

Citar: Apellidos, N. (2015) "Título", en: González García, E.; García Muñiz, A.; García Sansano, J. e Iglesias Villalobos, L. (Coords.). *Mundos emergentes: cambios, conflictos y expectativas*. Toledo: ACMS, pp.

INTERNET Y REDES SOCIALES: ¿CAMINAMOS HACIA UNA NUEVA COMUNICACIÓN?

Álvaro Madrigal Barrón. *Universidad Rey Juan Carlos*

RESUMEN

Los seres humanos hemos construido distintos grupos sociales para poder sobrevivir desde nuestros comienzos. En esos inicios se contaba con unas conexiones entre un menor número de personas. Debido al crecimiento de la población, van a surgir las grandes ciudades y las personas comienzan a desarrollar diferentes nexos de unión con otras, que van a consistir en un aumento de las personas con las que están conectadas. Entre los primeros humanos estas relaciones eran más estrechas pero no superaban el entorno familiar o de la comunidad de pertenencia. Hoy en día también contamos con conexiones en numerosos ámbitos, tales como el trabajo, la universidad, el bar, etc.

El sociólogo Duncan Watts, recogió en su libro “Six Degrees: The Science of a Connected Age” la Teoría de los Seis Grados por la cual defendía la posibilidad de unir a una persona a otra distinta, de cualquier parte del planeta, en solo seis saltos, pero también se ofrecía otro dato de gran interés: cada persona conocía de media a unas 100 personas. Sin embargo, el avance social de las últimas décadas ha traído consigo un aumento de las conexiones entre personas y con la llegada de las denominadas “Tecnologías de la Información y la Comunicación” y posteriormente de las “Redes Sociales de Internet” el dato ofrecido por Duncan Watts ha quedado escaso.

Con este aumento de relaciones y la facilidad de conocer y conversar con otras personas gracias a Internet y las plataformas sociales, la comunicación ha iniciado una nueva era en la que tiene más importancia que nunca para la sociedad. Ese protagonismo nos hace realizar una serie de preguntas que debemos responder: ¿Nos comunicamos igual que antes? ¿La comunicación es mejor o peor? ¿Más directa o menos personal? ¿Cuáles son los beneficios y los detrimentos de esta nueva era?

Palabras clave:

Comunicación, Redes Sociales, Tecnologías de la Información y la Comunicación, Internet, Twitter

Índice:

1) Introducción. 2) Las Tecnologías de la Información y la Comunicación: Construyendo una Sociedad de la Información. 3) Las Redes Sociales de Internet. 4) Twitter: Casos de comunicación en la red de los 140 caracteres. 5) Conclusiones. 6) Bibliografía.

INTRODUCCIÓN

La comunicación es una característica clave en la construcción y mantenimiento de las sociedades. Los seres humanos nos comunicamos de muchas maneras, verbales y no verbales, en todas las interacciones que realizamos entre miembros de la sociedad.

La evolución de la sociedad ha traído un cambio también en la forma de comunicarnos. Los seres humanos nos comunicamos con gestos, con la voz, con dibujos, con la escritura, con fotografías, con vídeos, entre otras formas.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han traído consigo una unificación de todas las formas de comunicación entre los seres humanos, lo que ha facilitado la difusión de información entre los miembros de la sociedad.

Si hasta su aparición las relaciones más directas se debían hacer cara a cara o manteniendo conversaciones por teléfono, hoy en día con encender un dispositivo puedes ver, escuchar y hablar a una persona que está a miles de kilómetros, escribir un texto y que lo puedan leer centenares, miles o millones de personas en pocas horas.

Una de las herramientas más destacadas entre las TIC y el avance sufrido en comunicación fue Internet y la web. Entre las páginas web, en los últimos años, se han asentado las llamadas “Redes Sociales de Internet” que buscan conectar personas o colectivos, ya sean empresas, instituciones públicas u otro tipo, entre ellos y comunicarse de una forma más sencilla.

En el presente texto se ha analizado el recorrido de las TIC y el avance hacia una Sociedad de la Información para luego realizar un estudio de las Redes Sociales, en concreto Twitter, y los ejemplos de nueva comunicación que han surgido gracias a dicha plataforma para responder a ciertas preguntas: ¿Nos comunicamos mejor o peor que antes? ¿Se trata de una nueva comunicación más directa o por el contrario es menos personal? ¿Cuáles son los beneficios y los detrimentos de esta nueva era?

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación: Construyendo una Sociedad de la Información

El término de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) aparece definido por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) como “aquellos dispositivos que capturan, transmiten y despliegan datos e información electrónica [...]” (OCDE, 2002).

Otra definición fue aportada por Martínez Sánchez (1996, p. 102), que define a estas tecnologías como los “medios de comunicación y de tratamiento de la información que van surgiendo de la unión de los avances propiciados por el desarrollo de la tecnología electrónica y las herramientas conceptuales, tanto conocidas como aquellas otras que vayan siendo desarrolladas como consecuencia de la utilización de estas mismas nuevas tecnologías y del avance del conocimiento humano.”

En definitiva podemos generalizar y considerar que “las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación son las que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no solo de forma aislada, sino lo que es más significativo de manera interactiva e interconexiónadas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas”. (Cabero, 1998, p. 198)

Características y valores de las Tecnologías de la Información y la Comunicación

Definido el concepto, es preciso analizar las características que se comentan en las definiciones y los valores principales de las TIC de cara a comprender el cambio de paradigma que han generado en nuestra sociedad (Cabero, 1998):

Son herramientas que abren un abanico de posibilidades y ayudan a las personas y sociedades a comunicarse y tratar información, ya sea en forma de texto, imagen y/o sonido.

La innovación continua persigue a estas tecnologías, por lo cual, su crecimiento es siempre exponencial.

La interconexión e interactividad son posiblemente las dos características más importantes. Además de realizar una interacción con el propio usuario, una TIC por si sola, puede ofrecer infinidad de posibilidades, pero estas aumentan cuando se relacionan entre ellas.

Su instantaneidad ofrece una transmisión de información en periodos de tiempo reducidos. Esta característica esta estrechamente relacionada a que las TIC crean procesos automatizados que facilitan su uso y aumentan sus posibilidades.

El uso de las TIC ha sido generalizado y se encuentran presentes en todos los ámbitos de nuestra sociedad.

Los diversos tipos de Tecnologías de la Información y la Comunicación

Las TIC son dispares y engloban tanto antiguas tecnologías como las nuevas que han surgido desde entonces y podrían surgir en un futuro. De cara al estudio que se ha realizado las más importantes son los ordenadores, Internet, los dispositivos móviles y las conexiones inalámbricas.

Ordenadores e Internet

Desde las décadas de los ochenta y los noventa el uso de ordenadores ha sido común en los hogares (Guillén Caramés, 2010: 21), ofreciendo infinitas posibilidades como la ofimática, la digitalización de documentos, entre otras utilidades. No obstante el uso de ordenadores se remonta a comienzos del siglo XX (Olviva, Gutiérrez Fernández, López Santa Cruz y Torrecilla Peñuela, 1998).

Internet, en cambio es más reciente. Estados Unidos fundó en 1958 la Advanced Researchs Projects Agency (ARPA) con la intención de generar comunicaciones entre ordenadores militares de forma directa y en 1967 se presentó el proyecto ARPANET que logró sus objetivos y que avivó la investigación en otros países. En 1982, el número de redes similares a ARPANET comenzó a generar un escenario caótico y se adoptó el protocolo TCP/IP, creando así la International Net: Internet. (Hobbes Zakon, 2015)

En 1992, en la Exposición Universal celebrada en Sevilla, “desfilaron por los diferentes pabellones de la ciudad andaluza las más avanzadas tecnologías procedentes de todo el mundo. Sin embargo, la palabra Internet no aparecía por ningún sitio. Diez años después, Internet no solo es el tejido de nuestras vidas, es un medio para todo, que interactúa con el conjunto de la sociedad[...]” (Criado Grande, Ramilo Araujo y Salvador Serna, 2002: 4).

El punto de inflexión de Internet surgió en 1991 cuando Tim Berners-Lee, que llevaba trabajando en el proyecto desde dos años antes, publicaba la primera World Wide Web (WWW). Si bien, el uso de Internet era más profesional, este hecho supuso el comienzo de una etapa de universalización de Internet, y fomentó el uso de ordenadores, que fomenta la inclusión de los hogares como actores y usuarios/consumidores clave.

Manuel Castells (2000: 3) ya avanzaba que “en todo el planeta los núcleos consolidados de dirección económica, política y cultural estarán también integrados en Internet”. Y es que, desde entonces, la web avanza de forma exponencial en el siglo XXI. Su evolución ha logrado un cambio de páginas en las que se puede consumir información hacia lugares donde los usuarios y usuarias participan, crean y difunden contenido, además de poder comunicarse entre si. Un ejemplo de estas páginas más participativas son las Redes Sociales de Internet, que son objeto de análisis de este artículo.

Dispositivos móviles y el paradigma de las conexiones inalámbricas

A la hora de analizar las Tecnologías de la Información y la Comunicación es preciso hacer referencia a los nuevos dispositivos móviles que al igual que los ordenadores se han convertido en herramientas imprescindibles a la hora de comunicarnos y consumir información (Telefónica, 2014).

Los dispositivos móviles son “micro-ordenadores que son lo suficientemente ligeros como para ser transportados por una persona, y que disponen de la capacidad de batería suficiente como para poder funcionar de forma autónoma.” (Tardáguila Moro, 2009: 4). Los teléfonos móviles, asistentes digitales personales –comúnmente llamados PDA, siglas en inglés–, teléfonos inteligentes o smartphone, libros electrónicos o las tablets son algunos ejemplos, entre otros muchos, de dispositivos móviles. (Morillo Pozo, 2011)

Sin olvidar todos los demás, los teléfonos móviles, su posterior avance a los smartphone y las tablets tienen una gran importancia en la conceptualización de la Administración Electrónica. (Linares Barañón, 2012: 41)

En 1973 Martin Cooper, considerado padre de la telefonía móvil, realizaba la primera llamada a través de uno de esos dispositivos, robustos y con la única función de transmitir voz. (Martínez, 2001).

El sistema era analógico hasta que se introdujo la telefonía digital con las denominadas redes GSM –Global System for Mobile communications–. Este avance posibilitaría que los teléfonos móviles recopilaran y transmitieran mucho más que voz: textos, sonidos, imágenes, etc. Este proceso también logró una universalización de los teléfonos móviles y que se comenzarán a realizar llamadas, enviar y recibir mensajes de texto, programar alarmas, entre otras funciones. (Flores Galea, 2009: 1-3)

La red y los servicios fueron avanzando pasando por varias generaciones, al igual que progresaban los terminales. Aunque en la segunda generación ya contaban con acceso a Internet, es con la llegada de la tercera generación o el denominado 3G, cuando los móviles comenzarían a tener acceso a mayor velocidad y capacidad. En este momento es cuando los teléfonos móviles comienzan a realizar funciones similares a los ordenadores: correo electrónico, videoconferencias, acceso a páginas web con todos sus contenidos, etc. (Flores Galea, 2009: 4-6)

Con este avance de la red, que actualmente se encuentra en una cuarta generación o 4G, comenzaron a comercializarse dispositivos con mayor capacidad. Los smartphone o las tablets ofrecen la posibilidad de instalar aplicaciones y acceder, compartir y crear información y otros contenidos desde cualquier lugar. (Morillo Pozo, 2011: 19-25)

Otro de los factores principales a la hora de la movilidad y acceso a la información y comunicación, ha sido la tecnología “Wi-Fi”. Anterior a las generaciones más avanzadas de las redes móviles anteriormente citadas logró conectar dispositivos, no solo móviles, a una banda ancha sin la necesidad de utilizar cables. (COIT, 2004).

La Sociedad de la Información

El avance tecnológico y la proliferación de las TIC, mencionadas anteriormente, favorecen a un acceso universal de la información y la posibilidad de comunicarse con relativa facilidad. Se caminaba hacia una sociedad característica.

El término de Sociedad de la Información (SI), comenzó a utilizarse para referirnos a este fenómeno. El concepto hace referencia “a la creciente importancia que han ido adquiriendo la información y la comunicación desde la década de los setenta del siglo XX” (Criado Grande, Ramilo Araujo y Salvador Serna, 2002: 3).

Las TIC han generado un desarrollo en la sociedad que ha logrado que todos sus miembros, desde los ciudadanos, empresas o Administraciones Públicas, obtengan información y puedan compartirla donde y como prefieran (Telefónica, 2001: 176).

Estas definiciones tienen una perspectiva más europea. Sin embargo, no hay que obviar el significado que obtiene el concepto equivalente en Estados Unidos: la Economía Digital. Este concepto hacía referencia a “la mejora del funcionamiento del mercado, que es el que ha de permitir la emergencia de todos los nuevos servicios que las TIC pueden generar” (Jordana, 1999: 17). Así se lograrían “mercados que funcionan mejor, de manera que la información, principal recurso productivo de este nuevo período histórico, se distribuye de manera más eficiente, eliminando incertidumbres y favoreciendo la libre concurrencia de los actores en presencia para invertir y desarrollar más rápidamente nuevas aplicaciones e innovaciones” (Jordana, 1999: 19).

La perspectiva de Estados Unidos estaba más relacionada con los aspectos económicos de un avance de las TIC, a pesar de ello, no se aleja tanto de la disposición europea, ya que ambas (1) fijan la importancia en la información y (2) mencionan la facilidad de acceso a ella, con lo cual se generarían nuevos actores. (Criado Grande, Ramilo Araujo y Salvador Serna, 2002: 2-3)

La característica principal de la Sociedad de la Información es la universalización de las tecnologías, por consiguiente, de la información y la capacidad de comunicación entre todos los miembros, por ello, es preciso hacer un análisis de la utilización de las TIC para llegar a comprender el contexto en el que nos encontramos en España.

Equipamiento y uso de las TIC en España

El avance en nuestro país de la denominada Sociedad de la Información está reflejado en los datos estadísticos ofrecidos en la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los hogares del Instituto Nacional de Estadística (INE), con datos anuales desde 2006. En ese año, el 57,2% de las viviendas en España contaban con algún tipo de ordenador (se incluyen PC, portátiles y/o tablets) y solo el 39,1% disponían de conexión a Internet. Tras ocho años, el 74,8% de los hogares posee ordenador y el 74,4% tienen conexión a Internet (INE, 2006-2014).

Ambos datos reflejan el crecimiento de las TIC, siendo el más característico el crecimiento de la red de Internet que se ha construido en los hogares españoles y en 8 años casi se ha duplicado. En términos de uso de las TIC, en el primer dato estadístico ofrecido por el estudio del INE, el 60,1% de las personas habían utilizado un ordenador, un 52,3% había utilizado Internet. Transcurridos ocho años, el uso de un ordenador aumentaba hasta el 79,8% de la población y el uso de Internet al 78,6% (INE, 2006-2014).

Como se puede observar comparando los gráficos de equipamiento y uso de ordenadores e Internet, el crecimiento es exponencial. Sin embargo, el porcentaje de uso de Internet o de un ordenador es mayor, esto quiere decir que no es imprescindible tener un ordenador o conexión a Internet para poder disfrutar y utilizar estas tecnologías, se utiliza en el trabajo, centro de estudios, incluso en otros dispositivos gracias a las redes inalámbricas. (Anduiza Perea, Cantijoch Cunnil, Gallego Dobón y Salcedo Maldonado, 2010: 13)

En relación al uso de teléfonos móviles, el mismo estudio del INE realiza un análisis del porcentaje de hogares con uno o más teléfonos móviles. Atendiendo al Gráfico 3, el 96,4% de las viviendas españolas en 2014 contaba con un móvil o más. El avance también ha sido exponencial desde 2006, en cambio en este año ya el 87,2% de los hogares disponía de un teléfono móvil o más. (INE, 2006-2015)

En definitiva, con estos datos se comprueba que el uso de TIC ya no es una novedad y en nuestra sociedad “se ha ido generalizando el uso de las denominadas nuevas tecnologías en todos los ámbitos.” (Guillén Caramés, 2010: 11).

La ciudadanía ha cambiado por completo su forma de comunicarse, también la de recopilar y difundir información. Además, la sociedad actual cuenta con la opción de realizar estas

comunicaciones o la consumición/emisión de información las 24 horas de todos los días de la semana, de una forma más económica y sencilla. (Soengas Perez, Vivar Zurita y Abuín Vences, 2015)

Las Redes Sociales de Internet

El concepto de “Redes Sociales” no es algo nuevo. Fuera de la comunidad científica no se solía utilizar hasta la aparición de las plataformas sociales de Internet. El concepto utilizado en sociología hace referencia a las conexiones entre miembros de una sociedad (Christakis Y Fowler, 2010: 17-45) y las nuevas redes surgidas en Internet tienen sus cimientos en esas conexiones entre personas.

Aunque son un tipo de web más, es la nueva generación de páginas en las que los usuarios no solo consumen información, sino que también la crean y la difunden. Por ello cuentan con gran importancia a la hora de hablar de comunicación, lo que nos hace analizarlas de una forma más detallada que las otros tipos webs.

Según el Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO), las Redes Sociales son “los servicios prestados a través de Internet que permiten a los usuarios generar un perfil público, en el que plasmar datos personales e información de uno mismo, disponiendo de herramientas que permiten interactuar con el resto de usuarios afines o no al perfil publicado” (INTECO, 2009: 7). Son, el ejemplo de la web interactiva donde el usuario pasa de ser un mero espectador a ser actor vital para el funcionamiento de esta.

Aunque el nacimiento de las Redes Sociales data en 1997 con SixDegrees, la consolidación no llega hasta 2003 cuando comienzan a surgir páginas como MySpace, con cierto uso musical. En ese año también surge LinkedIn, de carácter más profesional con el fin de encontrar noticias, empleos, recursos, entre otros. (Boyd y Ellison, 2007)

Pero sin duda, el lanzamiento de Facebook trae el verdadero auge de este tipo de páginas web. Esta plataforma que nace en 2003 para universitarios y universitarias de Harvard, con la intención de conectar a todos los y las estudiantes, se lanza a todos los públicos en 2004 y hoy en día es la Red Social más utilizada y con más usuarios registrados. (Boyd y Ellison, 2007) Tras Facebook, surgen decenas de réplicas y nuevas Redes Sociales con distintos objetivos. Twitter, plataforma en la que se pueden escribir mensajes de menos de 140 caracteres, muy apropiada para la difusión de contenidos de actualidad, o Youtube, la plataforma de subida de vídeos.

Internet ya supuso un punto de inflexión para nuestra sociedad, sin embargo con las Redes Sociales se ha creado una nueva forma de comunicarnos y difundir información (ONTSI, 2011: 7) que ha modificado por completo nuestra sociedad.

Twitter: Casos de comunicación en la red de los 140 caracteres

“Inviting coworkers”, este fue el primer tweet, tuit en castellano o mensaje de 140 caracteres como máximo, que se emitió en esta plataforma. Era el inicio de un proyecto que nunca pensarían que podría llegar al fenómeno que es hoy. (Hypertextual, 2011)

El lanzamiento de Twitter surge en 2006, años atrás de otras plataformas como Facebook, Flickr, entre otras. Pero contaba con una característica especial: la sencillez. El usuario que se registraba podía comenzar a emitir mensajes desde el primer momento, mensajes de muy poca extensión. Por eso se le comenzó a denominar, en un momento que los blogs eran una herramienta clave, la plataforma de “microblogging”.

La red social cuenta con otras dos características principales que la diferencian de otras redes. Una de ellas es el “hashtag”, que se reconoce por la almohadilla delante de la palabra o tema en concreto. Por ejemplo, en las pasadas Elecciones Municipales se utilizó por parte de un gran número de usuarios #Elecciones24M y si buscabas en la red social ese hashtag te encontrarías todas los mensajes que hablaban sobre ello.

A través de los temas que la gente comenta se crea otra de las características especiales de Twitter, los “Trending Topic”, una lista de los 10 temas que más se están comentando en la red. Siguiendo el mismo ejemplo de las pasadas elecciones, el hashtag #Elecciones24M recibió un alto número de menciones e interacciones que llevarían a ser uno de los diez temas más comentados de gran parte del día.

Estas dos características ofrecen información continua y alta accesibilidad para leer los mensajes de la gente, ya que en Twitter se tienen seguidores y puedes seguir a otros usuarios, pero puedes leer los mensajes de todos aquellos que tengan su perfil público.

Estas dos posibilidades, junto a otro gran número de características, hacen que Twitter cuente con 255 millones de usuarios activos al mes en todo el mundo (Go&Web, 2014). Más de cinco veces la población de España en esta red social pero ¿qué hacen en Twitter exactamente?

Se trata de una pregunta con varias respuestas, ya que es decisión de cada usuario utilizarla para lo que considere conveniente. En el siguiente punto trataremos tres cuentas que utilizan Twitter de forma muy dispar y con fines propios.

Análisis del uso de Twitter como herramienta de Comunicación

Información y noticias al instante

Se ha seleccionado para este punto el usuario del periodista Fernando Berlín, @radiocable, director de Radicable.com donde presenta La Cafetera, un programa que logra casi todos los días de la semana ser Trending Topic en Twitter.

Fernando Berlín suele usar su perfil para informar y opinar sobre asuntos de actualidad, escribiendo sus propios mensajes o haciendo retweet (reenviar/replicar) a mensajes de compañeros de profesión o de otros usuarios.

Nos encontramos ante el perfil de un periodista tipo que utiliza Twitter para difundir la noticias e información. Sin embargo, no es el único uso ya que utiliza esta red también para realizar preguntas a los que le siguen sobre temas muy dispares, aunque la mayoría políticos, o para debatir con otros usuarios.

Twitter como herramienta de la Administración Electrónica

La Administración Electrónica es “la adopción de las TIC por las Administraciones Públicas, como diferentes vías a través de las que se conectan e interactúan con otras organizaciones y personas, especialmente mediante sus páginas web, pero también a través del correo electrónico y otras herramientas como el teléfono móvil, los PDA, la vídeo conferencia, intranets privadas, extranets, etc.” (Criado Grande y Ramilo Araujo, 2008: 3).

Regulada legalmente en la Unión Europea, España o en las diferentes Comunidades Autónomas y en varios Ayuntamientos, Twitter es una herramienta más que ayuda a las Administraciones Públicas a realizar las tareas.

Para este tipo de cuenta se ha seleccionado el perfil de Atención a la Ciudadanía del Ayuntamiento de Madrid, @LineaMadrid. Este perfil complementa la tarea de las Oficinas

presenciales o la Atención Telefónica de ser un canal de comunicación Ayuntamiento-Ciudadanos/as.

Un ciudadano/a puede escribir un mensaje a este perfil con dudas, para informar de algún asunto o para realizar solicitudes, por ejemplo para limpiar una calle o mejorar un servicio. A diferencia de otros Ayuntamientos, el de Madrid recoge y contesta la gran mayoría de las menciones e incluso en las que requieren la apertura de un proceso se les asigna un número para que el ciudadano pueda seguir ese trámite.

Es sin duda una herramienta muy útil a la hora de acercar las Instituciones a la ciudadanía, ya que se ahorran los desplazamientos a las sedes presenciales, las colas, el papel, etc.

El uso comercial de Twitter

El otro perfil seleccionado ha sido una marca comercial, la de Media Markt, tienda de diversos productos relacionados con la tecnología y que cuenta con un perfil en Twitter que ha servido como referente a otras empresas y a los profesionales del sector de las comunicaciones digitales. Se trata de una marca internacional que cuenta con instalaciones en toda España. Analizamos la cuenta nacional, @MediaMarkt_es, que como marca comercial, tiene objetivo vender sus productos. ¿Cómo lo hace?

Media Markt utiliza Twitter para escuchar las opiniones de los clientes, resolver dudas e incidencias. Hasta ahora un usuario de la marca si, por ejemplo, quería consultar la disponibilidad de un producto tenía que acudir a la tienda o realizar una llamada para ser atendido. En cambio en Twitter, con un pequeño mensaje podría realizar la consulta y ser respondido en breve tiempo. Al igual que si tuviese una queja.

Esta marca, además busca crear comunidad y enganchar a los potenciales clientes. La forma es utilizar Twitter como un canal de contenido relacionado con sus productos y con un tipo de conversación desenfadado, entre bromas, ya que gran parte de los usuarios en Twitter son jóvenes. De esta manera consigue conectar con más gente y dar a conocer su marca.

CONCLUSIONES

Para bien o para mal, se puede comprobar un avance en la sociedad debido a la irrupción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Con la llegada de Internet y dispositivos móviles, se puede acceder a la información en casi cualquier parte y al instante.

Este avance también repercute en la forma de comunicarnos y relacionarnos. Podemos realizar conversaciones en directo por voz desde cualquier parte gracias a los teléfonos móviles o escribirnos y leer lo que nos escriben en tiempo real gracias a las diversas plataformas de mensajería de Internet.

Respecto a las Redes Sociales, han llevado a que podamos compartir textos, voz, vídeos, fotografías y que la vean todas las personas que queramos. El beneficio es que se rompen las barreras del tiempo o la distancia entre las personas. La contra es que no es necesario hacer muchas más interacciones. Si una persona sube un álbum de fotografías, sus amigos en las redes lo ven y no es necesario nada más, sin embargo antes para enseñar las fotografías de unas vacaciones las personas se reunían y las veían juntos, lo que generaba otras formas de comunicación.

En relación al uso de Twitter, la comunicación y la información se ha convertido en algo instantáneo y continuo. Esto es un beneficio y una contra a la vez. Se puede acceder a información de todo tipo, pero al haber esa continuidad a veces es difícil poder recuperar ciertos mensajes.

Otra ventaja y contra es la extensión de los mensajes. Gracias a los 140 caracteres los mensajes son más rápidos de leer y analizar que un texto largo, sin embargo es imposible en muchas ocasiones contraer ciertos mensajes a estas extensiones y se pierde información que podría ser relevante. La solución que ofrece Twitter respecto a esta contra es poder enlazar contenido externo, como por ejemplo una noticia.

De cara a la comunicación entre personas con las Administraciones Públicas, ha roto las barreras burocráticas, ahorrando papel, desplazamientos y tiempo. Hasta ahora era necesario acudir al Ayuntamiento a realizar ciertos trámites, como las quejas, hoy se pueden comunicar a través de mensajes cortos que ayudan además a poder tramitar de forma más rápida. La contra también llega con la extensión, ya que en ocasiones es complicado transmitir un problema en 140 caracteres, por ello Twitter debe ser un complemento y no la única herramienta para algunos trámites.

Una ventaja de Twitter para las Administraciones Públicas es la posibilidad de canalizar peticiones u opiniones que no han ido dirigidas. Por ejemplo, puede que surja un debate en esta red sobre la limpieza de las calles de Madrid y el Ayuntamiento puede seguir las diferentes intervenciones y comprobar las necesidades. Esta plataforma también es útil para que la Administración en concreto emita información hacia los ciudadanos y ciudadanas.

La desventaja más destacable es que no se puede conocer la identidad real de las personas que escriben en Twitter y eso dificulta el trabajo de comprobación de si se trata de mensajes reales o de cuentas falsas que buscan entorpecer las labores de la Administración.

Para las marcas comerciales, Twitter da una oportunidad de un realizar un estudio de tus consumidores, comprobando las opiniones positivas de la marca o las opiniones negativas que debes tener en cuenta para mejorar. Antes era más complicado conocer la satisfacción del consumidor. Este aspecto es favorable para el consumidor, ya que las opiniones son públicas y pueden dar a conocer la calidad de la marca. También sirve como modo de publicidad propia o de anteriores clientes de los productos o servicio que tu marca ofrece y conseguir nuevos consumidores.

Por el contrario, las desventajas son: las opiniones negativas públicas que en muchas ocasiones pueden no venir de clientes reales y la extensión de los mensajes dificulta el debate o la contestación a dichas críticas.

Estas herramientas han facilitado la forma de trasladar información pero tienen la desventaja de perder el contacto visual y humano en las conversaciones. Sin embargo, en otros ámbitos es de gran utilidad, como la difusión de noticias de actualidad y en los contactos con marcas o instituciones públicas.

BIBLIOGRAFÍA

ALONSO OLVIVA, GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ, LÓPEZ SANTA CRUZ y TORRECILLA PEÑUELA (1998), Historia de los Ordenadores. Toledo. En la Red: <https://www.uclm.es/profesorado/ricardo/WEBNNTT/Bloque%201/Historia.htm> [Consultado el 13 de agosto de 2015]

ANDUIZA PEREA, CANTIJOCH CUNNIL, GALLEGO DOBÓN y SALCEDO MALDONADO, (2010), Internet y participación política en España. En la Red: <http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Publicaciones/OyA/OyA63a.pdf> [Consultado el 25 de agosto de 2015]

BOYD, D.M, ELLISON N.B. (2008), Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. En la Red: <http://onlinelibrary.wiley.com/store/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/asset/j.1083-6101.2007.00393.x.pdf;jsessionid=376E9297813E518F9B4C97AD5384411E.f02t01?v=1&t=if>

5yyf3i&s=e0cc4c4f96b89294ace82eab576119774c13573f. [Consultado el 15 de agosto de 2015]

CABERO, J. (1998), Las aportaciones de las nuevas tecnologías a las instituciones de formación continuas: reflexiones para comenzar el debate. En la Red: <http://edutec.rediris.es/documentos/1998/23.htm> [Consultado el 13 de agosto de 2015]

CASTELLS M. (2000), Internet y la Red. En la Red: http://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/m_castells2.html [Consultado el 13 de agosto de 2015]

COIT (2004), La situación de las Tecnologías WLAN basadas en el estándar IEEE 802.11 y sus variantes (“Wi-Fi”). En la Red: http://www.minetur.gob.es/telecomunicaciones/Espectro/NivelesExposicion/Informacin/coitInforme_wifi_2004.pdf [Consultado el 12 de agosto de 2015]

CRiado GRANDE, J. y RAMILO ARAUJO, M. (2008) ¿Administración Electrónica o Administración Relacional? Hacia un Nuevo Modelo de Relaciones Interadministrativas y Externas en el Sector Público. En la Red: http://www.uam.es/personal_pdi/derecho/icriado/PDF/CriadoRamiloSalvadorTECNIMAP2002AdmonRelacional.pdf [Consultado el 20 de agosto de 2015]

CRiado GRANDE, J. y RAMILO ARAUJO, M. (2008), De la Administración Pública electrónica a la Administración Pública Relacional: Aportaciones para una propuesta analítica integradora. En la Red: <http://www.cibersociedad.net/congreso/comms/g08criado-ramilo.pdf> [Consultado el 14 de agosto de 2015]

CRiado, J., RAMILO, M. y SALVADOR, M. (2002), La Necesidad de Teoría(s) sobre Gobierno Electrónico. Una Propuesta Integradora. Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo. Caracas.

CHRISTAKIS N., FOWLER J. (2010), Conectados. El sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan. Taurus. Madrid

FLORES GALEA A. (2009), Evolución de las redes de telefonía móvil. En la Red: <http://www.antonioflores.es/antonioflores/articulos/consultateleco.pdf> [Consultado el 14 de agosto de 2015]

GO&WEB (2014), Las Redes Sociales con más usuarios en activo en 2014 <http://goandweb.com/cuantos-usuarios-hay-en-activo-en-las-redes-sociales-2014/> [Consultado el 16 de agosto de 2015]

GUILLÉN CARAMÉS, J. (2005), La administración electrónica en Principios de derecho de internet. Tirant lo Blanch. España.

H'OBBS' ZAKON (2015), Internet Timeline. En la Red: <http://www.zakon.org/robert/internet/timeline/> [Consultado el 13 de agosto de 2015]

HIPERTEXTUAL (2010), La historia de Twitter. En la red: <http://hipertextual.com/archivo/2011/03/historia-twitter/> [Consultado el 13 de agosto de 2015]

INE (2014), Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los hogares 2006-2014. En la Red: http://www.ine.es/inebmenu/mnu_tic.htm#2 [Consultado el 12 de agosto de 2015]

INTECO (2009), Estudio sobre la privacidad de los datos personales y la seguridad de la información en las redes sociales online. En la Red: https://www.agpd.es/portalwebAGPD/canaldocumentacion/publicaciones/common/Estudios/estudio_inteco_aped_120209_redes_sociales.pdf [Consultado el 15 de agosto de 2015]

JORDANA, J. (1999), Las Administraciones Públicas y la promoción de la Sociedad de la Información. GAPP.

LINARES BARAÑÓN, P. (2012), Conceptos fundamentales para entender la Administración Electrónica. en Hoja de Ruta hacia la Administración Local electrónica. El Consultor de los Ayuntamientos y Juzgados. Madrid.

MARTÍNEZ E. (2001), La evolución de la telefonía móvil. En la Red: http://www.adecom.biz/pdf/pdf_agosto2005/La%20evolucion%20de%20la%20telefon%C3%ADa%20m%C3%B3vil.pdf [Consultado el 14 de agosto de 2015]

- MARTÍNEZ SÁNCHEZ, F. (1996), La enseñanza ante los nuevos canales de información en Perspectivas de las nuevas tecnologías en la educación. Narcea. Madrid.
- MORILLO POZO, D. (2011), Introducción a los dispositivos móviles. En la Red: [https://www.exabyteinformatica.com/uoc/Informatica/Tecnologia_y_desarrollo_en_dispositivos_moviles/Tecnologia_y_desarrollo_en_dispositivos_moviles_\(Modulo_2\).PDF](https://www.exabyteinformatica.com/uoc/Informatica/Tecnologia_y_desarrollo_en_dispositivos_moviles/Tecnologia_y_desarrollo_en_dispositivos_moviles_(Modulo_2).PDF) [Consultado el 12 de agosto de 2015]
- OCDE (2002). Reviewing the ICT sector definition: Issues for discussion. Stockholm. En la red: <http://www.oecd.org/internet/ieconomy/20627293.pdf> [Consultado el 10 de agosto de 2015]
- ONTSI (2011) Las Redes Sociales en Internet. En la red: http://www.osimga.org/export/sites/osimga/gl/documentos/d/20111201_ontsi_redes_sociais.pdf [Consultado el 16 de agosto de 2015]
- SOENGAS PEREZ, X., VIVAR ZURITA, H. y ABUÍN VENCES, N. (2015), Nuevas estrategias de publicidad y marketing para una sociedad hiperconectada. En la Red: http://telos.fundaciontelefonica.com/DYC/TELOS/LTIMONMERO/DetalleArticulo_101TELOS_ANALISIS2/seccion=1288&idioma=es_ES&id=2015061812320002&activo=6.do [Consultado el 25 de agosto de 2015]
- TARDÁGUIA MORO, C. (2009), Dispositivos móviles y multimedia. En la Red: http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/9164/6/dispositivos_moviles_y_multimedia.pdf.txt [Consultado el 25 de agosto de 2015]
- TELEFÓNICA (2001), La Sociedad de la Información en España. Perspectiva 2001-2005, Telefónica. Madrid.
- TELEFÓNICA (2014), Informe anual “La Sociedad de la Información en España”. En la Red: http://saladeprensa.telefonica.com/documentos/nprensa/NdP_SiE14.pdf [Consultado el 18 de agosto de 2015]