



## **TÍTULO**

Distorsión de la información en las redes sociales

## **CLAVE DE REGISTRO**

CIN2018A30129

## **ESCUELA DE PROCENDENCIA**

Bachillerato Cruz Azul, Campus Lagunas

## **AUTORES**

Emiliano Vite Bartolo

Enid yoav Vargas Escobar

## **ASESOR**

Raymundo José Altamirano Aguilar

## **ÁREA DE CONOCIMIENTO**

CIENCIAS SOCIALES

## **DISCIPLINA**

Sociología

## **TIPO DE INVESTIGACIÓN**

De campo

## **LUGAR Y FECHA**

Lagunas Oaxaca, a febrero de 2018

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Este Proyecto se realiza con la finalidad de ayudar a las personas a no entrar a una confusión a causa de la información no verídica que se publica en Facebook acerca de los terremotos, ya que esto evitara que se siga difundiendo información falsa a las personas. Se establecerán criterios con los cuales los individuos distinguirán el tipo de información correcta y falsa que se proporciona en la red social.

Es conocer que tanta influencia tiene Facebook para hacer creer a la gente todo lo que se publicó sobre los terremotos los días 7 y 19 de septiembre.

Los terremotos son movimientos y vibraciones repetían causada por la relajación brusca y súbita de energía acumulada por deformación de la litosfera que se propaga en forma de ondas sísmicas, por lo tanto es un fenómeno transitorio, las mayorías de los terremotos son de origen tectónico; en estos debido a que la fricción en las fallas es a menudo e inestables, ocurren desplazamientos muy rápido como una ruptura que se propaga dinámicamente sobre la superficie de la falla, estos movimientos generan las ondas sísmicas y estas, al llegar a la superficie provocan las sacudidas sísmicas del terremoto, se pueden presenten de forma instantánea y sacuden a la vez una gran área provocada de serios daños a la población, esto hace que sea uno de los fenómenos naturales más destructores y temidos, sus problemas y sus consecuencias de las personas y sus actividades

pueden ser directas e indirectas, directamente provoca muertos, heridos, destrucción de viviendas, de instalaciones públicas e industriales y de forma indirecta provoca deslizamientos, fuegos, inundaciones, tsunamis, epidemias, y la ruina económica de una región país o pueblo los efectos de un terremoto son conocidos y también lleva peligro debido a la vibración como se presenta la compactación y hundimientos, licuefacción, deslizamientos, asentamientos, agrietamientos, balanceo, o como consecuencia de rupturas de las rocas todos estos fenómenos pueden producir daño y pérdidas que pueden ser estimados y por tanto reducido su grado de daños, puede ser una experiencia física y mental muy traumática, La era digital cambia nuestras vidas de forma imprevisible y hasta inimaginable con afectación a la salud y a la conducta de las personas. Como han señalado distintos autores, los estilos de vida, los grupos de referencia y las expectativas imperantes coinciden con los valores propios de la juventud. La gestación y el desarrollo de movimientos sociales y culturales juveniles a través de Internet confirman un hecho social total que no puede ser tratado como un medio de comunicación únicamente, sino que se manifiesta como una relación social plena e internacional. Todos estos factores les distancian desde el punto de vista cognitivo, ejecutivo y procesal de las generaciones anteriores, y que repercutirá en la forma de pensar, aprender, reflexionar (en su capacidad de abstracción), trabajar y desenvolverse. En esta línea, autores ya clásicos apuntan que se trata de una generación atrevida, impetuosa, desafiante, independiente, segura de sí misma, adaptable, con autoestima alta, el primer antecedente se remonta a 1995, cuando un ex estudiante universitario de los Estados Unidos creó una red social en Internet, a la que llamó [classmates.com](http://classmates.com) (compañeros de clase.com), justamente para mantener el contacto con sus antiguos compañeros de estudio. Pero recién dos años más tarde, en 1997, cuando aparece [SixDegrees.com](http://SixDegrees.com) (seis grados.com) se genera en realidad el primer sitio de redes sociales, tal y como lo conocemos hoy, que permite crear perfiles de usuarios y listas de "amigos". A comienzos del año 2000, especialmente entre el 2001 y el 2002, aparecen los primeros sitios Web que promueven el armado de redes basados en círculos de amigos en línea.

En la actualidad existen más de 200 redes sociales, con más de 800 millones de usuarios en todo el mundo. Una tendencia que crece cada mes, existen redes de todo tipo. Las hay artísticas, profesionales, musicales, de universidades. Hay redes para cada tema. Sin embargo, las redes más populares en los últimos años no responden a un tema específico. Son redes cuyo objetivo es reencontrarse con viejos amigos o conocer gente nueva. Las redes sociales más visitadas por los jóvenes y con mayor crecimiento en los últimos años son Facebook, MySpace y Twitter. Como las redes sociales se organizan en torno a las páginas web de los usuarios, los riesgos más frecuentes en este caso, tienen que ver con la construcción y el contenido de los sitios personales

Algunos riesgos son:

- 1\_ Abrir los sitios para que cualquiera los pueda ver.
- 2\_ Dar información personal.
- 3\_ Subir fotografías –propias o ajenas que reflejen situaciones de intimidad.
- 4\_ Hacerse “amigos” de gente que no conocen.
- 5\_ Encontrarse en persona con “amigos” que sólo conocieron en la Red.

En Estados Unidos, una investigación del 2008 reflejó que el 30 por ciento de los adolescentes que usan Internet se comunican “on line” con personas que no conocen. Y un 10 % de ellas ha establecido vínculos más estrechos. Un estudio entre países de la Unión Europea determinó que el 50 por ciento de los adolescentes suele dar información personal en Internet y casi un 10 por ciento se encuentra personalmente con gente que conoció en la Web. Una encuesta internacional realizada entre los más jóvenes para saber qué contenidos incluyen en sus sitios personales, dice que en sus páginas web

- 1\_80% menciona su ciudad.
- 2\_60% sube fotos propias.
- 3\_30% da el nombre de su escuela.
- 3\_20% admite el consumo de alcohol.
- 4\_10% reconoce el consumo de cigarrillos.
- 5\_10% usa su nombre completo.

Hay algunos pasos para poder identificar las noticias falsas en Facebook

- 1\_ duda de los titulo.
- 2\_ observa con atención la URL.
- 3\_ investiga la fuente.
- 4\_ detecta si el formato es poco común.
- 5\_ presta atención a las fotos/videos.
- 6\_ comprueba las fechas.
- 7\_ verifica quien lo público.
- 8\_ consulta otras páginas.

Se realizaron algunas encuestas y mostraron si las personas son usuarios de Facebook y si entran frecuentemente a esta red social para así poder enterarse de diversas noticias las cuales se publican a cada instante por este medio. Se demostró que la mayoría de las personas no se dejan llevar o influenciarse por todas las cosas que pueden llegar a ver, siendo así que son capaces de lograr identificar si una publicación es falta o verdadera como se logra ver en la gráfica realizada.

Se sabe que después de los terremotos se publicaron diversos tipos de videos y de noticias que de cierta manera se hicieron con la intención de crear crisis entre las personas, en las encuestas la gente demostró que si vio mucha información de este tipo en su página de Facebook y en algunas cosas estas mismas personas si creyeron con lo visto en su perfil.

## RESUMEN

Este proyecto nace a partir de la idea de que hoy en día las redes sociales se volvieron un medio para enterarse y nutrirse de diferentes noticias que pasan en el mundo. La era digital cambia nuestras vidas de forma imprevisible y hasta inimaginable con afectación a la salud y a la conducta de las personas, los estilos de vida, los grupos de referencia y las expectativas imperantes coinciden con los valores propios de la juventud. La gestación y el desarrollo de movimientos sociales y culturales juveniles a través de Internet confirman un hecho social total que no puede ser tratado como un medio de comunicación únicamente, sino que se manifiesta como una relación social plena e internacional. Todos estos factores les distancian desde el punto de vista cognitivo, ejecutivo y procesal de las generaciones anteriores, y que repercutirá en la forma de pensar, aprender, reflexionar (en su capacidad de abstracción), trabajar y desenvolverse.

Por esto muchas de las noticias que se publican en las redes no son del todo verídicas, con la intención de que las demás personas creen todo lo que ven y así lo sigan divulgando o publicando en sus redes. Como lo que sucedió el 7 y 19 de septiembre donde fueron los terremotos, ya que de forma inmediata se podían ver

diferentes notas informativas donde se suponían diferentes consecuencias después de los terremotos (alertas de tsunami).

Entonces el objetivo de esto es que la gente tenga la capacidad de distinguir y analizar de forma correcta.

## **ABSTRACT**

This project was born from the idea that today social networks became a means to learn and feed on different news that happen in the world. The digital era changes our lives unpredictably and even unimaginable with impact on health and the behavior of the people, the styles of life, the groups of reference and the prevailing expectations coincide with the proper values of the youth. The gestation and development of social and cultural youth movements through the Internet confirm a total social fact that can not be treated as a means of communication only, but is manifested as a full and international social relationship. All these factors distance them from the cognitive, executive and procedural point of view of previous generations, and that will affect the way of thinking, learning, reflecting (in their capacity for abstraction), work and develop. This is why many of the news published on the networks are not entirely true, with the intention that other people create everything they see and continue to spread or publish on their networks. Like what happened on September 7 and 19 where the earthquakes were, since immediately you could see different informative notes where different consequences were assumed after the earthquakes (tsunami warnings). So the goal of this is for people to have the ability to distinguish and analyze correctly.

## ÍNDICE

1.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
2.	OBJETIVO GENERAL.....	1
2.1	OBJETIVO ESPECÍFICO.....	1
3.	HIPÓTESIS.....	1
4.	MARCO TEÓRICO.....	1
4.1	VENTAJAS.....	6
4.2	DESVENTAJAS.....	6
5.	METODOLOGÍA.....	10
6.	RESULTADOS.....	10
7.	CONCLUSIÓN.....	11
8.	BIBLIOGRAFÍA.....	12



## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Qué tanta influencia tiene Facebook para hacer creer a la gente todo lo que se publicó sobre los terremotos los días 7 y 19 de septiembre?

## 2. OBJETIVO GENERAL

Analizar e identificar la información que se publicó a partir de los terremotos ocurridos en Oaxaca el 7 de septiembre del 2017 y de México 19 de septiembre del 2017.

### 2.1 OBJETIVO ESPECÍFICO

Mencionar y organizar los aspectos pertinentes para distinguir información verdadera de la falsa.

Establecer y advertir los criterios de información verdadera a las personas.

## 3. HIPÓTESIS

Crear pasos de seguridad para distinguir qué información es verdadera y falsa, con la finalidad de hacer conciencia en las personas que tienen Facebook (red social) con relación a los terremotos ocurridos en las fechas 7 y 19 de septiembre.

## 4. MARCO TEÓRICO

Los terremotos son movimientos y vibraciones repetidas causada por la relajación brusca y súbita de energía acumulada por deformación de la litosfera que se propaga en forma de ondas sísmicas, por lo tanto es un fenómeno transitorio, las mayorías de los terremotos son de origen tectónico; en estos debido a que la fricción en las fallas es a menudo e inestables, ocurren desplazamientos muy rápidos como una ruptura que se propaga dinámicamente sobre la superficie de la falla, estos movimientos generan las ondas sísmicas y estas, al llegar a la

superficie provocan las sacudidas sísmicas del terremoto, se pueden presentar de forma instantánea y sacuden a la vez una gran área provocada de serios daños a la población, esto hace que sea uno de los fenómenos naturales más destructores y temidos, sus problemas y sus consecuencias de las personas y sus actividades pueden ser directas e indirectas, directamente provoca muertos, heridos, destrucción de viviendas, de instalaciones públicas e industriales y de forma indirecta provoca deslizamientos, fuegos, inundaciones, tsunamis, epidemias, y la ruina económica de una región país o pueblo los efectos de un terremoto son conocidos y también lleva peligro debido a la vibración como se presenta la compactación y hundimientos, licuefacción, deslizamientos, asentamientos, agrietamientos, balanceo, o como consecuencia de rupturas de las rocas todos estos fenómenos pueden producir daño y pérdidas que pueden ser estimados y por tanto reducido su grado de daños, puede ser una experiencia física y mental muy traumática, cuando termina, las personas se preguntan, ¿habrá sido éste un temblor cercano que se sintió fuertemente sólo aquí, o un terremoto fuerte que puede haber dañado mi casa y mi familia? ¿Se repetirá, y de ser así, cuándo? ¿Qué puedo hacer si ocurre otro? Los terremotos constituyen una de las catástrofes naturales más devastadoras y más aterradoras que existen en el mundo, Resulta instructivo recordar la cantidad de víctimas que puede causar un terremoto para tomar conciencia de la importancia de su estudio y de la necesidad de contar con una preparación adecuada para enfrentarseles, uno de los países sísmicos del mundo es México. (Nava, 1998)

La era digital cambia nuestras vidas de forma imprevisible y hasta inimaginable con afectación a la salud y a la conducta de las personas. Como han señalado distintos autores, los estilos de vida, los grupos de referencia y las expectativas imperantes coinciden con los valores propios de la juventud. La gestación y el desarrollo de movimientos sociales y culturales juveniles a través de Internet confirman un hecho social total que no puede ser tratado como un medio de comunicación únicamente, sino que se manifiesta como una relación social plena e internacional. Todos estos factores les distancian desde el punto de vista

cognitivo, ejecutivo y procesal de las generaciones anteriores, y que repercutirá en la forma de pensar, aprender, reflexionar (en su capacidad de abstracción), trabajar y desenvolverse. En esta línea, autores ya clásicos apuntan que se trata de una generación atrevida, impetuosa, desafiante, independiente, segura de sí misma, adaptable, con autoestima alta, el primer antecedente se remonta a 1995, cuando un ex estudiante universitario de los Estados Unidos creó una red social en Internet, a la que llamó [classmates.com](http://classmates.com) (compañeros de clase.com), justamente para mantener el contacto con sus antiguos compañeros de estudio. Pero recién dos años más tarde, en 1997, cuando aparece [SixDegrees.com](http://SixDegrees.com) (seis grados.com) se genera en realidad el primer sitio de redes sociales, tal y como lo conocemos hoy, que permite crear perfiles de usuarios y listas de “amigos”. A comienzos del año 2000, especialmente entre el 2001 y el 2002, aparecen los primeros sitios Web que promueven el armado de redes basados en círculos de amigos en línea. Este era precisamente el nombre que se utilizaba para describir a las relaciones sociales en las comunidades virtuales. Estos círculos se popularizaron en el 2003, con la llegada de redes sociales específicas, que se ofrecían ya no sólo para reencontrarse con amigos o crear nuevas amistades, sino como espacios de intereses afines.

Las redes sociales son “comunidades virtuales”. Es decir, plataformas de Internet que agrupan a personas que se relacionan entre sí y comparten información e intereses comunes. Este es justamente su principal objetivo: entablar contactos con gente, ya sea para re encontrarse con antiguos vínculos o para generar nuevas amistades. Pertenecer a una red social, le permite al usuario construir un grupo de contactos, que pue de exhibir como su “lista de amigos”. Estos amigos pueden ser amigos personales que él conoce, o amigos de amigos. A veces, también, son contactos que se conocieron por Internet.

El término “amigo” en las redes sociales, tiene un significado diferente al tradicional que recibe en la vida real. En las redes sociales, “amigo” es todo aquel que ha sido invitado a visitar el sitio personal en la red. Y funciona de la siguiente manera: un usuario envía mensajes a diferentes personas invitándolas a ver a su sitio. Los que aceptan, se convierten en “amigos” y repiten el proceso, invitando

amigos suyos a esa red. Así, va creciendo el número de “amigos”, de miembros en la comunidad y de enlaces en la red. (Dra. Roxana Morduchowicz, 2010)

En la actualidad existen más de 200 redes sociales, con más de 800 millones de usuarios en todo el mundo. Una tendencia que crece cada mes, existen redes de todo tipo. Las hay artísticas, profesionales, musicales, de universidades. Hay redes para cada tema. Sin embargo, las redes más populares en los últimos años no responden a un tema específico. Son redes cuyo objetivo es reencontrarse con viejos amigos o conocer gente nueva. Las redes sociales más visitadas por los jóvenes y con mayor crecimiento en los últimos años son Facebook, MySpace y Twitter. Como las redes sociales se organizan en torno a las páginas web de los usuarios, los riesgos más frecuentes en este caso, tienen que ver con la construcción y el contenido de los sitios personales.

Algunos riesgos son:

- 1\_ Abrir los sitios para que cualquiera los pueda ver.
- 2\_ Dar información personal.
- 3\_ Subir fotografías –propias o ajenas que reflejen situaciones de intimidad.
- 4\_ Hacerse “amigos” de gente que no conocen.
- 5\_ Encontrarse en persona con “amigos” que sólo conocieron en la Red.

En Estados Unidos, una investigación del 2008 reflejó que el 30 por ciento de los adolescentes que usan Internet se comunican “on line” con personas que no conocen. Y un 10 % de ellas ha establecido vínculos más estrechos. Un estudio entre países de la Unión Europea determinó que el 50 por ciento de los adolescentes suele dar información personal en Internet y casi un 10 por ciento se encuentra personalmente con gente que conoció en la Web. Una encuesta internacional realizada entre los más jóvenes para saber qué contenidos incluyen en sus sitios personales, dice que en sus páginas web:

- 1) 80% menciona su ciudad.
- 2) 60% sube fotos propias.
- 3) 30% da el nombre de su escuela.
- 4) 20% admite el consumo de alcohol.
- 5) 10% reconoce el consumo de cigarrillos.

6) 10% usa su nombre completo.

Para crear y mantener una página personal en una red social hay que seguir diferentes pasos:

1.- Crear un perfil de usuario. Este perfil consiste en las características que la persona quiere dar a conocer sobre sí misma, para incorporarse como nuevo miembro en una red social. En el perfil, la gente incluye los datos personales que quiere: nombre, dirección electrónica, actividades, gustos, intereses, etc. De cualquier modo, sólo con el nombre y dirección de email ya puede ser integrante.

2.- Incorporar a los primeros amigos. Una vez creada la página, su autor “invita” a sus amigos vía email a formar parte de su red. Cuando estos aceptan la invitación y ya forman parte de la red, pueden sugerir la incorporación de otros conocidos.

3.- Intercambiar mensajes, subir fotos, compartir música. Una vez que el usuario tiene un grupo social en la red, puede comunicarse con sus integrantes, intercambiar información, subir fotos, compartir música, ver el Perfil de otro.

4.\_ Hacer crecer la lista de amigos. Como el objetivo de una red social es agrupar personas y lograr más “amigos”, los usuarios siguen invitando a más gente a participar en su red (amigos de amigos) y de esta manera, lograr que la lista se agrande con amigos de amigos de amigos de amigos (Dra. Roxana Morduchowicz, 2010).

Las redes sociales permiten que los usuarios armen en ella su propia página Web (home page). En esta página, las personas pueden contar quiénes son, hablar de sus gustos e incluir la información que quieran compartir con su lista de amigos. El sitio personal en una red social funciona como una página web y por lo general, incluye información sobre su autor. Entre otros datos suelen figurar su nombre, email, la fecha de nacimiento, género, ciudad, y sus gustos: películas, libros, deportes. El sitio puede incluir –además– fotos, textos, juegos, links, comentarios, vídeo clips y música. Una diferencia importante entre los sitios personales en las redes sociales y los blogs, es que, en las redes sociales, las páginas web buscan

sobre todo conocer gente y tener más “amigos” también las redes sociales tienen desventajas como ventajas, por ejemplo:

#### 4.1 VENTAJAS

- 1.- Permiten la creación de comunidades de personas en las que se establece un intercambio comunicativo y de intereses.
- 2.- Mayor comunicación e interacción social.
- 3.- Mejoran las oportunidades laborales y de búsqueda de empleo.
- 4.- Te mantienen más informado.
- 5.- Puedes conocer gente de cualquier parte del mundo.

#### 4.2 DESVENTAJAS

- 1.- Permite construir una identidad virtual que no siempre es fiel ni concuerda con la identidad física.
- 2.- Publicas información personal que habitualmente ven personas a las que no conoces. Mayor exposición pública en un entorno más desconocido.
- 3.- Se pierde relación con el entorno físico y la familia.
- 4.- Exposición de comportamientos y hábitos que en muchos casos no serían los más adecuados para reforzar tu perfil profesional.
- 5.- Mayor vulnerabilidad de tu intimidad. Facilidad para el cyber acoso, el cyberbullying, la suplantación de identidad y el robo de datos personales y/o confidenciales. (Soler, 2015)

Las noticias falsas resultan problemáticas porque están haciendo que se creen burbujas de información en las que se está conociendo y difundiendo son mentira. Funciona como una suerte de elemento de desinformación y también como uno de contaminación informativa, en hechos que las noticias falsas hayan tenido efectos en el marketing político y en la percepción que los votantes tienen de las cosas se ha convertido en la última tapa de ataúd, pero ese no ha sido el único punto en el que estos tres elementos han generado preocupación y han sido material de análisis para los analistas. También se ha sumado en esta cuestión otro hecho, y

es que las redes sociales viven de la publicada y la publicidad en ellas están ligadas al número de veces que se accede a ellas y se visualizan el contenido por un lado y a la cantidad de posibles usuarios que verán ese contenido por el otro, las noticias falsas están creando una suerte de burbujas en la que la publicidad se está sirviendo de un modo que no es exactamente legítimo a todo ello suma además los riesgos para la propia marca, ya que verse asociada a este tipo de noticias la pone en una situación comprometida, hay pasos para identificar las noticias falsas en Facebook

- 1\_ duda de los título.
- 2\_ observa con atención la URL.
- 3\_ investiga la fuente.
- 4\_ detecta si el formato es poco común.
- 5\_ presta atención a las fotos/videos.
- 6\_ comprueba las fechas.
- 7\_ verifica quien lo público.
- 8\_ consulta otras páginas. (Bermudez, 2017)

Hoy en día tenemos una enorme facilidad para comunicarnos con el resto del mundo de una manera rápida, fácil e incluso gratis a través de las redes sociales. El uso de estas redes depende de las necesidades, del público, de los intereses y los gustos que tengan los cibernautas (Turira, 2013).

El conocido Facebook es un sitio gratuito de redes sociales creado por Mark Zuckerberg. En un principio era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero en la actualidad está disponible a cualquier persona que disponga de una cuenta de correo electrónico. Los usuarios pueden estar en contacto en una o más redes sociales, relacionado con su situación académica, lugar de trabajo o región. Facebook a acaparado mucha atención tanto como en la blogosfera como en los medios de comunicación al pasar a ser una plataforma sobre la que terceros pueden efectuar aplicaciones y hacer negocios mediante dicha red social. Asimismo, existe la preocupación con respecto a su posible modelo de negocio, ya que los resultados en publicidad han sido revelados como

muy

pobres.

Por el año 2007 lanzó su versión en francés, alemán y español para expandirse fuera de los Estados Unidos, debido a que sus usuarios se concentraban principalmente en Estados Unidos, Canadá y Gran Bretaña en sus principios, pero la expansión a sido tal que hoy en día cualquier persona que dispone de un correo electrónico tiene acceso a esta red social. A mediados de Septiembre de 2009 llegaron a la suma de 300.000.000 miembros, y traducidos a 68 idiomas (Facebook, 2008)

Facebook es el mejor ejemplo de “Red Social” de masas, y sus más de 500 millones de usuarios avalan su importancia dentro de los hábitos y costumbres de los ciudadanos de medio mundo. Facebook no es solamente un lugar virtual asociado a una página web, o un lugar de encuentro en línea, es todo un mundo de experiencias compartidas. Facebook no es una moda, es una realidad social en la que interactúan personas y empresas, dónde la información fluye en dos sentidos. Facebook se ha consolidado como el medio a través del cual las personas, vivan en la misma ciudad o en continentes distintos, pueden compartir información y comunicarse en tiempo real: ya sea a través de comentarios, actualizaciones de estado o utilizando el servicio de mensajería instantánea de la Red. Facebook no es solamente una aplicación en un móvil o una dirección world wide web (www), se ha convertido en un hábito de uso generalizado que forma parte de las costumbres adoptadas por más de 500 millones de ciudadanos de todo el mundo. Para las personas, Facebook supone un canal de comunicación abierto para mantener contacto con amigos, familiares o conocidos, o incluso para recuperar amistades que, por falta de tiempo o distancia geográfica, habrían quedado olvidadas. Facebook puede ser una herramienta para mantener una comunicación grupal sin necesidad de un emplazamiento concreto, la solución que suple la falta de tiempo en sociedades aceleradas por el ritmo de vida. Facebook tiene su fuerza en cómo se presenta y como se puede emplear por parte del usuario.

Después de crearse una cuenta, el sistema te dirá quiénes de tus contactos de tu libreta de correo electrónico tienen ya un perfil en Facebook. Selecciona aquellos

que quieras que estén en tu red de amigos. Facebook les enviará un mail para que confirmen la solicitud de amistad. A continuación, Facebook te sugiere que invites al resto de tus contactos que aún no tengan perfil, a que se lo creen. Te aconsejamos que deselecciones esta lista o hagas clic sobre el botón “ignorar” para poder continuar.

También puedes localizar tus amigos mediante su dirección de correo electrónico, su nombre o su apellido e invitarlos a apuntarse.

Una vez que tus amigos te han “aceptado”, tú tendrás acceso a ver su perfil y la información pública que en él haya dispuesto, y ellos podrán hacer lo propio con el tuyo.

Ya tienes la cuenta, ya tienes los amigos, el siguiente paso es completar tu perfil.

La plataforma de Facebook –como la mayor parte de las redes sociales- te permite publicar y hacer visibles los datos que tú quieras. Si no quieres publicar nada, lo único que aparecerá será tu nombre y/o dirección de e-mail. Pero también puedes elegir hacer público tu fecha de nacimiento, tu lugar de residencia, tu estado civil, tus creencias religiosas o políticas, tu carrera profesional, tus aficiones, etc. Esto explica cómo, recientemente, una revista ha logrado rehacer la vida de un internauta elegido al azar, reagrupando todas las informaciones de él disponibles sobre distintos sitios en internet. Ni Facebook ni el resto de las redes sociales obligan a los usuarios, en ningún caso, a divulgar información y, además, ofrecen medios para limitar las personas para quienes están accesibles los perfiles y los datos personales (ver más en “¿Y la vida privada?”). Después de haber completado los datos personales, Facebook te propone “elegir una red” (por ejemplo, la red “Spain”, que actualmente congrega casi un millón de personas) o apuntarte a grupos (como pueden ser, el de tu empresa, tu antiguo colegio, o los amantes del vino). Los grupos permiten a los miembros mantenerse al corriente de las novedades, de los eventos, publicar fotos o interactuar con otros usuarios, a través de los foros de discusión.

Otra aplicación útil, las fotos. Puedes publicar y compartir fotos en internet gracias a Facebook. Con el módulo “Fotos”, puedes importar imágenes desde tu disco duro o desde la cámara de fotos y crear tantos álbumes como desees. Puedes

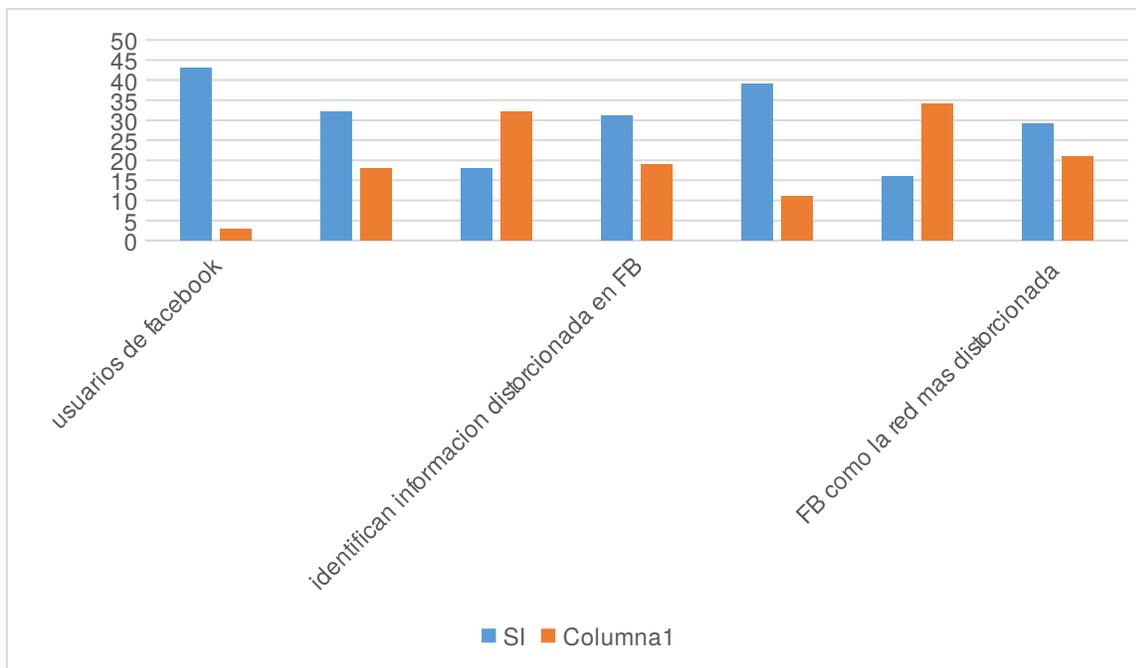
añadir una descripción a las fotos y “etiquetar” a quienes salgan en ellas. Tus amigos pueden etiquetarte a ti en las fotos que ellos publiquen. Como sucede con todas las acciones que te conciernan, serás advertido vía mail de que esto ha sucedido (en función de cómo lo hayas configurado, las notificaciones pueden llegarte sólo a través de “mis notificaciones” en la página de entrada o también a través de tu dirección de correo electrónico). Puedes anular las etiquetas que has puesto o las etiquetas que hayan hecho de ti, en cualquier momento. Debes tener en cuenta que, cuando etiquetas a una persona, inmediatamente conviertes ese álbum de fotos en visible para toda la red de amigos de la persona etiquetada, aunque sus amigos no formen parte de tu red de amigos. A través de Facebook, también puedes compartir otros tipos de información, por ejemplo, publicar un vídeo o una noticia que hayas encontrado interesante o divertida (con los marcadores sociales dispuestos a tal fin en distintas plataformas (como YouTube), periódicos digitales nacionales, etc.) o también charlar con tus amigos a través del muro (una nota escrita y visible para toda la red de amigos de cada persona). Estas acciones son visibles para todos tus amigos. Si lo prefieres, puedes enviar mensajes privados gracias a una bandeja de correo disponible para cada usuario de Facebook. Por otro lado, hay una multitud de pequeños test, sondeos, juegos, etc. llamados “aplicaciones”, que están disponibles en este site. Siempre que aceptes participar en uno de estos juegos o aplicaciones, autorizas al creador de la aplicación a acceder a tus datos personales disponibles en tu perfil y a utilizarlos, a gran diferencia entre Facebook y las otras redes sociales, es el dinamismo del sitio: en lugar de un perfil estático que recoja solamente la información que te concierne, al conectarte, llegas a una página de inicio que te mantiene al corriente de todo lo que han hecho tus amigos en Facebook recientemente (C., 2001)

## 5. METODOLOGÍA

La investigación es mixta: Documental porque se fundamenta en libros, páginas web, pdf. De campo porque se realice encuestas para mostrar el tipo de criterio e información que se publica en facebook.

## 6. RESULTADOS

Con este Proyecto se logró identificar el diferente tipo de información que se publica en Facebook, creando una serie de pasos para poder identificarla, ya que esta red tiene mucha influencia en las personas por ser una red que toda persona utiliza activamente.



## 7. CONCLUSIÓN

Se logró el objetivo planteado al inicio del proyecto ya que las personas se dieron cuenta que tipo de información pueden encontrar en las redes sociales y en específico se analizó los terremotos ocasionados con epicentro en la Ciudad de Oaxaca y México que fueron los más afectados, asumiendo que no hay una postura crítica en cuanto algunas informaciones que subieron a la red social de Facebook, logrando pánico, nostalgia, desesperación y hasta caos en la sociedad, por la falta de juicio que algunas personas aprovechan para hacer de las suyas, es por estas razones que nos dimos a la tarea de la investigación donde observamos información verdadera como falsa. Por tanto, asumimos la tarea de futuras

investigaciones en lograr establecer criterios de justificación a partir de creencias donde se muestre información verdadera como falsa para toda persona que tenga una cuenta en Facebook, así lograr un cambio significativo en el entorno social a partir de nuestros juicios.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

1\_ Alejandro Nava. (1998). Terremotos. 20/11/2017, de S.A. de C.V. (IEPSA), calzada de San Lorenzo 244, 09830 México, D.F. Sitio web: <http://iespoetaclaudio.centros.educa.jcyl.es/sitio/upload/terremotos.pdf>

2\_ Carlos Oliva Marañón. (2012). REDES SOCIALES Y JÓVENES: UNA INTIMIDAD CUESTIONADA EN INTERNET. 20/11/2017, de Madrid, ESIC. Sitio web: <http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/coliva.pdf>

3\_ Daniela Bermúdez. (2017). 9 tips de Facebook para identificar noticias falsas. 20/11/2017, de Copyright © 1988-2015 Periódico El Economista S.A. de C.V. All Rights Reserved. Sitio web: <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Adolfo-Lagos-una-vida-apegada-al-metodo-20171120-0147.html>

4\_ Dra. Roxana Morduchowicz, Lic. Atilio Marcon, Lic. Vanina Sylvestre, Florencia Ballestrini. (2010). Los adolescentes y las redes sociales. 20/11/2017, de Ministerio de Educación de la Nación Sitio web: <http://www.me.gov.ar/escuelaymedios/material/redes.pdf>

5\_ Facebook. (2008). Facebook guía informativa. 20/11/2017, de Facebook Sitio web: <http://www.publispain.com/facebook/>

6\_ Francisco Vidal Sánchez. (1981). Los Terremotos y sus causas. 10/11/2017, de Andaluz de Geofísica y prevención de desastres sísmicos Sitio web: [http://www.dipalme.org/Servicios/Anexos/anexosiea.nsf/VAnexos/IEA-ETA-C1/\\$File/ETA-C1.pdf](http://www.dipalme.org/Servicios/Anexos/anexosiea.nsf/VAnexos/IEA-ETA-C1/$File/ETA-C1.pdf)

7\_ LEONARDO N. HERNANDEZ C. (2001). Como funciona Facebook. 20/11/2017, de Serviteca.jpg Sitio web: [https://www.plusesmas.com/nuevas\\_tecnologias/articulos/internet\\_email/que\\_es\\_y\\_como\\_funciona\\_facebook/123.html](https://www.plusesmas.com/nuevas_tecnologias/articulos/internet_email/que_es_y_como_funciona_facebook/123.html)

8\_ Mishel Turira. (2013). La escritura en las redes sociales. 20/11/2017, de Testimonio Sitio web: [http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/para\\_el\\_aula/Documents/para\\_el\\_aula\\_08/pea\\_008\\_0010.pdf](http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/para_el_aula/Documents/para_el_aula_08/pea_008_0010.pdf)

9\_ Neus Pérez Soler. (2015). TODAS las VENTAJAS y DESVENTAJAS de las Redes Sociales ¡CONÓCELAS! 20/11/2017, de DM Trends Sitio web: <http://digitalmarketingtrends.es/ventajas-y-desventajas-de-las-redes-sociales/#>

10\_ Redacción en Social Media Marketing. (2017). Por qué noticias y usuarios falsos son un problema económico para Facebook y Twitter. 20/11/2017, de Puro Marketing Marketing, Publicidad, Negocios y Social Media en Español Sitio web: <http://www.puromarketing.com/42/29362/noticias-usuarios-falsos-son-problema-economico-para-facebook-twitter.html>