

Redes Sociales y Sustentabilidad: El éxito de Facebook aplicado al cuidado del medio ambiente

Matías Daniel Pesalaccia, Gastón Gordin, Martín Agüero

Investigación en Tecnología de la Información, Facultad de Ingeniería,
Universidad de Palermo

Mario Bravo 1050, Buenos Aires, Argentina

matiaspesalaccia32@gmail.com, gordingaston@gmail.com, aguero.martin@gmail.com

Resumen

Entre las actividades cotidianas, aún puede considerarse que el cuidado del medio ambiente es una actividad llevada a cabo de forma habitual sólo por activistas o entusiastas. Por otro lado, ya es un hecho que las redes sociales han logrado captar la atención de gran parte de la población mundial, más allá de su edad, formación, relación con la tecnología o costumbres.

Como se verá a continuación, aún falta crear conciencia masiva acerca de la importancia del cuidado del planeta y asumir una actitud más activa en favor de reducir nuestro impacto sobre los recursos naturales del planeta.

Este trabajo propone desarrollar una extensión para Facebook donde se destaquen y difundan todas las “acciones verdes”, que a su vez, recibirán la aprobación de otros usuarios mediante una eco-votación equivalente al “me gusta” tradicional. Estas publicaciones formarán parte de la sección “biografía verde”. De esta manera se intentará aprovechar la masividad y aceptación de este medio social, en favor del cuidado del medio ambiente.

Palabras clave: redes sociales, software, social media, ecología, eco alfabetización, medio ambiente, sustentabilidad.

Contexto

El presente trabajo se desarrolló durante el primer cuatrimestre académico de 2015, en el ámbito de la materia Proyecto de Investigación y bajo la dirección del docente Martín Agüero.

Introducción

¿Qué son las Redes Sociales? Se definen como un intercambio dinámico social entre personas, grupos e instituciones. Está formado por personas que comparten algún tipo de relación, principalmente de amistad, mantienen intereses y actividades en común o están interesadas en explorar los intereses y las actividades de otros (Zamora, 2006). Son una nueva forma de publicar información, participar en las discusiones, expresar opinión y formar comunidades. Su alcance e impacto es significativo. Estimaciones sugieren que las redes sociales representan hasta un tercio del contenido de la web (Nauert, 2009).

Las personas, tanto jóvenes como adultos, son conscientes que las redes sociales pueden satisfacer su vanidad y narcisismo (González, 2011). Este fenómeno sociológico está basado en la popularidad que logran dependiendo del nivel de actividad que generen, ya sea

subiendo fotos en diversos lugares, comentando en los muros de las personas y haciendo actualizaciones regulares a su estado, con el fin de elevar su ego y controlar la percepción que tienen los demás sobre ellos mismos (Tarazona, 2013).

Estamos en una época donde la tecnología es el gran protagonista y lidera el foco de atención masiva. El compromiso por el medio ambiente es un fenómeno que recién hoy está unánimemente aceptado y es uno de los desafíos del conjunto de la sociedad. El deterioro y la problemática ambiental son consecuencias del estilo de vida y costumbres del ser humano. Esto se debe principalmente a la falta de compromiso y conciencia ambiental ya sea por escasos niveles educación y ecoalfabetización (Parrat, 2006).

Dentro de las “social media” se entiende tanto las redes sociales como blogs, foros, comunidades de usuarios entre los más destacados. La red social elegida para el desarrollo de la temática de este trabajo es Facebook. El objetivo consiste en aprovechar el éxito y alcance de las redes sociales con el fin de promover una conciencia colectiva sobre el cuidado del medio ambiente y a la vez difundir buenas prácticas que modifiquen el comportamiento humano, estimulando una educación ambiental y así generar mayores valores ético-ecológicos.

Situación

En términos generales, la mayoría de los habitantes del planeta somos conscientes de la importancia del cuidado del medio ambiente. Existen varias iniciativas públicas y particulares, no obstante, el nivel de compromiso no es uniforme. En el gráfico de la Figura 1 se puede ver que existe un descenso significativo de interés tanto en EE.UU.

como en Gran Bretaña (Thee-Brenan, 2014).

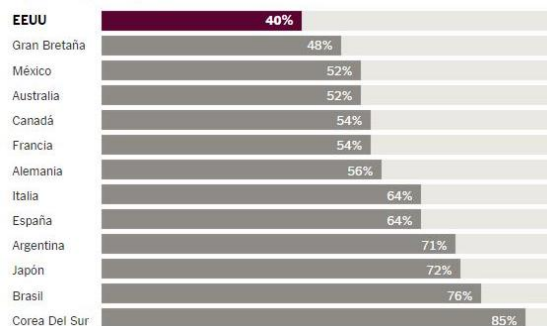


Figura 1 – Porcentaje de residentes de cada país que dicen “el cambio climático global es una amenaza importante” para su país.

A su vez, en esos países el uso de las redes sociales está sumamente difundido en toda la población, sin diferencia de edad ni estrato social. En general, se considera que la falta de interés puede estar motivada en gran medida por:

- Desconfianza: La mayoría de las personas no creen en los mensajes de los científicos o los funcionarios del gobierno.
- La falta de motivación: Las personas suponen que sus acciones serían demasiado pequeñas para hacer una diferencia, entonces eligen no hacer nada.
- Hábito: Conductas extremadamente normales y rutinarias que son resistentes a los cambios.

Muchas de estas personas creen que no tienen el tiempo suficiente para realizar una acción “verde” ya sea porque están muy ocupadas con sus tareas diarias o son una actividad que no ofrece una recompensa “tangible”. Sin embargo, no son pocas las acciones individuales que, de manera colectiva, podrían ayudar sensiblemente al cuidado del medio ambiente.

Por ejemplo:

- Reciclar envases.
- Evitar los productos poco amigables con el medio ambiente.
- Preferir el transporte público al automóvil particular.
- Trasladarse a pie o en bicicleta en trayectos cortos.
- Acompañar a las organizaciones comprometidas con el medio ambiente.
- Informarse acerca de las alternativas a los combustibles fósiles.
- Evitar el derroche de consumo eléctrico.
- Ayudar a crear conciencia.

Por otro lado y desde el punto de vista tecnológico, la Tabla 1 resume algunos de los aspectos que se consideran como los factores clave de éxito de Facebook (Blodget, 2012).

Tabla 1 – Factores clave de éxito de Facebook

Título	Descripción
<i>Diseño simple</i>	Gracias a la simplicidad y facilidad de uso, permite la interacción de un amplio rango de edades de usuarios.
<i>Beta permanente</i>	Constante evolución, siempre enfocada a los usuarios.
<i>Identidad</i>	Es requisito obligatorio ingresar datos personales y una imagen de perfil. Esto genera confianza entre los usuarios.
<i>Pública y gratuita</i>	No es necesario pagar para utilizarla ni exige pertenecer a ningún ámbito social.
<i>API</i>	Permite agregar aplicaciones y juegos.
<i>Fuente de información</i>	Contiene información relevante que proveen los mismos usuarios.
<i>Aplicación mobile</i>	Es compatible con la mayoría de los dispositivos móviles.

A partir del relevamiento social y tecnológico descrito, a continuación se propondrá un concepto de ampliación basado en nuevas eco-características para Facebook.

Propuesta

Este proyecto plantea una serie de modificaciones empleando la API (Application Programming Interface) de Facebook como plataforma de desarrollo y difusión.

La propuesta consiste en agregar una biografía que se sumará a la existente, con la particularidad que será exclusivamente ecológica, donde el usuario podrá publicar eco-acciones y eco-noticias. Los usuarios -al igual que en el perfil tradicional de Facebook- podrán ,entre otras cosas, crear listas y grupos de amigos, participar y crear publicaciones “verdes”, crear eventos y actividades temporales, subir todo tipo de contenido relacionado con el cuidado del medio ambiente.

Las eco-acciones se visualizarán, al igual que las publicaciones tradicionales, en la portada de Facebook pero con un borde de color verde, a diferencia del azul tradicional, y serán sometidas a la “aprobación” por parte de los grupos de amigos y seguidores. Visualmente se cambiará el representativo pulgar hacia arriba con una pequeña hoja verde de las mismas dimensiones y estilo.

Creemos que esto podría ser un punto de partida para que las personas se motiven para comprometerse y así generar una mayor conciencia colectiva sobre estos temas. Se expone a continuación una serie de bocetos de pantallas.

La Figura 2 muestra un ejemplo de cómo sería la portada principal de cada usuario. A simple vista cambia el clásico azul por distintas tonalidades de verde. Aquí se permitiría compartir información referida únicamente con el medio ambiente. (eco-acciones, eco-noticias y otros).

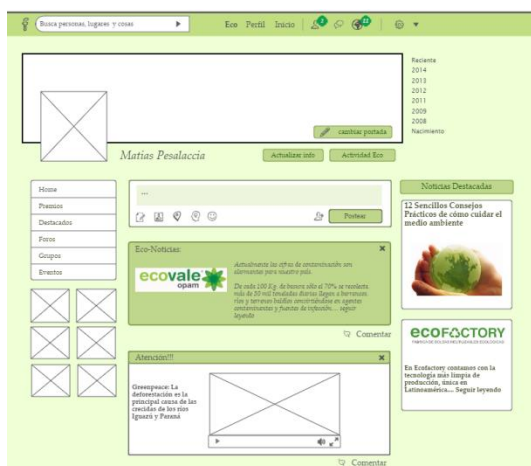


Figura 2 – Eco perfil de Facebook.

La siguiente pantalla (Figura 3) ilustra cómo sería la sección de noticias y de inicio de Facebook. Los usuarios verían las publicaciones realizadas desde los dos perfiles, la diferencia estética entre cada una de ellas será un contorno verde en las "eco-acciones" y uno azul para las tradicionales.

La particularidad de este nueva pantalla de Inicio es que al momento de realizar una publicación se puede optar si lo que se quiere compartir en la categoría ecológica o tradicional; simplemente presionando uno u otro botón de "post".

Así las acciones verdes se intercalarían entre las noticias, fotos y demás contenido habitual del sitio web pero se destacarían con el fin de favorecer que, gradualmente, el cuidado del medio ambiente también sea una acción de valor entre nosotros.

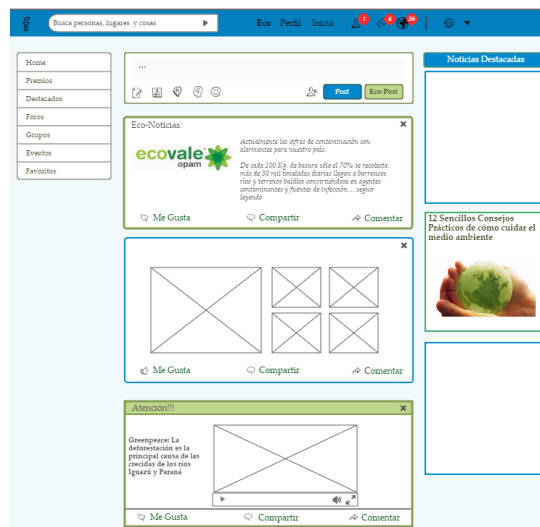


Figura 3 – Página de inicio y noticias con “eco-acciones” intercaladas.

Otras de las innovaciones de la propuesta está ejemplificada en la Figura 4 donde, a diferencia de la tradicional mano con el pulgar hacia arriba, las eco-acciones ofrecerán expresar la aprobación a través de un icono representativo.



Figura 4 – “Me gusta” ecológico.

Esta característica del mismo modo que el “me gusta” tradicional, dará lugar a un posicionamiento especial y destacado dentro de la red social.

Líneas de Investigación, Desarrollo e Innovación

Este proyecto de investigación se desarrolló dentro del tema marco denominado: *Sustentabilidad, las redes sociales a favor del Planeta*. Está previsto dar continuidad a la iniciativa a través de

la implementación en software de los conceptos y bocetos.

Resultados y Objetivos

Debido al significativo alcance e impacto que generan las redes sociales sobre las personas, este trabajo intenta aprovechar sus mejores características con el objetivo de persuadir y difundir actitudes a favor del cuidado del medio ambiente. Para ello se propone crear una extensión para la red social Facebook.

Esta propuesta no sólo intentaría informar, sino también motivar a contribuir al respeto y cuidado de los recursos naturales no renovables del planeta. El objetivo del proyecto se enfoca en contribuir con la formación de ciudadanos participativos y conscientes; intentando desarrollar en cada uno de ellos un criterio propio y compromiso permanente.

Está previsto continuar con esta línea de investigación a través de la implementación de un prototipo basado en la propuesta.

Formación de Recursos Humanos

El principal objetivo de esta materia es fomentar la vocación por la investigación en alumnos a través del desarrollo de tecnología innovadora, interdisciplinaria y orientada a la sociedad.

Es un ámbito de formación que promueve el interés por las ciencias con el fin de incorporar el método científico entre las habilidades de un egresado y que pueda aplicarlo a lo largo de toda su carrera profesional.

Referencias

Zamora, M. (2006). Redes sociales en Internet. [En línea]. Disponible: <http://www.maestrosdelweb.com/redes-sociales/>

Nauert, R. (2009). Relationships on Facebook, Social Networks. University of Kansas.

Gonzales, A., Hancock, J (2011). Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. Cornell University.

Tarazona Luján, R. F. (2013). Variables psicológicas asociadas al uso de Facebook: autoestima y narcisismo en universitarios. Pontificia Universidad Católica del Perú.

Parratt, S. F. (2006). Medios de comunicación y medio ambiente. Editorial Fragua.

Thee-Brenan, M. (2014) Americans Are Outliers in Views on Climate Change. *The New York Times*. [En línea]. Disponible: http://www.nytimes.com/2014/05/07/ups-hot/americans-are-outliers-in-views-on-climate-change.html?_r=0

Blodget, H. (2012) The 13 Secrets To Facebook's Success. [En línea]. Disponible: <http://www.businessinsider.com/secrets-to-facebooks-success-2012-5?op=1>