer presencia, sin comprometerse ni aportar. Aun así, unirse a un grupo es una de las acciones más populares en Facebook.

- Facebook refleja una característica muy importante de la Web 2.0, la información llega a nosotros por defecto. Ella llega a nosotros sin que la busquemos. Esto representa una ventaja ya que los usuarios a menudo se interesan por mantenerse informados sobre todo lo que hacen sus amigos. Tanto así, que a menudo el deseo de saber más, se confunde con el morbo. Pero finalmente tal cantidad de información termina volviéndose innecesaria e inútil.
- A la mayoría de usuarios les preocupa el manejo de su privacidad en Facebook. Aunque esta página afirma que le ofrece al usuario herramientas para controlar la información que muestra y para seleccionar quienes tienen acceso a ella, resulta muy difícil mantener un manejo efectivo de todo. Diariamente circula libremente mucha información personal, lo que provoca que muchos se enteren de ciertos detalles que algunos preferirían ocultar. Facebook debería ser más clara respecto a las opciones de privacidad y circulación de datos.
- En Facebook se construye una identidad definida, lista para ser mostrada. Se muestran personalidades prefabricadas que a menudo intentan mejorar la autoestima. Abundan falsas identidades, que se basan en mentiras y proyectan una imagen que difiere mucho de la realidad. Se ocultan defectos y se resaltan o crean virtudes. Allí predominan sujetos idealizados, felices y perfectos.
- Facebook ha entrado en nuestra vida cotidiana, hasta el punto de cambiar la forma como interactuamos con los demás. En algunos casos específicos se le ha restado importancia a la interacción presencial. Facebook cumple una labor de puente y de mediador, entre los sujetos que pretenden entablar algún tipo de contacto. El acercamiento virtual se ha vuelto algo indispensable, e incluso ha generado relaciones de dependencia, especialmente entre los jóvenes.
- Aunque Facebook aventaja a otras redes sociales gracias al enorme desarrollo que se le ha dado a las aplicaciones, estas no son tan importantes para el usuario, no son imprescindibles. Ellos consideran que lo atractivo de Facebook no son las aplicaciones sino la posibilidad de establecer o mantener contacto con otras personas.

- Facebook ha ejercido una enorme influencia en los ámbitos social, político y cultural. Ha sido escenario de movimientos sociales y de acontecimientos importantes. Prácticamente se ha convertido en un indicador de la sociedad, donde se detectan fenómenos y tendencias compartidas, y donde se simulan muchas situaciones de la vida presencial.
- La Web 2.0 ha introducido nuevas facilidades tecnológicas que han impulsado la participación y la intervención activa de los navegantes. Dentro de esta nueva generación, todo gira en torno al usuario, y especialmente, a la sociabilidad. Los procesos de comunicación e interacción fluyen con mayor facilidad en este entorno, donde todo lo existente es una clara invitación para entrar en contacto con los demás.

Anexo 1

Cuestionario Narratopedia

Nombre _____

Edad _____

Ocupación _____

1. ¿Qué representa para usted Narratopedia?

- a. Un espacio para publicar narraciones
 - b. Una herramienta para establecer o mantener contacto con otras personas
 - c. Una comunidad en línea
 - d. Una plataforma que promueve la creación colectiva
 - e. Otra, cual? _____
-

2. ¿Considera que Narratopedia le brinda la oportunidad de interactuar con otros usuarios?

- a. Si
- b. No

3. ¿Considera que Narratopedia esta generando un sentido de comunidad entre sus usuarios?

- a. Si
- b. No

4. ¿Qué significa para usted la posibilidad de escribir comentarios para cada narración que lee?

- a. Opinar sobre la narración que acaba de leer
 - b. Aportar algo nuevo a la narración
 - c. Darle sugerencias al autor sobre su creación
 - d. Interactuar con otros usuarios para discutir el tema de la narración o temas similares.
 - e. Otra, cual? _____
-

6. ¿Toma en cuenta los comentarios de los demás usuarios para escribir los propios?

- a. Si
- b. No

7. Por medio de Narratopedia, ¿Ha establecido contacto con usuarios que no conocía antes?

- a. Si
- b. No

¿Algún comentario u opinión sobre Narratopedia o sobre las preguntas que acaba de leer?

Anexo 2

Cuestionario Facebook

Nombre _____

Edad _____

Ocupación _____

1. ¿Qué representa Facebook para usted?

- a. Una herramienta para establecer o mantener contacto con otras personas
- b. Una comunidad en línea
- c. Un espacio para publicar fotografías, videos, comentarios, entre otros elementos.
- d. Una plataforma que reúne diversas aplicaciones como juegos, quices, actividades, etc.
- e. Una pagina de ocio y entretenimiento
- f. Otro,¿Cuál? _____

2. ¿Considera que Facebook le brinda la oportunidad de interactuar con otras personas?

- a. Si
- b. No

3. ¿Qué es lo primero que observa en el perfil de otro usuario? (Organice las siguientes opciones, siendo 6 el mas importante y 1 el menos importante)

- a. La fotografía de perfil
- b. La información personal
- c. El Wall (muro)
- d. Quienes están en la lista de amigos
- e. Los álbumes de fotografías
- f. Las aplicaciones
- g. Otro¿Cuál? _____

4. ¿Qué criterio toma en cuenta para seleccionar la información e imágenes que publica en su perfil? (Organice las siguientes opciones, siendo 6 el mas importante y 1 el menos importante)

- a. Gusto personal
- b. La posibilidad de que los demás vean y comenten lo publicado.
- c. Atraer nuevos amigos
- d. Conseguir pareja

- e. La posibilidad de establecer contactos laborales
- f. Que sus amigos cercanos conozcan un poco mas de usted mismo
- g. Otro, ¿Cuál?

5. ¿Qué significa para usted el Wall (muro)?

- a. Es un espacio para escribir comentarios
- b. Es una herramienta para dar a conocer las últimas acciones realizadas en Facebook.
- c. Es un indicador que revela la vida social de una persona.
- d. Es una guía para descubrir cómo es una persona, y cómo lo perciben sus amigos.
- e. Otro, ¿Cuál? _____

6. ¿Alguna vez se ha unido a un grupo o club de fans en Facebook?

- a. Si
- b. No

Si su respuesta es afirmativa, conteste las siguientes dos preguntas

7. ¿Cuál es la razón mas influyente para unirse a un grupo o club de fans?

- a. Esta de acuerdo con la idea principal que propone el grupo.
- b. Un amigo o conocido se lo recomendó
- c. Tiene intenciones de ampliar o mejorar el grupo
- d. Quiere aportar ideas nuevas o agregar nuevo material (imágenes, temas de discusión, links, noticias, videos, etc)
- e. Otra, ¿Cuál? _____

8. Cuando se une a un grupo o club de fans, usted:

- a. Esta pendiente de toda la información que pueda adquirir a través de él (imágenes, temas de discusión, links, noticias, videos, etc)
- b. Publica algún tipo de contenido para el grupo
- c. Establece contacto con otros miembros
- d. Establece contacto con el administrador del grupo para que le asigne un papel relevante dentro del grupo, ya sea siendo otro administrador o agente.
- e. Simplemente se une al grupo y no hace nada más
- f. Otra, ¿Cuál? _____

9. ¿Ha establecido contacto con alguien que no conoce físicamente por medio de Facebook?

a. Si b. No
10. Si su respuesta anterior es afirmativa, ese contacto ha sido:

- a. Solo virtual
- b. Solo presencial
- c. Virtual y presencial

11. ¿Alguna vez ha utilizado Facebook para buscar un pariente o amigo con quien había perdido contacto?

a. Si b. No

¿Lo encontró?

a. Si b. No

12. ¿Le interesa conocer los últimos acontecimientos en la vida cotidiana de sus amigos por medio de Facebook?

a. Si b. No

13. ¿Le interesa conocer las acciones mas recientes de sus amigos dentro de Facebook? (Comentarios que han hecho, fotos donde han sido taguados, que escribieron en su estado, aplicaciones que han utilizado, a quienes agregaron en su lista de amigos, etc)

a. Si b. No

14. ¿Le preocupa el manejo que Facebook le da a su información personal?

a. Si b. No

15. ¿Con que frecuencia utiliza el Chat de Facebook?

- a. Nunca
- b. A veces
- c. La mayoría de las veces que entra a Facebook
- d. Siempre que entra a Facebook

16. ¿Cuál de las siguientes situaciones le parece mas efectiva para establecer una dinámica de interacción entre usuarios en Facebook? (Organice las siguientes opciones, siendo 5 el mas importante y 1 el menos importante)

- a. Escribir mensajes mutuamente en el Wall (muro)
- b. Correspondencia de mensajes privados en Inbox
- c. Dialogo en tiempo real a través del Chat
- d. Participar conjuntamente en juegos o actividades en línea (aplicaciones)

e. Escribir comentarios para acciones específicas: actualización del estado, confirmación de asistencia a un evento, publicación de fotografías, vinculación a un grupo o club de fans, etc.

f. Otra, ¿Cuál? _____

¿Algún comentario u opinión sobre Facebook o sobre las preguntas que acaba de leer?

Bibliografía

Aragón, M. (2004) “Información recogida a través de instrumentos: El cuestionario” [en línea], disponible en <http://antalya.uab.es/athenea/num3.pdf>, recuperado: 3 de noviembre de 2008

Ardèvol, E.; Bertrán, M.; Callén, M.; Pérez, C. (2003). “Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea”. [en línea]. Disponible en: <http://antalya.uab.es/athenea/num3/ardevol.pdf>, recuperado: 3 de noviembre de 2008

Aruguete, G. (2001) “Jornadas sobre gestión en organizaciones del tercer sector” [en línea]. Disponible en: http://www.tercersector.net/php/general.php?seccio=sc_pon_pon&tipus=3&idioma=Cse, recuperado: 10 de diciembre de 2008

Bernardo, J. (2006), *El sistema de la comunicación mediática. De la comunicación interpersonal a la comunicación global*, Valencia, Tirant Lo Blanch.

Brea, J. (2007), *Cultura RAM. Mutaciones de la cultura en la era de su distribución electrónica*, Madrid, Gedisa.

Castells, M. (2001), *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*, Barcelona, Areté.

Cobo, C, Pardo, H, (2007), “Planeta web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food.” [en línea], disponible en: <http://www.planetaweb2.net/>, recuperado: 20 de Mayo de 2008.

Dery, M. (1998), *Velocidad de escape. La cibercultura en el final del siglo*, Madrid, Siruela.

Flichy, P. (2003), *Lo imaginario de Internet*. Madrid, Tecnos.

Fumero, A, Roca, G, (2007), “Web 2.0” [en línea], disponible en: http://www.fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/publi_253_11.asp, recuperado: 20 de mayo de 2008.

Gálves, A, Tirado, F. (2006), *Sociabilidad en pantalla, Un estudio de la interacción en los entornos virtuales*. Barcelona, UOC.

Gés, M. (2007), “La cultura telemática y el desarrollo.” [en línea], disponible en: <http://www.lafactoriaweb.com/articulos/marcel2.htm>, recuperado: 22 de agosto de 2007.

Gibson, W. (1990), *Neuromante*, Barcelona, Minotauro.

- Hernandez, Garcia I. (comp.), (2005), *Estética, ciencia y tecnología. Creaciones electrónicas y numéricas*, Bogota, Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Horrigan, J. (2001) "Online communities. Networks that nurture long-distance relationships and local ties", [en línea], disponible en: http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Communities_Report.pdf, recuperado: 29 de Octubre de 2007.
- Howard, P. y Jones, S. (edits.), (2005), *Sociedad on-line. Internet en contexto*, Barcelona, UOC.
- Kember, S. (2003), *Cyberfeminism and artificial life*, Londres, Routledge.
- Lenhart, A, Madden M, Rankin, A, Smith, A, (2007) "Teens and social media. The use of social media gains a greater foothold in teen life as they embrace the conversational nature of interactive online media." [en línea], disponible en: http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Teens_Social_Media_Final.pdf, recuperado: 28 de Octubre de 2007.
- (2007) "Social networking websites and teens. An overview." [en línea], disponible en: http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_SNS_Data_Memo_Jan_2007.pdf, recuperado: 28 de Octubre de 2007.
- Levy, P. (1999), *¿Qué es lo virtual?*, Barcelona, Paidós.
- Lopez, G. (2005), *Modelos de comunicación en Internet*. Valencia, Tirant Lo Blanch.
- Lunenfeld, P. (1999), *The digital dialectic. New essays on new media*. Massachusetts, Cambridge.
- Martínez Ojeda, B. (2006), *Homo digitalis. Etnografía de la cibercultura*, Bogotá, Editorial Universidad de los Andes.
- Navarro, P. (1997). "Internet como dispositivo de interacción virtual" [en línea], disponible en: <http://www.netcom.es/pnavarro/Publicaciones/InternetDispoInteracVirtua.html>, recuperado: 22 de agosto de 2007.
- Nora, D. (1997), *La conquista del ciberespacio*, Barcelona, Andrés Bello.
- O'Reilly (2006), "Qué es Web 2.0. Patrones del diseño y modelos del negocio para la siguiente generación del software" [en línea], disponible en: <http://sociedaddelainformacion.telefonica.es/jsp/articulos/detalle.jsp?elem=2146>, recuperado: 29 de julio de 2008
- Orihuela, J. (2005) "Excelencia e innovación en medios de comunicación" [en línea], disponible en: <http://weblog.educ.ar/education-tics/archives/007306.php>
- Packer, R. (2002), *Multimedia from Wagner to virtual reality. the essential reader in the history of the digital multimedia*, Londres, W.W. Norton & Company.

- Pereira, J. y Villadiego, M. (eds), (2005), *Tecnocultura y comunicación*, Bogotá, Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Pérez Tapias, J. (2003), *Internautas y naufragos : la búsqueda de sentido en la cultura digital*, Madrid, Trotta.
- Preece, J. (2000), *Online communities. Designing usability, supporting sociability*, New York, Jhon Wiley.
- Pintos, J. (2006), *Proyectar imaginarios*, Bogotá, Editorial Universidad Nacional de Colombia, Instituto de Estudios en Comunicación y cultura.
- Puelles, A. (2003), *Carta al homo ciberneticus. Un manual de ciencia, tecnología y sociedad activista para el siglo XXI*, Madrid, Edaf.
- Queau, P. (1998), *La Revolución digital. Individuo y colectividad en el ciberespacio*, en *Revista de Occidente*, núm, 206, pp. 5-156.
- Rheingold, H. (1996), *La comunidad virtual. La sociedad sin fronteras*, Barcelona, Gedisa.
- Rodríguez, (2004) “Información recogida a través de instrumentos: La encuesta” [En línea], disponible en <http://antalya.uab.es/athenea/num3.pdf>, recuperado: 3 de noviembre de 2008
- Sáenz, M. y Víctor M, (eds.), (2004), *La red es de todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de la red*, Madrid, Popular.
- Sáez, E. (2000), “Internet como espacio de interacción social”. [en línea], disponible en: <http://apolo.uji.es/Emilio/ciber/1.2.html>, recuperado: 26 de Agosto de 2007.
- Sain, G. (2007), “Comunicación interpersonal en Internet. Interacción en el IRC (chat)”. [en línea], disponible en: <http://www.hipersociologia.org.ar/papers/gsainsp.htm>, recuperado: 2 de Septiembre de 2007.
- Simone, R. (2001), *La tercera fase. Formas de saber que estamos perdiendo*. Madrid, Taurus.
- Stefik, M. (1999), *The internet edge social, legal, and technological challenges for a networked world*, Londres, Massachusetts institute of technology.
- Surowiecki, J. (2004) *The wisdom of the crowds*, New York, Random House.
- Thielen, D. (1994), *Writing windows virtual device drivers*, Massachusetts, Addison-Wesley.
- Trejo Delarbre, R. (2006), *Viviendo el Aleph. La sociedad de la información y sus laberintos*, Barcelona, Gedisa.
- Turkle, S. (1997), *La vida en pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet*, Barcelona, Paidós.

Villanueva, E. (2006), *Comunicación interpersonal en la era digital*, Bogotá, Norma.

Wolton, D. (2000), *Sobrevivir a Internet*, Barcelona, Gedisa.

Yus, F. (2001), *Ciberpragmatica. El uso del lenguaje en Internet*, Barcelona, Ariel.

Zamora, M. (2007), “Redes sociales en Internet” [en línea], disponible en:
<http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/>, recuperado: 2 de diciembre de 2007.