

ANÁLISIS SOBRE EL USO DE FACEBOOK SEGÚN MEDIOS ELECTRÓNICOS EN MÉXICO

Lidia A. García González

Importancia de estudio el fenómeno comunicativo Facebook

Actualmente Facebook cuenta con 90 millones de usuarios, es el 4to sitio Web de redes sociales más transitado de la Web, y es la red social más traficada según (comscore), además Facebook es el numero 1 en la aplicación para compartir fotografías, más de 24 millones de fotografías son agregadas por día, y más de 6 millones de grupos activos por este medio. En México, Hi5 ocupa el primer lugar con 3 millones de usuarios; Sonico, el segundo con 2.5 millones; MySpace, el tercero con 1.8 millones y seguido de Facebook con 841 mil.

561 —

Preguntas de investigación

Al iniciar esta investigación, la primer pregunta que surgió fue ¿Cuál es el uso que las personas hacen de este medio? Seguido de ¿Qué tipo de temáticas se abordan? ¿Cuál es el impacto que ha tenido en los medios electrónicos mexicanos, como periódicos y revistas? ¿Qué temáticas son de principal interés? ¿Cuál es la frecuencia con la que aparecen estas temáticas en los medios? ¿Cuáles son los casos más predominantes sobre el uso de esta tecnología? ¿En que países es donde se está produciendo más impacto social de esta tecnología?

Método de análisis

Para los fines de esta investigación utilicé el sistema ISI Emerging Markets que es una herramienta de búsqueda dedicada a la provisión de información de medios electrónicos, reportes financieros, revistas, periódicos.

Con tal motivo creí el medio idóneo, este motor de búsqueda donde al colocar la palabra “Facebook”, encontré un aproximado de 500 noticias referentes al tema. Apareciendo como la nota más antigua publicada el 22 de Octubre del 2007 por el periódico El Norte.

En consecuencia hice una captura sistematizada de todas las notas por orden de aparición cronológica, indicando:

1. Fecha de Publicación.
2. Nombre de la Publicación.
3. Tipo de Publicación. (Revista, Boletín, Reporte)
4. País donde se realizó el acontecimiento.
5. Temática General. (Social, Política, Económica, etc.)
6. Uso de Facebook.
7. Palabras Clave.
8. Temática Específica.

9. País donde se realizó la nota.

Al final de este proceso de captura de información obtuvimos un aproximado de 4,500 datos sobre el fenómeno Facebook en los medios electrónicos (Periódicos, Agencias de Noticias, Revistas, Reportes Financieros).

Fuentes de información sobre el fenómeno Facebook

El análisis sobre las fuentes de información arrojaron 53 tipo de notas:

- 32 Periódicos.
- 10 Boletines.
- 6 Revistas.
- 2 Agencias de Noticias.
- 3 Reportes.

GRÁFICA N°1

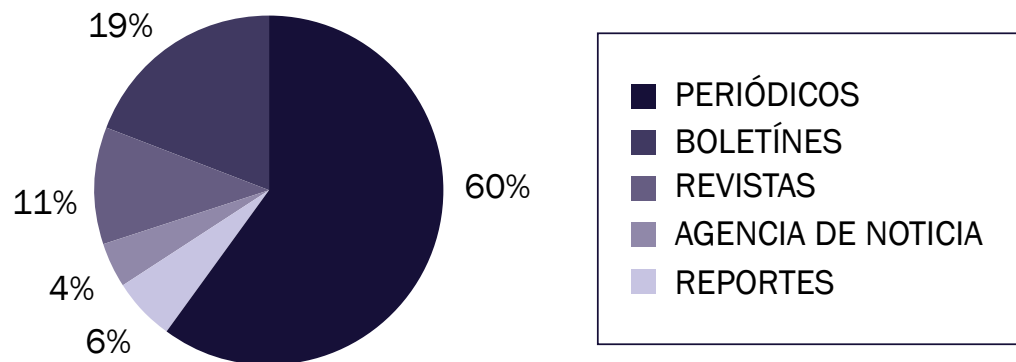


TABLA N° 1- Periódicos

Crónica	El Hidrocálido	Sol de México	InfoselNews
Diario de Juárez	El Mexicano	Sol de Morelia	La Jornada
Diario de Tampico	El Milenio	Sol de Tampico	InterPressService
Diario de Yucatán	El Norte	Sol de Tijuana	El Mural
Diario Nuevo de Casas Grandes	El Occidental	Sol deTulancingo	Palabra
El Economista	El País	Sol del Centro	Reforma
El Financiero	El Sol de Cuatla	El Universal	Sentido Común
El Heraldo de Tabasco	Sol de Durango	Euclid Infotech Utilities	TerraNetworks

TABLA N° 2- Boletines

Budde Comm Telecom Market	Convergencia	MediosPressInfo	Euro Money Ins America	Mex Analytica
Computer Wire	Entrepreneur	Medios Weekly	LA Weekly Report	InfoChannelMexico

TABLA N° 3 - Revistas

Alto Nivel	Revista Mexicana de Com.	CIDAC
Revista América Economía	Revista Proceso	Expansión

TABLA N° 4 - Agencia de Noticias

Agencia EFE	Notimex
-------------	---------

TABLA N° 5 - Reportes

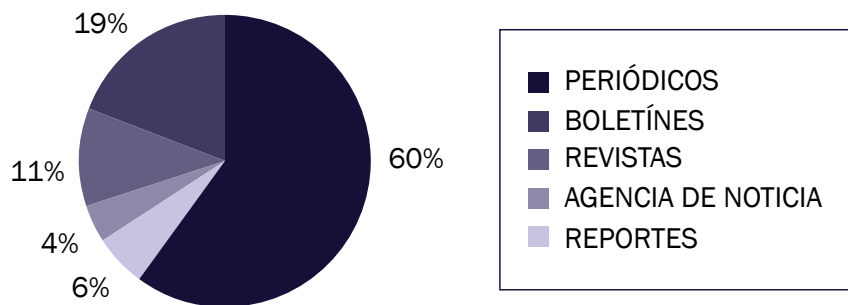
BN Americas News	Novis Cosmetic News	Europe Industry Report
------------------	---------------------	------------------------

Procedencia geográfica de las publicaciones

Como podemos ver en la gráfica no. 2, el 76% de las publicaciones son realizadas en México, representando un poco más de tres cuartas partes, seguido de Estado Unidos con un 8%. El resto de los países (a excepción de España con un 4%) con un 2% (India, UK, Francia, Chile, Argentina y Australia). Esta información tiene mucho que ver con el hecho

de que el sistema ISI Emerging Markets limita la búsqueda de información predominantemente a medios electrónicos mexicanos.

GRÁFICA N° 2



567 —

Distribución de notas por nombre de la publicación

En la Gráfica No. 3 en tanto a los porcentajes sobre el nombre de la publicación ninguna tuvo un porcentaje mayor al

12% como es el caso de la Agencia EFE, lo que representa 59 de 484 notas, seguido de Notimex con 9% lo que da un 42 de notas, después se ubica al Diario Milenio con un 7% que se traduce en 34 notas, El país 6% dando un total de 29 de notas de igual manera que el periódico El Norte. Un 5% para El Universal, Reforma, Mex. Analytica y Computer Wire que simbolizan 25 notas cada una. El resto constituye los porcentajes del 2% y 3% el diario de Yucatán, Alto Nivel, Palabra, Revista América Economía y El Occidental. Un 21% es resultado de las demás publicaciones que esporádicamente publicaron sobre el tema, ver las tablas 1, 2, 3, 4,5.

GRÁFICA N° 3

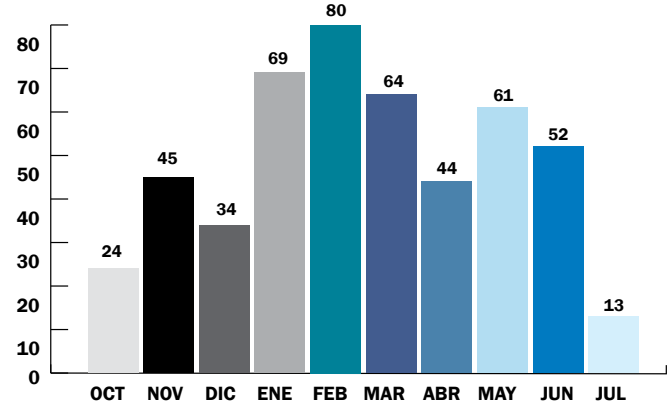


Frecuencia de publicación de las noticias

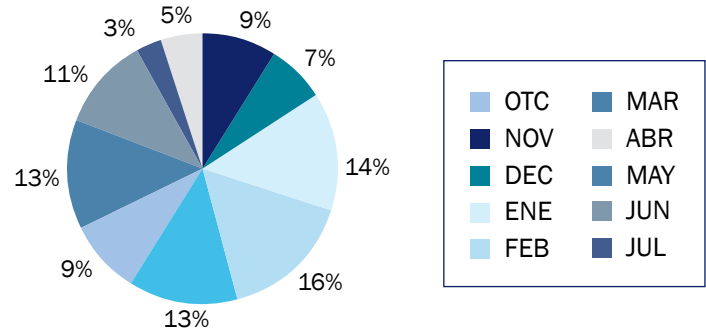
Anteriormente habíamos mencionado que esta investigación comprende desde el 22 de Octubre de 2007, que corresponde a la primera nota aparecida en el sistema ISI Emerging Markets al día 7 de Julio de 2008. Lo que acierta a 10 meses dando como resultado un número de 484 notas publicadas.

En la Gráfica No. 4 y Gráfica No. 5 vemos que en el mes de Enero, Febrero y Marzo de 2008, es cuando más se ha publicado sobre el fenómeno Facebook donde se registraron un total de 69 (Ene.), 80 (Feb.) y 64 (Mar.) notas lo que concierne a un 14%,16% y 13% respectivamente; suponemos que el motivo de estos indicadores es por el Boom del Uso de Facebook. Posteriormente se observa una similitud en los meses de Marzo a Julio de 2008, pero no con la misma intensidad que alcanzaron los tres primeros meses, es pertinente decir que tendremos que observar que sucede con el resto de los meses de 2008, para ver si hay un crecimiento mayor al antes mencionado o viceversa.

GRÁFICA N ° 4



GRÁFICA N ° 5



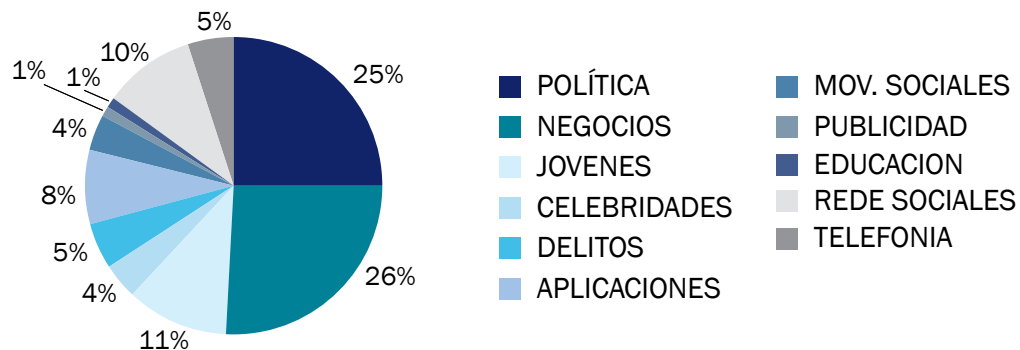
Temáticas generales

En la Gráfica No. 6 podemos apreciar que las temáticas generales en las publicaciones que hicieron referencia fueron 7 las más importantes que corresponden a:

1. Política.....	25%
2. Negocios	26%
3. Jóvenes	11%
4. Redes Sociales.....	10%
5. Desarrollo de Aplicaciones.....	8%
6. Telefonía	5%
7. Delitos	5%

En la Gráfica No. 7 veremos cuales son los temas específicos (o casos) a los que refieren estos porcentajes.

GRÁFICA N° 6



Temáticas específicas (o casos) y usos del Facebook según los medios periodísticos electrónicos

En la Gráfica 7 son cuatro los temas o casos más importantes que fueron mencionados en las publicaciones, lo cual se traduce en un porcentaje total de 27% el resto que es un 73% que se convierte en una multiplicidad de temas sobre el uso del Facebook según los medios:

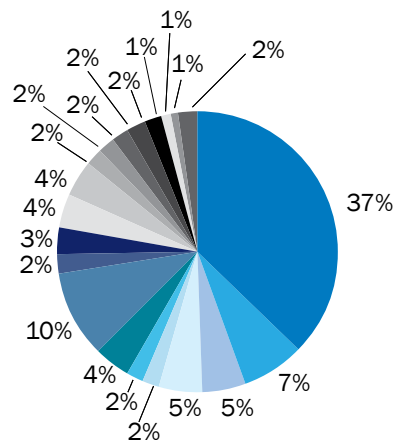
1. Campaña Electoral de USA/ Elecciones Presidenciales/Creación de Redes Sociales para el apoyo a la campaña de Obama.
2. Movimientos Sociales contra las FARC/Movimiento “Unidos Contra las FARC”/ Liberación de Ingrid Betancourt/ Convocatorias para Marchas Globales en contra de las FARC.
3. Los millones de usuarios de Facebook en América Latina.
4. Desarrollo de Aplicaciones/ Negocios/ Open Source/ Telefonía/.

En estas temáticas no se agota el uso del Facebook ver *Gráfica 7*.

País donde se hace este uso del Facebook

En la Gráfica No. 8 se analizó cual es el país donde según las notas especifican el uso de Facebook. Es en Estados Unidos donde los datos analizados representan un 42%, seguido de un 15% en México, 17% no se sabe. Es importante mencionar que según Radar O´reilly.Com México se encuentra en el doceavo lugar de usuarios de Facebook lo que corresponde a casi un millón de usuarios, coincide nuestro estudio con esta fuente estadística para el caso Estado Unidos que ocupa el primer lugar en el uso de esta red social.

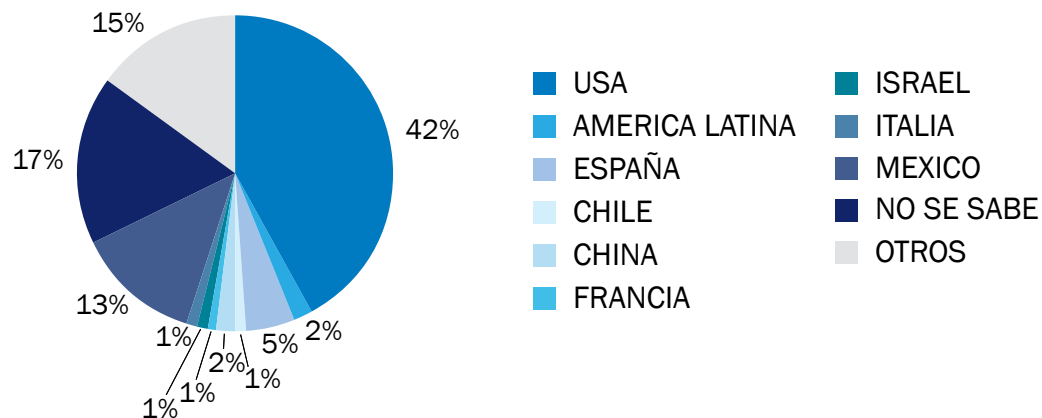
GRÁFICA N° 7



- POLITICA 2.0
- TELEVISIA
- USO DE FOTOS DE AVION
- YAHOO! CREA UN FB
- YAHOO! EN CRISIS ANTE FB
- PUBLICIDAD
- PROTESTAS DIVERSAS
- EL UNIVERSAL
- PORNOGRAFIA, PERDERASTAS
- OPEN SOCIAL
- DESARROLLO DE LA TELEFONIA MOVEL
- COMPRAS DE ACCIONES MICROSOFT

- IMPACTOS SOCIAL DE FB
- PROM. DE FIESTAS
- FARC
- FUNDADOR DE FB
- COMPRA DE ACCIONES DE FB
- CELEBRIDADES
- APLICACIONES
- 2 MILIONES DE USUARIOS ATIVOS EN AMÉRICA LATINA Y EN ESPAÑA
- CAMPAÑA ELECTORAL USA
- OTROS

GRÁFICA N° 8



575

Conclusiones

Después de un exhaustivo análisis cuantitativo presentado en esta investigación, es importante decir que este tra-

bajo trata de un primer acercamiento hacia el fenómeno de red social de Facebook. Para la investigación en comunicación en el tema referente Internet, Sociedad de la Información y Cibercultura, habrá bastante en lo futuro para abordar con un diseño teórico y tanto metodológico para construir un objeto de Estudio pertinente a lo que las Comunidades Mexicanas están haciendo uso de esta red social. De manera breve podemos concluir que:

1. El uso de facebook abarca un sin número de aplicaciones sociales. No podemos reducir este uso al hecho de compartir fotos, crear lazos sociales o compartir información con amigos. En este respecto ha predominado una visión reduccionista de su uso según los medios analizados.
2. El tema del uso político de esta red social está creciendo en el caso Mexicano, mencionando que los partidos políticos del PAN y PRI principalmente están realizando apoyo de este medio para sus campañas políticas. Lo que se está viviendo en Estados Unidos por la Campaña Electoral de Barack Obama está revolucionando la manera de hacer política y habrá que pensar que impacto social tendrá en México.
3. La cuestión sobre infancia y juventud pese a que no resaltó significativamente es a mi parecer un punto crucial en el desarrollo de estas redes sociales. En México tomando que es el 2do. Lugar en el que se produce pornografía según un estudio realizado por Microsoft, es en este tipo de redes sociales donde hoy día los delincuentes buscan a sus víctimas.

Páginas consultadas

FACEBOOK <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics> Fecha de Consulta 25 de Julio 2008.

SECURITIES <http://www.securities.com/> Fecha de Consulta 14 de Julio 2008.

PERIÓDICO EL UNIVERSAL <http://www.el-universal.com.mx/finanzas/65073.html> Fecha de Consulta 19 de Julio 2008.

PERIÓDICO EL UNIVERSAL http://www.el-universal.com.mx/finanzas/vi_64659.html RADAR OREILLY <http://radar.oreilly.com/2008/05/facebook-demographics-age-and.html> Fecha de Consulta 30 de Julio 2008.