



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ARAGÓN**

**LAS REDES SOCIALES COMO NUEVOS MEDIOS DE
COMUNICACIÓN E INTERACCIÓN SOCIAL DEL
INDIVIDUO: FACEBOOK, TWITTER E INSTAGRAM**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN SOCIOLOGÍA**

P R E S E N T A:

KAREN BEATRIZ LARA GUZMÁN

ASESORA:

MTRA. ANA MARÍA MARTÍNEZ PONCE



CIUDAD NEZAHUALCÓYOTL, ESTADO DE MÉXICO, 2017



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A mi amado Santiago.

Gracias por alegrarme el día, la noche, la vida y el alma.

AGRADECIMIENTOS

Culminar este proyecto representó para mí un gran reto, el cual estuvo lleno de aprendizajes. Durante este camino me acompañaron personas muy importantes que me apoyaron en la culminación de este gran proyecto, por lo cual les dedico las siguientes palabras a modo de agradecimiento.

A mí querida Universidad Nacional Autónoma de México por convertirme en universitaria hace más de doce años.

A mí Alma Mater la Facultad de Estudios Superiores Aragón por acogerme entre sus filas portando con orgullo su escudo y color.

A la Licenciatura en Sociología por forjarme como científica social y dotarme de herramientas analíticas y discursivas para comprender y entender al individuo en sociedad.

A la maestra Ana María Martínez Ponce que me ayudo a darle forma a este proyecto. Gracias a sus enseñanzas, a su conocimiento, por su apoyo, por su enorme paciencia y comprensión, con cariño le dedico este proyecto ya que si usted no podría haber sido posible.

A mi amada madre Julia y a mis hermanos Annabel, Alejandro y Guadalupe que siempre estuvieron conmigo apoyándome en la realización de este logro, los quiero.

A mis amigas Carmen, Delma, Esmeralda y Diana por su gran apoyo incondicional, saben que las llevo en mí corazón y sólo me queda decirlas gracias por todos los momentos compartidos desde que iniciamos esta aventura llamada: Universidad.

A mi amado esposo Rigoberto Hernández gracias por todo este tiempo juntos, por ayudarme a ser mejor persona, por ser mi soporte emocional, este logro también es tuyo. Te amo.

Por último, a mi hijo Santiago por ser la luz que llego a iluminar mi vida y acompañarme en este camino desde que se encontraba dentro de mí y hoy en mis brazos apoyándome en la culminación de esta etapa.

“La social media se trata mucho más de sociología y de psicología que de tecnología”

Brian Solís

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I. LA COMUNICACIÓN, RELACIONES SOCIALES Y CONSTRUCCIÓN DE REALIDADES	1
1.1 El individuo y la realidad de la vida cotidiana	2
1.2 La formación de relaciones sociales del individuo en la vida cotidiana	7
1.3 La socialización del individuo en la vida cotidiana	14
1.4 La comunicación y el individuo	21
1.5 La objetivación de la comunicación por el individuo	27
1.6 La construcción de una nueva realidad: la realidad virtual	31
CAPÍTULO II. LA ERA DIGITAL Y LA SOCIEDAD INFORMACIONAL: COMUNIDADES VIRTUALES Y REDES SOCIALES	41
2.1 la era digital y el nacimiento de la sociedad informacional	42
2.2 La sociedad de la permanente conexión	48
2.3 Comunidades virtuales y redes sociales: su culminación en la sociedad informacional	54
2.3.1 La comunicación a través de una computadora	56
2.3.2 El origen de las comunidades virtuales	58
2.3.3 Redes sociales: un nuevo medio social	64
2.3.4 La comunicación e interacción del individuo a través de las redes sociales: ¿qué comunican? y ¿cómo lo comunican?	68
2.4 El uso de las redes sociales en México: Facebook, Twitter e Instagram	71

CAPÍTULO III. REDES SOCIALES: INTERACCIÓN Y COMUNICACIÓN EN LA ZONA METROPOLITANA DE MÉXICO	80
3.1 Características demográficas de la Zona Metropolitana del Valle de México	80
3.2 Metodología de la investigación	83
3.3 Resultados y análisis de la encuesta “El uso de las redes sociales en los jóvenes adultos de 18 a 35 años de la Zona Metropolitana del Valle de México.”	85
CONCLUSIONES	117
FUENTES DE CONSULTA	124
ANEXOS	133

INTRODUCCIÓN

Desde la prehistoria el individuo se ha comunicado a través de pinturas rupestres, escritura cuneiforme, pictogramas y jeroglíficos en donde expresaba lo que acontecía a su alrededor; a medida en que el individuo evolucionó su conocimiento también, lo que originó que buscara nuevas formas y medios para comunicarse, es por ello que en las primeras civilizaciones surgió el lenguaje escrito, el cual funcionaba para establecer comunicación a cierta distancia para facilitar el comercio entre los imperios. Uno de los primeros medios para realizar esta actividad fue la invención del papiro (antecedente del papel); éste fue utilizado por la civilización egipcia 3.000 años a. de C., para transmitir a través de signos y dibujos, sus costumbres e historia; un ejemplo de ello es *El Libro de los Muertos*. Con esta invención el papiro fue el instrumento utilizado en varias civilizaciones como una forma de comunicación, fue hasta que en el siglo II en la antigua China se inventó el papel y se estableció como nueva herramienta de comunicación, ya que era más fácil plasmar los escritos, imágenes y símbolos.

A medida que la sociedad se desarrolló, nuevos instrumentos surgieron con ella, uno de estos artefactos se sigue utilizando hoy en día y es la *imprensa*, la cual fue creada por Johan Guttemberg en Europa en el año de 1450, la cual constaba por letras grabadas que se entintaban y posteriormente se imprimían en el papel, el primer libro impreso fue la Biblia en 1456. La imprenta se desarrolló rápidamente y se extendió por toda Europa, lo que fue posible que en la época del Renacimiento los escritos se imprimieran con mayor velocidad.

Con la imprenta florecieron nuevos formatos de comunicación como las publicaciones periódicas (las revistas y los periódicos), de esta manera durante la Revolución Industrial se inventaron máquinas¹ de composición automática que redujeron considerablemente el tiempo de producción. Así mismo otro invento que surgió de la Revolución Industrial fue el telégrafo, el cual mandaba a su destinatario un mensaje encriptado; otro instrumento clave para el desarrollo de la comunicación fue el *sistema telefónico*, el cual años después se convertiría en el medio predominante gracias a la velocidad, confiabilidad y la privacidad que brinda a los individuos para transmitir y emitir mensajes, la instantaneidad con la que se

¹ Por mencionar algunas se encuentra la máquina de tejer por James Hargreaves que inventó en 1764, la Trilladora a vapor construida por James Watt en 1769, la desmontadora de algodón creada por Eli Whitney en 1793.

puede comunicar con otros individuos desde cualquier parte del mundo con sólo el toque de unos botones, marca una gran diferencia entre los demás medios, esta diferencia radica en que la conexión que se realiza para transmitir los mensajes sucede ya casi sin la intervención del individuo.

La necesidad imperante del individuo de cubrir grandes distancias para comunicarse ha hecho que la tecnología y la ingeniería desarrollen herramientas de construcción e innovación que sean esenciales para satisfacer sus necesidades. Cabe señalar que la modernización y la invención son procesos que van de la mano, esto es, porque el avance tecnológico es constante e induce al individuo a actualizarse para no quedarse varado en esta sociedad de constante cambio. La tecnología a la cual se le define como “conjunto de los instrumentos y procedimientos industriales de un determinado sector o producto” (Real Academia Española, 2014). Crea productos que se renuevan constantemente, igualmente con la aparición de softwares y sistemas operativos que cada vez son más sofisticados.

La creación de estos *softwares* ha originado la confección de aplicaciones móviles, las cuales fueron creadas con el propósito de optimizar la productividad personal; dentro de estas aplicaciones que fueron innovándose con el paso de los años y con el desarrollo de la tecnología y de la Internet se crearon nuevas aplicaciones o *apps* (comúnmente se les llama así por su nombre en inglés), que aparte de cumplir con su objetivo principal han de desempeñar otra finalidad y es el de emitir, recibir, compartir y comunicar información dentro de una plataforma digital a través de imágenes, videos, fotos y/o escritos que ya no van dirigidos a un solo destinatario, sino a muchos más.

Entre la diversidad y variedad de este tipo de aplicaciones, existen algunas que su función principal es que el individuo pueda comunicarse e interactuar de una forma diferente con otros individuos, estas aplicaciones se les ha denominado *redes sociales* por diversos medios debido a que ahora los individuos interactúan a través de ellas, donde su base principal es la red de redes, mejor conocida como la Internet. Como se ha mencionado, la característica primordial de los medios digitales es que se encuentran *en línea*, es decir, en una plataforma digital en donde el individuo puede acceder a ella en cualquier hora del día. Cabe mencionar que las *redes sociales* pasaron por un proceso de desarrollo y evolución, todo ello para

convertirse en lo que ahora son: una fuente importante de información, comunicación e interacción.

Dicho proceso comenzó en la década de 1980 donde la Internet ya no sólo se utilizaba como herramienta de estrategia de guerra, sino que se puso a disposición civil; es decir, se convirtió en una red pública mundial. A partir de aquí, la red ofreció un sin número de servicios y herramientas, uno de estos servicios tuvo que ver con la Telecomunicación² teniendo a la radio y la televisión como los primeros medios de comunicación que incluían el uso de energía y tecnología, luego con la llegada de la Internet fue el correo electrónico la base de la telecomunicación digital; posteriormente, y como era de esperarse, la popularidad y el auge que tuvo el correo electrónico lo convirtió en un servicio básico de estudiantes, trabajadores y para toda aquel que tuviera acceso a una computadora con la Internet para crear una cuenta y poder hacer uso de ella, teniendo como objetivo principal mantener comunicación entre los usuarios; algunos de los primeros servidores de correos fueron: Hotmail y Yahoo; y actualmente se encuentra Gmail y Outlook.

Sucesivamente comenzaron a aparecer grupos de conversación, foros y chats los cuales se le denominaron *comunidades virtuales*, éstas tienen como propósito el comunicar a individuos con otros ya sean estos familiares, amigos y/o conocidos; sin embargo, también hay que mencionar que la mayoría de estos medios se utilizan para conversar con individuos totalmente desconocidos con el fin de establecer alguna interacción momentánea que puede ser de índole social, personal o laboral. La base de este tipo de interacción son identidades virtuales construidas, y con esto me refiero a que el individuo puede crear un ente digital con características que a él le parezcan convenientes, ya creado y registrado en algún medio este usuario puede interactuar con otras entidades digitales sin necesidad de comprobar esa identidad virtual, además que se comienza a establecer comunicación a través de enviar mensajes instantáneos. Por mencionar algunos ejemplos de estos medios se encuentra el extinto Messenger, Latinchat y Blog.

Los constantes desarrollos en softwares originaron el surgimiento de plataformas digitales de comunicación e interacción social, dichas plataformas se les denomina *redes sociales*; en

² Conforme a Kuhlmann y Alonso (2002) *Telecomunicación* significa comunicar a distancia.

donde el individuo crea una cuenta en la cual tiene que crear un *perfil virtual*, en otras palabras, el individuo construye una identidad digital, pero a diferencia de las que construía en las comunidades virtuales, estos perfiles ya no son momentáneos, sino que su permanencia es indefinida, el usuario decide cuando eliminarlo o modificarlo. Este perfil se construye a partir de datos como el nombre, edad, gustos, intereses y fotografía; toda esta información dependerá de lo que el individuo desee exponer en dicho espacio; asimismo, el individuo puede enviar solicitudes a personas que se encontraran usando la misma aplicación, así como aceptar solicitudes de amistad. Para ejemplificar estas plataformas encontramos a MySpace y Hi5.

Actualmente existen redes sociales de mayor uso por parte de individuo y esto es debido a la constante innovación en sus herramientas (Facebook, Twitter, Snapchat e Instagram por mencionar algunas), estos medios digitales contienen herramientas más óptimas que le permite al individuo comunicarse, interactuar y compartir información con los otros de manera más eficiente, ya que la transmisión de la información es instantánea, igualmente en estas redes también se crea un perfil, el cual puede ser modificado o no, todo dependerá del propósito de su creación.

Por lo que ha aumentado la masificación de las *redes sociales*³ que ha originado que el individuo construya una realidad social virtual, la cual no existe en forma física; sin embargo, la apropiación subjetiva de este entorno a su vida cotidiana ha derivado que esa subjetividad se convierta en objetiva, es decir, que esa realidad virtual tenga efectos nocivos o positivos en su vida real.

Las relaciones sociales del individuo que establece a través de estos medios, ha producido una nueva forma de comunicación e interacción: *la experiencia cibernética*⁴, por medio de esta nueva esfera digital induce al individuo a crear identidades, las cuales son construcciones imaginarias de su personalidad, pero que hace que el individuo pueda describirse como un

³ De acuerdo con los estudios de la Asociación de Internet.mx sobre los hábitos de los usuarios de la Internet en México, en el 2010 los usuarios utilizaron las redes sociales un 31 por ciento y para el 2015 fue de 93 por ciento, en otras palabras, nueve de cada diez personas utilizan alguna red social.

⁴ Según Aguirre (2004), la experiencia cibernética se entiende como el sistema social constituido sobre un sistema tecnológico, el cual posibilita el establecimiento de los tipos de interacciones entre los elementos que constituyen el sistema social.

ente extraordinario, las redes sociales le permite al individuo crear un *sujeto virtual*, que le permite sentir empatía con otros sujetos virtuales.

No obstante, se ha percatado que, en el uso de estos medios, ha modificado la interacción y expresión del individuo hacia otros, de manera que ya no se necesita que individuos se encuentren físicamente para conversar, ahora mediante una computadora o un celular que proporcione este tipo de aplicaciones facilita este tipo de acciones. Es importante señalar que una sociedad se va construyendo por las relaciones sociales que se establecen entre los individuos, pero con esta nueva forma de relacionarse a través de medios virtuales ha contribuido a que se incrementen sociedades virtuales, las cuales tienen la posibilidad de atraer como consecuencia que el individuo disminuya su sociabilidad real física.

Por lo tanto, la presente investigación tiene como objetivo general analizar las nuevas formas de interacción y comunicación a través de las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram en individuos de 18 a 35 años en la Zona Metropolitana del Valle de México. Para lograr este análisis se siguieron objetivos específicos como: identificar el tipo de comunicación en las redes sociales, conocer la interacción del individuo en las redes sociales en la vida cotidiana; explicar el uso que le proporciona el individuo a las redes sociales y analizar el uso de redes sociales en la Zona Metropolitana del Valle de México.

En este sentido, la pregunta principal que guió esta investigación fue: ¿por qué los individuos prefieren comunicarse y relacionarse a través de las redes sociales?, a ésta le derivaron las siguientes interrogaciones: ¿Cómo el individuo conoce a otros en las redes sociales? ¿Es más fácil interactuar en las redes sociales? ¿Mediante qué símbolos o imágenes se comunican? ¿Por qué publicar todo lo que se hacen?, ¿Para qué usar las redes sociales?, ¿Cuál es la importancia de ser miembro de una red social? y ¿Qué es lo que origina que tengas más de una red social?

Estos objetivos y preguntas conducen a la formulación de la siguiente hipótesis: que el constante uso de las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram modifica la forma en cómo el individuo se comunica e interactúa con otros individuos, tanto que provoque que su sociabilidad disminuya y se aisle de su entorno social físico.

Por consiguiente, la investigación se justifica que a partir del incremento constante del uso de las redes sociales en México, condujo a revisar las publicaciones que realizan los usuarios en estos medios, en donde se observó que la mayoría de ellas a través de los comentarios se desarrolla una cadena de comunicación e interacción entre individuos sin la necesidad de que se encuentren presentes físicamente y/o se conozcan. Esta cadena se establece por medio de los comentarios, en los cuales no sólo se utilizan palabras, sino que también se utiliza símbolos, imágenes, videos o *gifs*, los llamados *memes* o *emoticones* para comunicarse y comprenderse. Toda esta observación encamina a cuestionar cómo es que a partir de las redes sociales se desarrolla una nueva forma de comunicación e interacción del individuo, donde las líneas de la distancia, tiempo y espacio se desvanecen.

Así pues, esta investigación se encuentra dividida en tres apartados, el primer capítulo se aprecia el recorrido teórico-conceptual que se utilizó para explicar el fenómeno en cuestión, utilizando a autores como Peter Berger y Thomas Luckmann (2012) principalmente para puntualizar la construcción de la realidad social de la sociedad, a Agnes Heller (1977) para definir el concepto de *vida cotidiana*; sobre el entendimiento del mundo intersubjetivo se ubica a Alfred Schütz (2003); respecto al tema de interacción se retomó a Erving Goffman (1981); en el tema de comunicación así como los términos que se le derivan se encuentran a Jorge Warley (2010), Edward Sapir (1954), Luis Hernando (1995) y Federico Kuhlmann y Antonio Alonso (2002); finalizando con los conceptos de mundo virtual, realidad virtual y Tecnologías de la Información y de la Comunicación se retomó autores como Gaspar Martínez (2006), Francisco Pérez Martínez (2011), entre otros.

El segundo capítulo aborda a la nueva *Sociedad informacional* que surge gracias a la inclusión de la ciencia y la tecnología en las actividades cotidianas del individuo para entender y comprender esta nueva sociedad. Es el sociólogo Manuel Castells a quien se recurre para explicar mencionado tema, asimismo también se habla del surgimiento de las comunidades virtuales y su paso en el desarrollo de la sociedad para llegar lo que hoy en día se conocen como redes sociales; para culminar este capítulo se expone el panorama de las principales redes sociales en México.

Para concluir esta investigación en el tercer capítulo se encuentra el análisis estadístico para comprobar la hipótesis anteriormente mencionada, donde se utilizó una encuesta la cual se aplicó a habitantes de la Zona Metropolitana del Valle de México (ZMVM) que cubrieran las características que se establecieron a partir de indicadores que se formularon a partir de estudios realizados por instituciones como el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) y la Asociación de Internet.mx.

Se eligió la Zona Metropolitana del Valle de México por su accesibilidad en tiempo y costo, además de que permitió que las respuestas tuvieran mayor variedad; por ende, en el presente apartado se exponen los datos demográficos y sociales del lugar de la aplicación, esto para comprender el panorama en el cual se encuentra el estudio. Para concluir se encuentran las consideraciones finales que se obtuvieron a partir de los resultados de la encuesta, así como el anexo donde se ubica la encuesta y; los municipios y delegaciones que conforman la Zona Metropolitana del Valle de México.

CAPÍTULO I. LA COMUNICACIÓN, RELACIONES SOCIALES Y LA CONSTRUCCIÓN DE REALIDADES

Un elemento básico para establecer relaciones sociales entre los individuos es la comunicación, la importancia de ésta reside en la reciprocidad de mensajes entre dos individuos, lo que origina relaciones sociales por medio de las interacciones del individuo, es decir, el objetivo principal es la interacción social de los individuos para la satisfacción de sus necesidades sociales. Cabe mencionar que las relaciones sociales que va construyendo el individuo a través de su andar en la sociedad van dependiendo de sus intereses y necesidades que este vaya teniendo, algunas relaciones sociales surgen de manera espontánea y otras son de larga duración. Es necesario mencionar que toda interacción social conlleva un proceso social donde los individuos involucrados desarrollan un papel fundamental para que la sociedad funcione de forma continua.

Un beneficio de la comunicación es que el individuo crea relaciones con otros individuos, grupos o colectividades y estos a su vez también manifiestan emociones, sentimientos, opiniones, demandas, entre otras, mediante los diversos medios y vías de comunicación que se tienen a su alcance. Las relaciones que establezca el individuo dependerán del objetivo y de la situación en la que se encuentre.

Se debe agregar que el individuo se encuentra establecido en una realidad dada, en otras palabras, es que la realidad se encuentra determinada y que el individuo accede a ella cuando se incluye en la sociedad, la realidad puede verse desde un punto objetivo y subjetivo, en donde las relaciones sociales del individuo la instituyen.

De igual modo, para la conformación de una sociedad el individuo forma una serie de procesos sociales en los cuales la interacción con los otros es de suma importancia, ya que mediante estas interacciones se va creando el tejido de relaciones sociales en la sociedad; aunque hay que mencionar que en la actualidad y los avances de la tecnología los canales para establecer alguna interacción han cambiado así como la sociedad en la que se ha transformando y por ende la realidad se transfigura y que es muy diferente a la que se conoce de forma tradicional, pero esto se abordará más adelante.

1.1 El individuo y la realidad de la vida cotidiana

Como anteriormente se mencionó el individuo a quien se define como un ser reflexivo⁵ que no puede ser dividido ni fragmentado, capaz de aprehender y desarrollar conocimiento y habilidades; posee la capacidad de poder relacionarse con el otro, si bien, para que el individuo pueda legitimarse como ser social tiene que emprender una serie de interacciones que le ayudan a establecerse dentro de una sociedad y una realidad dada. Antes de hablar de relaciones sociales en la sociedad, es importante hacer mención primero sobre qué es la *realidad*, la cual se define “como una cualidad propia de los fenómenos que reconocemos como independientes de nuestra propia volición” (Berger y Luckmann, 2012, p. 11); es decir, que la realidad que observa una socióloga es la misma que observa un ingeniero, pero lo que lo diferencia son los grados discordantes de apreciación. Para puntualizar el conocimiento adquirido sobre la conformación de fenómenos que ocurren alrededor de un individuo es diferente debido al conocimiento que tiene la socióloga por parte de su carrera en contraste con el conocimiento que tiene el ingeniero, sin embargo, la realidad que aprecian es la misma

Esta realidad en la que se desenvuelve el individuo radica en las acciones que hacen en la vida cotidiana que de acuerdo con Agnes Heller “es el conjunto de actividades que caracterizan la reproducción de los hombres particulares, las cuales, a su vez, crean la posibilidad de la reproducción social” (1977, p.19); es decir, que el mundo de la vida cotidiana no sólo la establecen los miembros de la sociedad sino que se originan a partir de los pensamientos y acciones que el individuo establece como reales. El individuo posee conciencia sobre la realidad en la que vive, reconoce a sus semejantes con los que convive día tras día y que sabe diferenciarlos sobre aquellas figuraciones que tienen en sueños, la conciencia es lo que hace que al individuo sepa que los sueños no pertenecen a la realidad objetiva.

⁵ De acuerdo con Giddens (1998), las acciones del sujeto se justifican a través de la reflexividad, esto es que el sujeto va construyendo su propia historia a través de actividades. “Una continuidad de prácticas presupone reflexividad, pero la reflexividad misma sólo es posible en virtud de la continuidad de prácticas, que las define claramente como <<las mismas>> por un espacio y un tiempo. Reflexividad, entonces, no se debe entender como mera <<auto-conciencia>> sino como el carácter registrado del fluir corriente de una vida social. Un ser humano es un agente intencional cuyas actividades obedecen razones y que es capaz, si se le pregunta, de abundar discursivamente sobre esas razones. [...] El registro reflexivo de una acción supone una racionalización, entendida aquí más como un proceso que como un estado, y como parte intrínseca de la competencia de unos agentes.” (pp. 40-41)

La realidad de forma objetiva, es donde el *yo* del individuo aprehende de la vida cotidiana y que la entiende como una realidad ordenada, ya que los fenómenos que se presentan son independientes de su manera de aprehenderlos, en otras palabras, porque esto ya se encuentra preestablecido antes de que el individuo existiera; la realidad se presenta objetivada porque se encuentra constituida por un ordenamiento de objetos que ya han sido denominados como objetos, de la misma forma, el lenguaje que se utiliza proporciona al individuo las objetivaciones indispensables y le dispone de un orden dentro del cual estas objetivaciones adquieren sentido y significado para él.

En este sentido, es menester retomar la definición del sociólogo Alfred Schütz sobre la comprensión de la realidad social, la cual dice que es el lugar donde se llevan a cabo las acciones de los individuos, al mismo tiempo que se comprenden con otros individuos a través de la interacción.

Es primordialmente la escena de nuestras acciones y el *locus* de resistencia a la acción no sólo actuamos dentro del mundo sino sobre de él. [...] el mundo del sentido común es la escena de la acción social; en él los hombres entran en una mutua relación y tratan de entenderse unos con otros, así como consigo mismos. (2003, p. 16)

Entonces, la realidad social es el mundo del sentido común o el mundo de la vida diaria donde el individuo nace, desarrolla su existencia y muere; este mundo ya existía antes de que el individuo existiera; por lo cual posee un pasado, un presente y un futuro. La intervención de los individuos en el mundo es el de compartir el espacio para interactuar, comunicar y vivir; pues pueden modificarlo para su propia comprensión. Este proceso de comprensión por parte del individuo se lleva con base a tres aspectos fundamentales: la situación biográfica, el acervo de conocimiento a mano y las coordenadas de la matriz social. (Schütz, 2003)

La *situación biográfica* es la que define la ubicación del escenario de acción del individuo, se da en dos vertientes: la primera es de forma *específica* que es el periodo formativo del individuo; y la segunda es de forma *universal* la cual es proporcionada en forma cultural e histórica a través de la estructura sedimentada. El *acervo de conocimiento a mano* es por medio de tipificaciones que son las experiencias aprendidas e interpretadas del individuo a

través de su situación exclusiva; las tipificaciones surgen de la estructura social y se encuentran socialmente distribuidas e informadas. Las *coordenadas de la matriz social* es la posición espacial y temporal del individuo en mundo de la vida; en otras palabras, la posición espacial es la ubicación física del individuo en el mundo (adelante-atrás, cerca-lejos), es su *aquí*; y la posición temporal es el ahora-entonces, antes-después del individuo.

A su vez, Schütz (2003) menciona que la definición de la realidad social por parte del individuo depende de su intersubjetividad, la cual se encuentra sedimentada y estructurada de forma exclusiva por el espacio y tiempo; entonces la vida cotidiana de los individuos es compartir ese mundo intersubjetivo⁶, que es el proceso mediante que el individuo comparte su conocimiento con el otro en la realidad; la importancia de este proceso es que permitirá una correspondencia de comprensión recíproca entre los significados del otro y los significados del individuo, en otras palabras, se comparte un sentido común de la realidad.

La intersubjetividad del individuo se manifiesta en tres formas:

- El *aquí* y *allí* del ego: la posición física del individuo es su *aquí*, mientras que la posición del otro respecto a él es su *allí*. Cuando el individuo y el otro intercambian sus posiciones se efectúa la *realidad compartida*.
- El *alterego*: son los semejantes del individuo, pero diferentes a su ser.
- Los *predecesores*, *contemporáneos*, *asociados* y *sucesores*: los que vivieron antes del individuo y que se encuentran en tiempo pasado son los *predecesores* del individuo, los *contemporáneos* son los que viven en el ahora del individuo y comparten la realidad temporal, el *asociado* es con quién comparte una relación cara a cara y el *sucesor* el que vivirá después del individuo.

⁶ De acuerdo con Schütz (2003) el mundo de la vida cotidiana es la región de la realidad en que el hombre puede intervenir y que puede modificar mientras opera en ella mediante su organismo animado. Al mismo tiempo, las objetividades y sucesos que se encuentran ya en este ámbito (incluyendo los actos y los resultados de las acciones de otros hombres) limitan su libertad de acción. Lo ponen ante obstáculos que pueden ser superados, así como ante barreras que son insuperables. Además, sólo dentro de este ámbito podemos ser comprendidos por nuestros semejantes, y sólo en él podemos actuar junto con ellos. Únicamente en el mundo de la vida cotidiana puede constituirse un mundo circundante, común y comunicativo. El mundo de la vida cotidiana es por consiguiente, la realidad fundamental y eminente del hombre. (p. 25)

Estos aspectos son primordiales para entender que la intersubjetividad del individuo le ayuda a comprender la realidad social en la que vive, asimismo, esta intersubjetividad ayuda al individuo a conocer a otros sí mismos y reconocerse entre sí.

Por otro lado, en la vida cotidiana el individuo realiza rutinas normales y las llamadas auto-evidentes las cuales se conforma por el conocimiento que tiene de la realidad. Berger y Luckmann (2012) mencionan que la vida cotidiana se divide en dos sectores, el primero es lo que se aprehende por rutina y el segundo es en el que se presentan problemas de numerosas clases. En el sector primero que corresponde a la rutina, mientras en este no surjan problemas que tengan como consecuencia la interrupción de esa rutina, serán consideradas como no problemáticas; sin embargo, cuando esta rutina se interrumpe por la aparición de un problema ésta se transforma en una problemática. No obstante, la realidad en la que se encuentra el individuo inmerso buscará integrarla a su vida cotidiana para cambiarla a una situación no problemática e interiorizarla como rutina, esto deriva por el conocimiento de sentido común que posee ya que contiene una pluralidad de aprendizajes acerca de cómo proceder para remediar situaciones que salen de su rutina diaria.

Respecto a la permanencia en la realidad de la vida cotidiana el lenguaje es un elemento primordial, ya que mediante éste el individuo puede objetivar sus experiencias, basadas en lo que vive todos los días, además de tomarla como referencia para poder interpretar vivencias en las que carecen de significado; es decir, que a través del lenguaje del cual está dotado el individuo puede explicar lo que soñó la noche anterior, aunque este sueño no encaje con la realidad en la vida cotidiana. Es así que el lenguaje funciona para traducir las experiencias que vive en su entorno con el propósito de que el otro comprenda la visión que tiene de la realidad.

Es pertinente señalar que existen realidades alternas, que son mundos que carecen de sentido común y que se encuentran limitadas de significado en la vida cotidiana; un ejemplo de esto es cuando el individuo sueña, lee un libro de ciencia ficción, asiste al teatro o al cine; pasa de una realidad concreta a una realidad abstracta, se imagina escenarios que lo trasladan a una realidad alterna donde experimenta sensaciones y emociones, pero cuando esta termina el individuo regresa a su realidad concreta donde esas realidades alternas carecen de significado. (Berger y Luckmann, 2012)

En este sentido, es importante mencionar que la realidad de la vida cotidiana se encuentra estructurada en dos formas: espacio y tiempo. La primera que es el espacio posee una dimensión periférica lo que deriva que la zona en la que se desenvuelve el individuo se cruza con las zonas de desarrollo del otro y viceversa, sin embargo, esto no afectará el desenvolvimiento en la vida cotidiana. Este espacio es el lugar físico en el que se encuentran ubicados los individuos, en donde interactúan y se comprenden para establecer relaciones sociales. Como lo menciona Schütz (2003) el espacio del individuo en el mundo de la vida cotidiana desde su objetividad es su situación biográfica y desde su intersubjetividad es el su aquí y allí.

La segunda forma es la que corresponde al tiempo o temporalidad, la cual se encuentra establecida por la intersubjetividad del individuo, se refiere a que el individuo ha establecido hora y fecha a sus acciones basándose en hechos astronómicos; y que esta temporalidad ha sido establecida y aceptada socialmente, como consecuencia de ello, es que el individuo ha tenido que adaptar sus actividades ya que el tiempo de la vida cotidiana es definida y constante. Éstas características producen historicidad y prescriben el contexto social de cada individuo en la realidad. Un ejemplo es que un individuo que vivió su juventud durante los años de 1960 es muy diferente a la de los jóvenes que vivieron su juventud durante el año 2000 o si este tiene un accidente y queda en coma y después de varios años despierta, tendrá la necesidad de ubicar en donde y en qué fecha se encuentra, por lo tanto cuando se ubica en que época esta se percibe en la realidad; situaciones similares a las anteriores es lo que hace que el individuo se ubique en la realidad en la vida cotidiana y no en una realidad alterna. (Berger y Luckmann, 2012)

Después de explicar que la realidad social es el medio en el que el individuo ejecuta y desarrolla sus acciones junto con otros individuos en la vida cotidiana; es pertinente abordar que también en la realidad social el individuo establece relaciones sociales, las cuales coadyuvan a la construcción de la sociedad, en donde ésta le ayuda a incluirse y a comprenderla. Es por ello por lo que a continuación se explica cómo se crean y desarrollan las interrelaciones sociales del individuo.

1.2 La formación de relaciones sociales del individuo en la vida cotidiana

La vida cotidiana del individuo se encuentra establecida en la realidad que comparte con los otros, no obstante, el individuo no puede subsistir sólo de lo que experimenta en la realidad, sino que para objetivar esta realidad tiene que relacionarse e interactuar con otros para formar el tejido social o también llamado sociedad. Para construir este tejido social el individuo realiza una multiplicidad de interacciones es su vida cotidiana con otros individuos; es así que, en el desarrollo de las interacciones el individuo proporciona una diversidad de elementos, con los cuales tanto el otro como él puedan comprenderse. Para explicar estos elementos se retoman los conceptos del sociólogo Erving Goffman (1981) sobre la interacción social del individuo, la cual la describe como una obra teatral en donde el individuo es el actor y el otro el espectador u observador. Para comprender esta perspectiva Goffman suministra una serie de definiciones, iniciando con interacción social que la define:

Como la influencia recíproca de un individuo sobre las acciones del otro cuando se encuentran ambos en presencia física inmediata. Una interacción puede ser definida como la interacción total que tiene lugar en cualquier ocasión en que un conjunto dado de individuos se encuentra en presencia mutua continua. (p.27)

Entonces se concibe que la interacción social sea la reciprocidad de acciones que realizan los individuos ante otros en presencia física en un lugar determinado. Este proceso es fundamental ya que hace al individuo un ser social, pero, además la interacción social es esencial para el individuo ya que le permite desarrollar su individualidad y así constituirse en sociedad.

Otro concepto que define Goffman es el de actuación que es “la actividad total de un participante dado en una ocasión dada que sirve para influir de algún modo sobre los otros participantes.” (1981, p.27) Aunado con este concepto menciona la noción del papel que lo precisa como “la pauta de acción preestablecida que se desarrolla durante una actuación y que puede ser presentada o actuada en otras ocasiones” (p.27); la acción y cómo ésta se lleva a cabo son las bases de toda interacción, las acciones que ejecuta el individuo ante otros

repercute en la reacción de éstos y viceversa; estos dos aspectos son la base de la interacción ya que mediante ellos los individuos adquieren información para saber cómo actuar ante el otro y que esperar de ellos. Estos tres elementos ayudan a construir lo que se denomina relación social que es “cuando un individuo o actuante representa el mismo papel para la misma audiencia en diferentes ocasiones” (Goffman, 1981, p. 28), la relación que guarda estos dos conceptos es que la formación de las relaciones sociales del individuo radica en la actuación social de éste, en donde corresponde una interacción con otros individuos asumiendo derechos y deberes, en el que el individuo representa una diversidad de papeles en diferentes tiempos y espacios ante los mismos observadores.

Para ejemplificar lo mencionado, un individuo que en su vida cotidiana tiene el papel de maestro, en las redes sociales puede representar el papel de reportero de noticias el cual lo actúa ante sus contactos que es su audiencia. Cuando este individuo asume este papel y comienza a narrar algún suceso que ocurra en su vecindario genera reacciones ante su audiencia mediante comentarios o manifestaciones emocionales (enojo, sorpresa, diversión) en primera instancia se hablaría de interacción social; pero cuando esta acción se presenta ante la misma audiencia constantemente se estaría hablando de una relación social, porque tanto el narrador sabrá cómo reaccionará su audiencia y ésta sabrá qué esperar del reportero.

La interacción que realiza con el individuo con otros puede presentarse de diversas maneras: la primera y la más importante corresponde a la situación “cara a cara”; en esta situación el otro y el individuo comparten un mismo espacio y tiempo lo que permite el intercambio constante de información de sus expresiones.

Cada una de mis expresiones está dirigida a él, y viceversa; y esta continua reciprocidad de actos expresivos podemos utilizarla tanto él como yo simultáneamente. Esto significa que en la situación cara a cara la subjetividad del otro me es accesible mediante un máximo de síntomas. (Berger y Luckmann, 2012, p. 45)

Estos encuentros cara a cara entre los individuos se forman a través de ciertos elementos que de acuerdo con Goffman (1981) son esenciales para su realización, a continuación, se explicarán cada uno de ellos.

- Información del individuo. Sucede cuando el individuo se presenta ante el otro, éste trata de adquirir información del individuo, así como de la situación y viceversa; con el propósito de saber qué esperar y cómo actuar ante el individuo.
- Máscaras. Es el concepto que se construye el individuo de sí mismo, es decir, un perfil determinado.
- Fachada. Es una parte de la actuación del individuo la cual se encuentra de forma general y prefijada que ayuda a definir la situación, puede presentarse de forma intencional o inconsciente. La fachada se encuentra caracterizada por:
 - El medio. Es el inmobiliario, equipo, decoraciones o ambiente que proporciona el escenario para el desarrollo de la actuación del individuo.
 - Fachada personal. Son aquellos elementos que sirven para identificar al individuo de una forma más íntima como sexo, edad, rasgos faciales, entre otros. Los estímulos que componen a la fachada son la apariencia y los modales. La apariencia se refiere a aquellas persuasiones que sirven para identificar el estatus social del individuo; los modales es la actitud que tomará el individuo en una interacción.
- Realización dramática. Cuando el individuo se encuentra en medio de una interacción con el otro, su actuación tiene que ser significativa, esto para que logre transmitir lo que él desea; en otras palabras, el individuo no sólo debe expresar sus capacidades, sino que sus acciones deberán ser instantáneas. (pp. 29-46)

Estos elementos se encuentran en cada interacción que realiza el individuo de forma consciente porque es él quien decide qué información proporcionar, qué tipo de acción realizar, así como que postura tomar con el objetivo de transmitir al otro lo que desea transmitir. Esto quiere decir que las interacciones sociales del individuo se encuentran motivadas por sus intereses, debido a la correspondencia de qué dar y qué recibir.

Las relaciones cara a cara se encuentran inmersas en una realidad tácita en donde el otro es real sin que el individuo lo conozca físicamente; sin embargo, cuando él se encuentra el otro corporalmente se legitiman, es decir, que existe para él en su realidad de la vida cotidiana. Este tipo de correlación es flexible, refiriéndose a que los significados que intercambian se verán modificados tanto para él como para el otro debido a la subjetividad que cada uno

posee en la vida cotidiana. Este intercambio de significados radicará en la interpretación que el individuo le otorgue mediante esquemas tipificadores vigentes que aprehenda y trate en los encuentros cara a cara que tenga; es decir, que mediante estos esquemas determinaran sus acciones y comportamiento para saber cómo tratar al otro, un ejemplo de estos esquemas tipificadores⁷ es saber si se trata de un cliente, un proveedor, conocido, amigo o extranjero.

La diversidad de los esquemas tipificadores que existen para poder relacionarse entran en una negociación continu  siempre y cuando se vean beneficiados los intereses de cada una de las partes. Cada vez que los individuos se relacionan con los otros, estos esquemas salen a relucir espontáneamente; es decir, que se genera una relación t pica. Es por ello, que el individuo aprende de ellos y ellos aprenden de él, el propósito de este aprendizaje es saber interactuar en la sociedad. Cabe mencionar que estas tipificaciones se pueden convertir en anónimas en medida que la interacción cara a cara disminuya, las tipificaciones que el individuo realice al otro se verán expuestas dentro de una categoría, un ejemplo es que el individuo tipifique a un grupo de individuos que les agraden los gatos a lo cual entenderá que es muy probable que no les agraden los perros; lo que se describe es que, el individuo mientras más esporádicas sean sus encuentros cara a cara va a tender a generalizar a los individuos por los pocos esquemas tipificadores que cuente de ellos.

Estos anonimatos pueden formarse como cosa del pasado, de índole superficial y transitoria y cuando la interacción nunca se produzca; los individuos, como seres sociales, observan que las relaciones sociales se convierten en cotidianas y otras en esporádicas. En las cotidianas se saben las características físicas como emocionales, sus atributos, sus actitudes y el comportamiento de una interacción más directa; mientras que en las relaciones esporádicas el individuo sabe de los otros lo necesario y no le interesa saber más allá de ellos porque su interacción es más indirecta. No obstante, con el transcurrir de los años las interacciones directas pueden transformarse en indirectas.

Respecto a lo anterior, las experiencias que adquiere el individuo por medio de la interacción con los otros se ven analizadas desde una perspectiva de convivencia en la vida cotidiana y

⁷ De acuerdo con Berger y Luckmann (2012) La realidad de la vida cotidiana contiene esquemas tipificadores en cuyos términos los otros son aprendidos y “tratados” en encuentros “cara a cara” (p. 47).

de las cuales el individuo no se puede desprender, sino que son necesarias para la conformación de la sociedad en la realidad de la vida cotidiana. En la siguiente lista se muestra los diversos tipos de interacciones que realiza el individuo en la vida cotidiana.

1. Las interacciones diarias y que se espera volver a ver: amigos, familiares.
2. Las interacciones que se recuerdan a individuos en concreto de un encuentro pasado: el músico que se subió al metro a cantar baladas.
3. Con interacciones breves y no tienden a repetirse: en un asalto en vía pública.
4. Estas no necesariamente se interactúan, pero se sabe de su existencia como personas concretas: colegas de otras instituciones.
5. Interacciones de interés y/o intimidad: socios empresariales, integrantes de un partido; esposa, novia.
6. Interacciones nulas: seguidores de una religión, grupo musical. (Berger y Luckmann, 2012, pp. 48-49)

La multiplicidad de interacciones que tiene el individuo con el otro es el principal motivo por el que se le considera un ser social; además, de que la gran parte de las acciones que realiza el individuo en la vida cotidiana siempre se vinculará con algunas de formas de interacción, esas interacciones para que se conviertan en directas o indirectas dependerán del grado de interés e intimidad le proporcione el individuo:

La realidad social de la vida cotidiana es pues aprehendida en un *continuum* de tipificaciones que se vuelven progresivamente anónimas a medida que se alejan del “aquí y ahora” de la situación “cara a cara”. En un polo del *continuum* están esos otros con quienes me trato a menudo e interactué intensamente en situaciones “cara cara”, mi “círculo íntimo”, diríamos. En otro polo hay abstracciones sumamente anónimas que por su misma naturaleza nunca pueden ser accesibles en la interacción “cara a cara” (Berger y Luckmann, 2012, p.49).

Se entiende que el elemento principal de la realidad social de la vida cotidiana es la estructura social, porque en esta se conforma la suma total de las tipificaciones y de las pautas repetidas de las interacciones; gracias a ello, los individuos pueden efectuar relaciones sociales y seguir con el continuo desarrollo de la sociedad.

Todas las relaciones sociales se construyen a partir de la comunicación, en donde el *lenguaje* es el medio por el cual el individuo puede hacerse presente de manera objetiva, igualmente a sus semejantes, aunque ellos pueden o no estar ausentes en determinado momento. También puede hacer presentes a aquellas personas que forman parte del pasado. De la misma manera, a las presencias que proyecte en el futuro como entes imaginarios; este tipo de representaciones pueden ser significativas en la realidad de la vida cotidiana.

Como se ha externado en el párrafo anterior, el lenguaje permite establecer relaciones con los otros debido a que se ha constituido en campos semánticos, que es el vocabulario con el que el individuo identifica los objetos que hay a su alrededor, además de que puede comunicarse con el otro y que éste lo comprenda, ya que existe un reconocimiento del vocabulario por ambas partes. A través de los campos semánticos se adecúa la acumulación y la retención de experiencias biográficas e históricas; estas acumulaciones permiten al individuo seleccionar y determinar que experiencias conservar y cuales se tienen que descartar por completo, con la finalidad de desenvolverse dentro de la sociedad. La acumulación de experiencias lleva a un acopio social del conocimiento el cual va siendo heredado generación tras generación; es decir, que el contexto en el que se desarrollaron sus antecesores es heredado al individuo, lo apropia y lo comprende con los otros ya que comparte el mismo contexto, permitiéndole saber cuál es el lugar que tiene en la sociedad y cómo se relaciona en ella.

Este cúmulo social que es heredado por los antecesores y posteriormente heredado a sus sucesores habilita un conocimiento basto para poder afrontar las situaciones que se presenten en la vida cotidiana. Para Berger y Luckmann (2012) existen dos factores importantes para poder interactuar con el entorno y con los semejantes: el primero al que se refieren es al *acopio social de conocimiento* el cual:

[...] establece diferenciaciones de la realidad según los grados de familiaridad. Proporciona datos complejos y detallados con respecto a los sectores de vida cotidiana con los que debo tratar frecuentemente, y datos mucho más generales e imprecisos con respecto a sectores más alejados (p. 60)

Este cede el conocimiento específico para saber acerca del lugar del individuo en la sociedad, mientras que de los otros sólo brindan el conocimiento suficiente sobre qué lugar ocupan en la sociedad. El segundo factor es el *cúmulo social de conocimiento* el cual proporciona “los esquemas tipificadores requeridos para las rutinas importantes de la vida cotidiana, también tipificaciones de toda clase de hechos y experiencias, tanto sociales como naturales” (Berger y Luckmann, 2012, p. 60). Esta última faculta al individuo de conocimiento acerca de qué conducta adoptar para cada esfera en la que se desarrolla, además de que sabe cómo proceder si se le presenta un problema en la vida cotidiana.

El conocimiento que el individuo adquiere a través de experiencias puede definirse como estructura de relevancias, que son aquellas determinadas por los intereses del individuo y otras por la ubicación que tiene dentro de la sociedad. Por lo contrario, cuando sus estructuras se cruzan con las de los demás, se genera una realidad que interesa a ambos; un ejemplo es que al momento de que el individuo compre unos zapatos, a él no le interesa cual fue todo el proceso que se realizó para elaborar dichos zapatos, sino que dichos zapatos no le causen alguna alergia y que tenga que ir a un médico.

La forma en la que se construye el conocimiento a través de los diversos factores que rodean al individuo, le permitirán interactuar y relacionarse con los otros, algunas interacciones serán mínimas y otras lo llevaran a formar redes de años, lo importante del conocimiento que adquiere día tras día en la realidad de la vida cotidiana es lo que le ayudará a formar una sociedad en la que todo individuo se encuentre relacionado con el otro, con el fin de construir canales que coadyuven a la formación de una realidad objetiva.

Se entiende que la base de la sociedad son las relaciones sociales que establece el individuo a través de las interacciones que realiza en la vida cotidiana, las cuales con ayuda del lenguaje y del conocimiento que adquiere logra objetivarlas. Pero es importante mencionar que, el individuo tiene que transitar por dos tipos de socializaciones: la socialización primaria y posteriormente con la socialización secundaria; el desarrollo que se da en cada una de ellas será lo que determine su total inclusión a la realidad social.

1.3 La socialización del individuo en la vida cotidiana

Cuando el individuo, como miembro de una sociedad, externaliza su propio ser al mundo social lo internaliza como realidad objetiva, esta internalización es cuando el individuo se encuentra inmiscuido en toda actividad que la sociedad realice. En la realidad objetiva se encuentra una sociedad establecida en donde el individuo puede pertenecer a través de la sociabilidad con la que nace. El proceso que lleva todo individuo para integrarse a la sociedad parte desde la internalización, que se refiere a “la aprehensión o interpretación inmediata de un acontecimiento objetivo en cuanto expresa significado” (Berger y Luckmann, 2012, p. 162), en otras palabras, cualquier acción que realice el otro conllevará a un proceso subjetivo donde tanto para él como para el individuo adquirirán un significado subjetivo; un ejemplo es cuando el individuo publica una imagen en Instagram, la cual contiene la siguiente frase: <Cerveza más fría que el corazón de tu ex>. La interpretación de esta expresión por el otro probablemente será que la expareja de ese individuo no era tan romántica, pero es probable que a ese individuo sólo le haya publicado esa imagen porque le causó gracia la frase; y no porque su expareja no fuera romántica con él.

En este sentido la internalización desemboca en dos ramificaciones en la primera es que con base a esas manifestaciones subjetivas llenas de significación hace que el individuo comprenda a sus semejantes y viceversa; la segunda es para el entendimiento del mundo como una realidad significativa y social. Este proceso de entendimiento inicia cuando el individuo acepta el mundo en el que coexisten otros y una vez vinculados él comprende el mundo en el que vive tanto él como sus semejantes por el hecho que lo interioriza, en otras palabras, lo hace suyo; cuando un individuo pasa por todo este proceso se le considera parte de la sociedad.

El proceso que induce el entendimiento del mundo se le llama socialización que es “la inducción amplia y coherente de un individuo en el mundo objetivo de una sociedad o en un sector de él” (Berger y Luckmann, 2012, p. 164) y esta socialización se divide en socialización primaria y socialización secundaria; la primera es donde el individuo se incluye en la sociedad a través de su etapa infantil; y la segunda es el proceso de inclusión del

individuo como un ser social a los nuevos sectores del mundo objetivo de la sociedad a la que pertenece. (p. 164)

La socialización primaria como puente de integración a la sociedad, es elemental para el individuo, dado que éste desciende de una estructura social objetiva (familia), que se encarga de su sociabilidad y los significados que le son inculcados y presentados como realidad objetiva en la que vive. Esta estructura es fundamental para la socialización secundaria.

Lo que compone principalmente la socialización primaria son las cargas emocionales que adquiere el niño en el proceso de integración a la sociedad.

El niño se identifica con los otros significantes en una variedad de formas emocionales; pero sean éstas cuales fueren, la internalización se produce solo cuando se produce la identificación. El niño acepta los “roles” y actitudes de los otros significantes, o sea que los internaliza y se apropia de ellos. Y por esa identificación con los otros significantes el niño se vuelve capaz de identificarse él mismo, de adquirir una identidad subjetivamente coherente y plausible (Berger y Luckmann, 2012, p.165).

En efecto el individuo se reconoce o identifica con sus similares significantes dando como resultado la singularización en la vida individual del razonamiento general de la sociedad. Esto es que el individuo acepte el papel que tienen los otros en el mundo real y la identidad lo concreta objetivamente ubicándolo en la realidad establecida y la asume subjetivamente como perteneciente a esa realidad. La identidad es otorgada por el mundo establecido ya que contamos con un rol específico en el mundo.

En la socialización primaria no pueden existir problemas de identificación con la aceptación de los otros ya que la sociedad expone al individuo un grupo de individuos los cuales debe de aceptar y que no puede rechazarlos para su socialización. Por esta razón la realidad internalizada en la socialización primaria se instaura en la conciencia del infante para que en un futuro pueda ser utilizada en socializaciones secundarias. Por último, este tipo de socialización se termina cuando el otro ya es un miembro efectivo de la sociedad y deja de un lado al grupo primario de socialización para relacionarse con otros tipos de individuos que se encuentra en el mundo real objetivo.

Algo semejante sucede con la socialización secundaria que refiere a “la internalización de “submundos” institucionales o basados sobre instituciones. Su alcance y su carácter se determinan, pues, por la complejidad de la división del trabajo y la distribución social concomitante del conocimiento.” Berger y Luckmann, 2012, p. 172) En este sentido, la socialización secundaria es la apropiación de conocimiento específico de roles directos o indirectos determinados por la división del trabajo en la que el individuo se encuentre.

Para que pueda existir tal distribución social del conocimiento se debe considerar lo siguiente:

- El apoderamiento de vocabularios específicos de acuerdo con los roles desempeñados en el mundo real, esto es que se buscan o se construyen campos semánticos los cuales ayudan al entendimiento e interpretación de las rutinas institucionales a ejecutar.
- Asimismo, se deben obtener comprensiones tangibles, evaluaciones y colaboraciones afectivas de los campos semánticos. (Berger y Luckmann, 2012)

Los anteriores requerimientos son necesarios para los submundos internalizados en la socialización secundaria, los cuales son realidades paralelas que difieren de la realidad base, que además se adquieren de la socialización primaria. Existen tres aspectos que diferencian a la socialización secundaria de la primaria; la primera radica que en la de tipo secundario existe un sistema legitimador que conlleva a realizar rituales o materiales simbólicos. Póngase como caso el lenguaje que utiliza un ingeniero químico para comunicarse a través de Twitter con sus compañeros y con sus colegas; en el primer caso, cuando el ingeniero se comunica con sus amigos el lenguaje que utilizaría es:

< #esviernesyelcuerpolosabe amigo vámonos a ver el fut al bar>.

En el segundo caso, es cuando el ingeniero hace una publicación hacia sus colegas el vocabulario sería el siguiente:

< #Conferenciapetroquímica Colegas el próximo viernes se realizará una conferencia acerca de la petroquímica en México>

En ambos casos el ingeniero químico construye un vocabulario para poder entender su rol asignado (en uno como amigo en el otro como profesional); esos vocabularios se crean con

base a situaciones de la vida cotidiana y por el contexto en el que se desarrollan, la creación de frases con el símbolo # son construcciones simbólicas que también le sirven para comunicarse.

El segundo aspecto es, que para llegar a la socialización secundaria debe ocurrir una transición desde socialización primaria la cual siempre vendrá acompañada de algunos rituales como de un problema, el inconveniente que enfrenta la socialización secundaria se trata de que deberá familiarizarse con un individuo formado con ciertos valores y conductas que serán en ocasiones que ser modificados para el mundo real internalizado.

Y la tercera diferencia es que mientras en la socialización primaria la identificación se da por medio de cargas emocionales, en la socialización secundaria no ocurre igual, de hecho, se desprende de ella convirtiéndola en anónima, su identificación se basa en cualquier tipo de comunicación que establezca con los demás individuos, sus relaciones serán más institucionales. El individuo podrá separarse del rol que ejecuta sin que altere su identificación. Por ejemplo, una contadora es miembro de un grupo de belleza de Facebook, en éste proporciona consejos sobre cómo maquillarse para un evento. La contadora podrá fácilmente separarse de su rol de consejera de belleza porque no existe carga emocional en cambio separarse de su rol como contadora será difícil.

De acuerdo con Berger y Luckmann estas diferencias se deben al desarrollo que tiene cada una de estas; la socialización primaria es más de índole familiar; y la socialización secundaria se vincula más con las relaciones sociales y conductas fuera del núcleo familiar.

La formalidad y este anonimato se vinculan, por supuesto, al carácter afectivo de las relaciones sociales en la socialización secundaria. Como quiera que sea, su consecuencia más importante consiste en atribuir al contenido de lo que se aprende en la socialización secundaria una inevitabilidad subjetiva mucho menor que la que poseen los contenidos de la socialización primaria (2012, p. 177).

Lo dicho hasta aquí supone que la realidad en que sucede la socialización secundaria es más objetiva que subjetiva. La posibilidad de separar el yo del individuo del rol es lo que la concibe como socialización objetiva en la realidad de la que vive, y esta objetivación a través de técnicas que interioriza al conformarla como rutinas, estas técnicas deben ser contenidas

con familiaridad, con estructuras de relevancia e interesantes y el resultado que se obtendrá de su manejo será una realidad internalizada.

De modo que los sistemas utilizados para la socialización secundaria se ajustan a los requerimientos de las diferentes categorías institucionales. La distribución del trabajo entre ambas socializaciones varía de acuerdo con la dificultad de la distribución social del conocimiento. Teniendo en cuenta que la socialización en la realidad nunca tendrá fin, ésta desarrollará procesos para su mantenimiento rutinario y de crisis; cuando se habla de mantenimiento rutinario se hace referencia a que se basará en mantener la realidad internalizada en la vida cotidiana; y el mantenimiento de crisis la misma palabra se entiende por sí misma, estos tipos de mantenimiento se basan en procesos sociales, sin embargo, tienen diferencias que los hacen indispensables para la realidad.

La realidad de la vida cotidiana se mantiene porque se concreta en rutinas, lo que constituye la esencia de la institucionalización. Más allá de esto, no obstante, la realidad de la vida cotidiana se reafirma continuamente de la interacción del individuo con los otros. Así como la realidad se internaliza originariamente por un proceso social, así también se mantiene en la conciencia por procesos sociales. Estos últimos no difieren drásticamente de los de la internalización anterior, y reflejan el hecho fundamental de que la realidad subjetiva debe guardar relación con la realidad objetiva socialmente definida. (Berger y Luckmann, 2012, p. 185)

Existen procesos sociales en donde el individuo se legitima y se asegura que el entorno en el que se encuentra es el mundo real. Esta aceptación de la realidad se ve relacionada con la confirmación implícita de la identidad del individuo, la cual se da por medio del contacto que tiene en su cotidianeidad además de símbolos significativos. Para el mantenimiento de la realidad se basa principalmente en la confirmación de la totalidad de la situación social del individuo añadiendo los otros significantes que ayuden para llevar a cabo los procesos sociales, en concreto la reafirmación de la realidad se establece por múltiples relaciones que tiene el individuo con sus significantes.

Otro factor importante para el mantenimiento de la realidad es por medio del diálogo, cuando los individuos se comunican entre ellos se pone en marcha un aparato conversacional que la

sustenta, la innova y la reforma constantemente a la realidad, éste se forma de manera implícita; “[...] del diálogo cotidiano adquiere solidez por la acumulación y la coherencia del diálogo casual, diálogo que puede permitirse ser casual precisamente porque se refiere a las rutinas de un mundo que se da por establecido.” (Berger y Luckmann, 2012, p.190)

En otras palabras, el sistema comunicacional mantiene a la realidad, entre los diálogos de sus participantes adjudicándoles una ubicación definida en el mundo real, o sea, a través de la objetivación lingüística. Como ya hemos explicado esta objetivación, donde el mundo adquiere significado a través del lenguaje por el cual se aprehende y se produce para el establecimiento de conectar individuos cara a cara. La importancia de la reproducción del lenguaje en el mantenimiento de la realidad es que, por medio de él, se objetiva la experiencia biográfica en el proceso de desarrollo del individuo, esto es que la formula en lenguajes de significado para cada etapa de involucramiento para cada categoría social.

Resumiendo, para mantener a la realidad de forma objetiva, el diálogo entre los individuos debe ser continuo y coherente, en caso de que llegue a darse un rompimiento entre el aparato conversacional puede existir una amenaza a la objetivación de la realidad. Para ello el individuo construye técnicas para el mantenimiento de la realidad, sí el diálogo no es sostenible la credibilidad de la realidad disminuirá, ese momento indicaría una crisis en la realidad.

Hasta aquí se ha hablado de las dos formas de socialización que realiza el individuo, en cada una de ellas se tiene un objetivo específico que es formarse para poder incluirse en la sociedad de mundo real de la vida cotidiana. Sin embargo, cabe mencionar que la socialización es un factor importante para el desarrollo del tejido social, es por ello que es menester hablar de la conformación de la socialización. Toda socialización radica en una estructura social (donde se produce la internalización), se efectúa no sólo su contenido sino también las condiciones y consecuencias socio-estructurales que derivarán el grado de éxito de la socialización.

Existen dos grados de éxito de socialización:

1. Socialización exitosa: es cuando se establece el máximo grado de simetría entre la realidad objetiva y la realidad subjetiva. Esta socialización se constituye en las sociedades donde la división del trabajo que ostentan es de forma simple y con una

menor distribución del conocimiento; este tipo de socialización origina identidades socialmente predefinidas y perfiladas en alto grado.

2. Socialización deficiente: es la inexistencia de simetría entre ambas realidades. No puede existir una socialización totalmente deficiente ya que solo se limitará a las cuestiones de individuos que fracasan en socialización mínima, debido a una enfermedad. (Berger y Luckmann, 2012, pp. 203)

El grado de éxito que se tenga a socializar en sociedad dependerá de la identidad que se nos haya formado, ya que esta se encuentra perfilada en el sentido que representará la realidad objetiva donde nos encontremos ubicados, es decir, que todos los individuos saben qué papel desempeñar en la sociedad. La identidad se forma a partir de procesos sociales, se conserva, se transforma o puede ser regenerada por las relaciones sociales que establece el individuo; los procesos sociales que intervienen en esta conformación los decreta la estructura social. (Berger y Luckmann, 2012)

Berger y Luckmann (2012) mencionan que el fenómeno de identidad nace de la relación dialéctica entre el individuo y la sociedad, además, la diversidad de identidades que existen son producto de todos los procesos sociales en los que se desenvuelve el individuo. Los procesos de legitimación de la sociedad son proporcionados por el mundo y la identidad, ya que estos se aceptan subjetivamente; dicha aceptación se refleja en la realidad interna de modo que el propio individuo se encarga de internalizarla y crear identificación con el otro.

El grado de identificación permutará de las condiciones de la internalización y dependerá de cómo se haya llevado a cabo la socialización primaria y/o secundaria. No obstante, el grado de identificación con el otro no siempre se da de una forma satisfactoria, pueden existir condiciones de socialización deficientes; es decir, que algunos individuos pueden tener problemas a relacionarse con los otros, provocando que busquen nuevos canales de interacción, donde se sientan identificados con los otros. (Berger y Luckmann, 2012)

Por último, la subjetivación de la sociedad se ve intrínsecamente relacionada con la socialización y esta a su vez, con el grado de éxito y de legitimación que le adjudique el individuo por medio del establecimiento de sus relaciones sociales, las cuales se construyen a partir de dos elementos que se encuentran estrechamente relacionados, el primero ya

abordado que es la interacción y el segundo corresponde a la comunicación, en donde, por medio del lenguaje el individuo puede transmitir información al otro, lo cual es primordial para mantener una sociedad en movimiento y en desarrollo. Entonces ¿qué es la comunicación? y ¿cuál es su importancia para el individuo? Estas preguntas se explicarán en el apartado siguiente.

1.4 La comunicación y el individuo

En el campo de la Sociología comprensiva, al individuo se le ha considerado un ser reflexivo, el cual no puede vivir de forma aislada. Es así como desde sus inicios en la época primitiva se ha observado que el individuo se encuentra agrupado y organizado en tribus con la finalidad de tener una mejor repartición del trabajo, en la actualidad ya no está agrupado en tribus, sino en grupos, comunidades, colectividades e instituciones sociales (familiar, religiosa, política, educativa, educativas, económicas y profesionales). El individuo tiene la capacidad para interrelacionarse con otros de manera innata; para que el individuo pueda establecer una relación social con el otro debe existir un elemento fundamental: la *comunicación*. Este elemento lo ha utilizado para transmitir información, pronunciar discursos, entablar conversaciones e informar acontecimientos importantes.

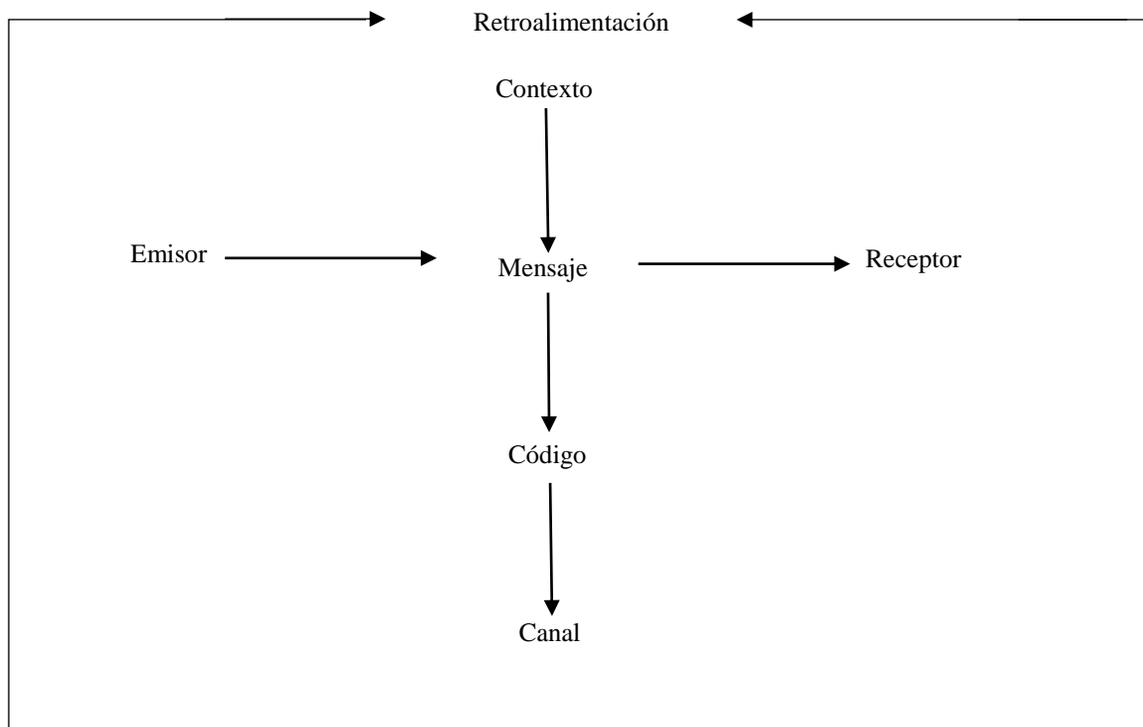
La comunicación se encuentra en todo ser vivo, por lo que no sólo existe la comunicación humana, sino que encontramos comunicación animal, kinésica, eléctrica y la química. Sin embargo, la comunicación que interesa desarrollar es la que procede entre los humanos, es así que entender lo que significa *comunicación* radica en comprender la importancia de ésta en las relaciones sociales del individuo para construir una sociedad; la *comunicación* es “la acción mediante la cual se transmite una serie de significados de una persona a otra” (Warley, 2010, p. 20). Para el lingüista Jorge Warley (2010), la transmisión de significados no sólo atañe a la información que se comparte, sino también los sentimientos, deseos, emociones y acciones que el individuo realiza en determinado tiempo y momento.

Por otro lado, la UNICEF define a la *comunicación* como “el espacio de producción de sentidos sociales y de negociación, donde lo macro-social y lo micro-social se unen para generar procesos más amplios de participación y cambio social, desde la perspectiva del

desarrollo humano” (2006, p. 19). Estas dos definiciones se complementan entre sí, porque a través de ellas se construye la siguiente definición de *comunicación*, la cual se entiende como el proceso en que el individuo y/o institución utilizan para transmitir información de diferente carácter (informativa, emocional, sentimental, discursiva o de negociación) hacia otros, con el fin de generar una relación recíproca donde la participación de ambos sea constante y efectiva. La capacidad de relacionarse es lo que permite crear y sostener la sociabilidad de uno y del otro.

Si bien la comunicación conlleva un proceso donde intervienen una variedad de elementos para que se establezca de determinada forma. El proceso comunicativo que conocemos actualmente fue propuesto por el lingüista y filólogo Roman Jakobson (1958) para describir la comunicación lingüística; pero es Warley (2010) quien lo retoma y lo expone de la siguiente manera: (ver cuadro 1)

Cuadro 1
“Proceso Comunicativo”



Fuente: Warley, J. (2010, p. 26)

Este esquema explica el sistema de comunicación clásica, en donde el *emisor* manda un *mensaje* al *receptor* a través de un *código*, el cual es un conjunto de signos con los que se forma el mensaje (idioma o lenguaje). Asimismo, se utiliza un *canal* que es el conducto por donde se envía el mensaje, este *canal* puede ser de tipo físico (aire, frecuencias y proyección de luz); fisiológico (por medio de los sentidos) y psicológico (estados de ánimo, sentimientos y emociones). Para que este esquema funcione se necesita de un *contexto* que es el lugar donde se lleva a cabo el proceso comunicativo; por último, la *retroalimentación* que es cuando se invierten los papeles del emisor y receptor; estos elementos fundamentales son los que permiten a los individuos establecer y mantener una vía de comunicación.

De acuerdo con Jorge Warley (2010), los elementos mencionados cuentan con determinada función que permite el funcionamiento de la comunicación:

- Emisor- Función emotiva: es la manera en que el emisor se posiciona subjetivamente frente a lo que está hablando pudiendo dar una impresión emotiva real o fingida, esta función utiliza recursos fonéticos, marcas lingüísticas como las interjecciones, adjetivos calificativos y signos de exclamación para expresar sus emociones.
- Mensaje-Función poética: se trata de la composición del mensaje, es decir, la estructura verbal de cómo se emite el mensaje.
- Receptor- Función conativo: es la orientación del mensaje hacia el emisor a través de recursos lingüísticos como los imperativos, los interrogativos, los vocativos y también el uso de las personas gramaticales.
- Contexto- Función referencial: indica el tipo de mensaje que se transmite.
- Código- Función metalingüístico: es la composición y el tipo de lenguaje que se utiliza para transmitir el mensaje.
- Canal- Función fática: es la forma en la que se comprueba que el mensaje llegue al receptor; por ejemplo, cuando hacen las pruebas de micrófono para saber si éste se escucha fuerte, claro y que cubra la distancia deseada. (pp. 27)

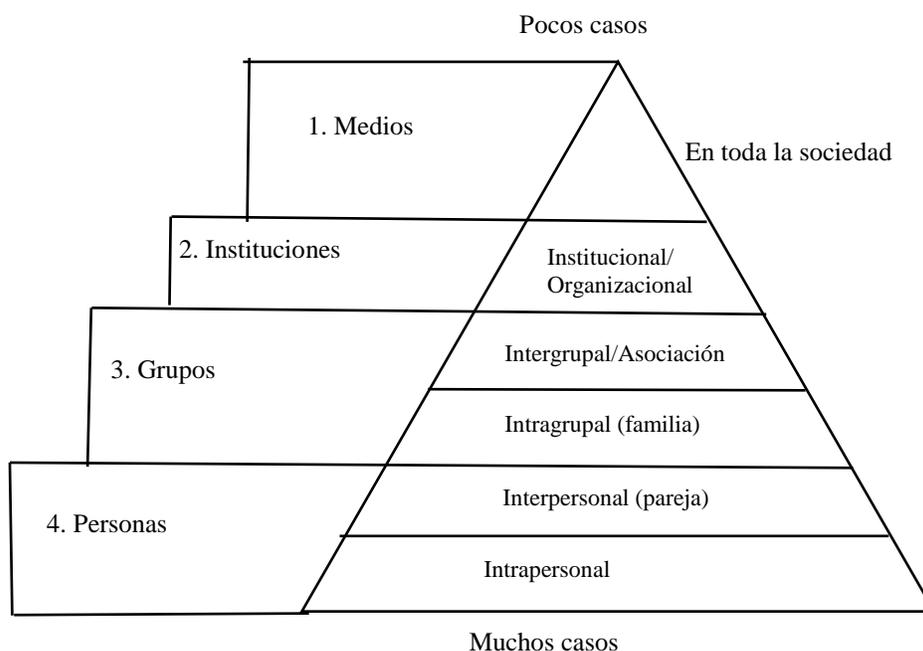
Este circuito de comunicación es el más utilizado en la vida cotidiana por los individuos para entablar una conversación, pero existen diversas formas de realizarse. El desarrollo de la comunicación fue dándose a través de las necesidades del individuo, en un inicio fue por

medio de sonidos primitivos (gemidos, gritos), posteriormente estos pasaron a ser señas, después con el desarrollo del lenguaje la comunicación se clasificó en diferentes tipos como la comunicación verbal, la comunicación escrita, la no verbal y la social. De manera concisa se explica en que consiste cada una de ellas:

- Comunicación verbal se utiliza el lenguaje por medio de sistemas de signos.
- Comunicación no verbal utiliza sistemas de signos no verbales que se realizan de forma expresiva. En este tipo de comunicación se dependen los siguientes subtipos:
 - Cinética: que son los movimientos corporales, ademanes posturas y expresiones faciales.
 - Visual: son los que se relacionan con los movimientos de los ojos y las miradas.
 - Paralingüística: se refieren a los sistemas de vocalización como las risas, llantos, suspiros, entre otros.
- Comunicación escrita se refiere al uso de gráficos, símbolos, signos y señales.
- Comunicación directa es la que ocurre en los encuentros cara a cara, sin intermediarios.
- Comunicación indirecta es cuando los interlocutores se encuentran separados por el tiempo y el espacio, por ejemplo: comunicarse por teléfono.
- Comunicación privada es la que va dirigida a una o a un grupo determinado de individuos.
- Comunicación pública sucede cuando en la transmisión de información no existe un límite de receptores. (Zayas, 2012), (Loría, 2011)

Es importante señalar que la comunicación no sólo atañe entre individuos también puede establecerse a través de instituciones, organizaciones y agrupaciones; en este tipo de comunicación existen cuatro niveles, los cuales se encuentra representados a través de la *pirámide de la comunicación* (ver cuadro 2), que representa la proporción comunicativa en la población que va de mayor a menor.

Cuadro 2
“Pirámide de la comunicación”



Fuente: Warley, J., (2010, p. 45)

Cada uno de estos niveles de comunicación se desarrolla en diferentes esferas de convivencia del individuo, la comunicación del individuo se desenvuelve de abajo hacia arriba, es decir, comenzamos con la comunicación intrapersonal y se finaliza con la comunicación de masas. A continuación, Warley (2010) explica de qué se trata cada una de ellas:

- La *comunicación intrapersonal*. hace referencia al orden de los pensamientos y componentes a partir de los cuales los individuos procesan la información recibida y la ordenan de acuerdo con su interpretación (posición ideológica, gustos estéticos, religión, época, educación, sexo, edad, entre otras)
- La *comunicación interpersonal*. Es aquel diálogo que se da con otros individuos, por ejemplo: la plática de dos amigos sobre qué hicieron durante sus vacaciones, la conversación de los novios sobre qué película ver en el cine. En otras palabras, es cuando interviene otro individuo y se lleva a cabo el proceso educativo antes descrito.
- La *comunicación intragrupal*. Son aquellas conversaciones que se entablan con más de una persona o un conjunto de ellas, pero este grupo es cerrado, en donde la

participación de cada uno de ellos es igual. Ejemplos de este tipo de comunicación es la familia núcleo, un grupo escolar que deben tomar una decisión sobre qué lugar irán al graduarse.

- La *comunicación intergrupala o asociativa*. Se refiere aquellas formas de relación social que se desarrolla en conjunto humano más extenso, ejemplos de este tipo de comunicación son: las asambleas vecinales, comité escolar, asociaciones de taxistas o comerciantes.
- La *comunicación institucional u organizacional*. Es la que abarca a las personas en el interior de una institución social determinada, en este caso la relación es asimétrica entre los diversos actores de la institución, es decir, se parte de las jerarquías que determina qué tipo de personas son las encargadas de reglar los intercambios comunicativos (directivos, gerentes, encargado). En este caso, la comunicación no se produce constantemente sino sigue un ritmo o periodicidad que determinan quienes dirigen la institución. Ejemplo una escuela, una empresa o alguna institución gubernamental.
- La *comunicación de masas*. Es aquella que se presenta de manera universal y tiene como receptores a la población, pero cuyo emisor está concentrado en un grupo de profesionales, ordenados bajo la misma forma de una empresa o de una institución similar y capaces de manejar soportes tecnológicos de alta especialización, este nivel de comunicación se desarrolla en el aumento constante de la población mundial, ya que se establecen condiciones de desarrollo (alimentación, salud, crecimiento de la ciencia y educación); y van surgiendo las grandes ciudades donde se producen transformaciones económicas que originan la necesidad de acortar las distancia entre otras ciudades aunque estén en la otra parte del mundo. (pp. 46-47)

Las relaciones comunicativas que va estableciendo el individuo desde que nace se encuentra vinculado en primer lugar con él mismo y con la información que adquiere de su entorno. Esta primera vinculación se establece con la familia, y la comunicación que emana entre ellos es de forma más personal y privada. La segunda vinculación del individuo se desarrolla con individuos que no pertenecen a su familia, como vecinos, compañeros de escuela y trabajo; estas relaciones se establecen con una forma de comunicación diferente, refiriéndose a que cada grupo se transmite y comparte información diferente y que dependerá del objetivo que

pretenda el emisor para entablar ese tipo de comunicación. Por ejemplo, las conversaciones que tiene entre amigos son diferentes a la que se tiene con la pareja o con las que se establece con el director del trabajo.

La comunicación es importante para el individuo ya que mediante ésta puede establecer relaciones sociales las cuales van conformando a la sociedad, además que da a conocer emociones, sentimientos, formas de pensar, situación en la que se encuentra a través de símbolos, signos y palabras que objetiva para que le permitan comprenderse con otros individuos.

1.5 La objetivación de la comunicación por el individuo

Para la humanidad el comunicarse es un proceso innato, el individuo desde que nace comienza a comunicarse por diferentes códigos, cuando éste se desarrolla a lo largo de su vida va adquiriendo lenguaje el cual es proporcionado por lo que le rodea, asignando significado a diferentes objetos, pueden ser comprendidos de forma colectiva o personal:

La expresividad humana es capaz de objetivarse, o sea, se manifiesta en productos de la actividad humana, que están al alcance tanto de sus productores como de los otros hombres, por ser elementos de un mundo común. Dichas objetivaciones sirven como índices más o menos duraderos en los procesos subjetivos de quienes los producen, lo que permite que su disponibilidad se extienda más allá de la situación “cara a cara” en la que pueden aprehenderse directamente (Berger y Luckmann, 2012, p. 50).

La comunicación del individuo no sólo se remite de forma objetiva (oral), sino que también la comunicación puede subjetivarse⁸; es decir, que cuando dos personas se citan para platicar no sólo entra en juego el diálogo, son otros los factores o índices los que se incluyen en una conversación, donde ambos participantes pueden interpretar y asignarles un significado.

⁸ Berger y Luckmann (2012) mencionan que la subjetividad del individuo puede expresarse por factores corporales como el aspecto facial, la posición que tome el cuerpo al hablar, ademanes con las manos o pies, entre otras; que además constituyen una situación óptima para entrar a la subjetividad del otro ya que cada uno de estos factores tienen un significado otorgado.

Estos diversos índices pueden hacer que la conversación entre individuos pueda ser abordada de diferente manera, éstos pueden ser: objetos subjetivos, la significación, el lenguaje

Del mismo modo, existen otros factores en lo que el individuo puede comunicarse y esto son por medio de los objetos, los cuales el individuo le asigna un significado y sin necesitar palabras el otro lo entienda. En la vida cotidiana el individuo se encuentra rodeado de objetos que carecen de significado, pero cuando éste los dota de significado, el objeto significante puede ser positivo como negativo y esta polaridad dependerá de la situación en la que se encuentre la conversación.

La existencia de diversos objetos que rodean al individuo los cuales suelen ser subjetivados por las intenciones intrínsecas del individuo, donde estos objetos proclaman algún significado el cual tiene que ser entendido por el otro, aunque el objeto sea producido por el individuo para cubrir una necesidad, éste se encarga de darle un uso más subjetivo.

Por otro lado, también existe la significación “que es la producción humana de signos. Un signo puede distinguirse de otras objetivaciones por su intención explícita de servir como indicio de significados subjetivos” (Berger y Luckmann, 2012, p. 52); es decir, que el mismo individuo puede crear signos, el cual tiene como propósito indicar un significado de índole subjetivo en donde él y el otro lo reconocen y aceptan, el significado otorgado y que se produce para ser comprendido por los demás individuos, el cual quedará como un vestigio objetivo de su intención primaria. Ejemplificando lo mencionado en las redes sociales se utilizan símbolos como: pulgar arriba [], un corazón [] o una estrella [] para indicar que la información que se comunica es agradable para el individuo.

Los signos que se van creando en la realidad de la vida cotidiana se agrupan en sistemas, al momento de conformarse en esa forma son objetivados por el individuo, en el sentido en que son accesibles para su uso debido a la intención que el individuo pueda darle.

Por otra parte, como se abordó en párrafos anteriores uno de los elementos primordiales de las relaciones sociales es el *lenguaje* el cual se define:

Como un método exclusivamente humano, y no instintivo, de comunicar ideas, emociones y deseos por medio de un sistema de símbolos producidos de manera deliberada. Estos símbolos son ante todo auditivos y son producidos por los llamados órganos del habla (Sapir, 1954, p. 14)

Se alude que el lenguaje es un sistema de signos vocales en donde los individuos son los únicos capaces de producir expresividad vocal, entonces el lenguaje se convierte en la fuente principal de la comunicación humana. De acuerdo con el filólogo Luis Hernando (1995):

El lenguaje como medio de comunicación humana, frente a los medios de comunicación animal (o de cualquier otro tipo), reúne estas propiedades:

- a) Ser un fenómeno exclusivamente humano;
- b) Servirse de la voz como vehículo de transmisión;
- c) No ser instintivo (por lo que queda fuera esta noción los gritos y otra manifestación sonora, como el ronquido);
- d) Utilizar un sistema de signos (de significación permanente, instituidos convencionalmente por la comunidad) y;
- e) Estar articulado a partir de determinadas unidades mínimas (p. 22).

Pero cabe mencionar que el organismo del habla del individuo aparte de tener la capacidad de articular palabras y hablarlas, también tiene la capacidad de producir sonidos como rugidos, gruñidos, aullidos, etc., sin embargo, esta se transforma en lenguaje cuando el individuo las dota de significación lingüística, es decir, las objetiva. La importancia que tiene la objetivación de estos sonidos es que para comprender la realidad en la vida cotidiana es esencial que se comprenda el lenguaje que utiliza el individuo con sus semejantes. Otro rasgo del lenguaje es que a partir de que éste se genere en la situación cara a cara, sencillamente puede distanciarse de ella, refiriéndose a la comunicación mediante sistemas de signos de segundo grado como hablar por teléfono, enviar una carta, hablar por la radio, la televisión o mandar un correo electrónico; en la forma de cómo se comunique no cambiará el significado, sino que existen expresiones que no necesitan ser habladas pero por medio de la subjetividad

del individuo, éste las comprende. “El lenguaje es capaz de transformarse en depósito objetivo de vastas acumulaciones de significado y experiencia, que puede preservar a través del tiempo y transmitir a las generaciones futuras” (Berger y Luckmann, 2012, p. 54).

El lenguaje también puede emplearse para hablar de otras realidades, en otros términos, que el lenguaje puede describir experiencias o situaciones que se encuentren limitadas por su significado; asimismo, las que se encuentran aisladas de la realidad en la que se vive. Un ejemplo es que las redes sociales como Facebook existe una aplicación en donde el usuario puede construir su propio *avatar* y/o el de sus amigos y así crear historias con ellos, donde recrean diálogos y escenarios; además de que pueden ser modificados para que se asemejen a la realidad. La cuestión es que una realidad construida o reconstruida adquiere significado y hace referencia a una realidad alterna, que se ubica en la realidad de la vida cotidiana.

El lenguaje proporciona al individuo posibilidades de continuas objetivaciones que va experimentando en la vida cotidiana para desenvolverse y comunicarse. En otras palabras, el individuo se mueve a través de muchos contextos (familiar, laboral, social, íntimo) en los cuales ha aprendido lenguaje para poder comunicarse con cada uno de estos ambientes, si bien algunas objetivaciones pueden usarse en más de un entorno, por el contrario hay algunos que no tienen ninguna relación, sin en cambio el individuo es capaz de comunicarse con ellos sin ninguna dificultad, esto gracias a que el lenguaje tipifica experiencias, categorizándolas dependiendo del significado que le otorgue el individuo tanto para él como a sus semejantes.

Como se ha desarrollado, el individuo como ser social le es de vital importancia todo el proceso que conlleva el comunicarse, desde que cómo transmitir sus mensajes hasta porque medio difundirlo, provocando que éste busque otros canales cada vez más efectivos y fáciles para enviar sus mensajes hasta el lugar más recóndito del mundo. Esta búsqueda se relaciona con la evolución de la sociedad, pues entre más desarrollada se encuentre ésta, mayor serán sus necesidades y una de ellas fue comunicarse a larga distancia.

Con el desarrollo de la tecnología se logró cubrir esta necesidad, pues, el individuo invento medios electrónicos como teléfonos fijo o móvil, computadoras, tabletas y Ipads; por los cuales comunicarse a larga distancia ya no representa un problema, ya que la gran ventaja de estos medios es la instantaneidad con lo que se emiten y reciben mensajes. Es así, que el

origen y la innovación de nuevos medios de comunicación trajeron consigo el surgimiento de medios digitales como los blogs, foros y redes sociales, en los cuales no sólo puede comunicarse el individuo, sino también el construir e interactuar con otros individuos a través de un mundo diseñado a sus propios gustos e intereses.

Estos nuevos canales de interacción puede que no se encuentren en el mundo real, sino en otro espacio, este espacio el cual será dotado de nuevas reglas de interacción social, donde se vea modificada la forma de comunicación, así como creación de identidades para satisfacer las necesidades sociales del individuo de pertenecer a un grupo y la creación de una realidad y de una sociedad que tendrá propósitos específicos y que podrá ser manipulable. Esta nueva realidad estará ubicada en el mundo real, sin embargo, lo que la diferenciará es que esta realidad será construida por el individuo, a este espacio lo han denominado *realidad virtual*⁹ o *mundo virtual* por el informático Ivan Sutherland en 1965. (Ortega, 2016) y (Sutherland, 1965)

1.6 La construcción de una nueva realidad: la realidad virtual

El individuo como ser social que se adentra a las nuevas vías de comunicación que le ofrece la tecnología, principalmente las Tecnologías de la Información y la Comunicación y las redes sociales busca en ellas una nueva forma de interactuar, comunicar y transmitir información de forma instantánea y sin la necesidad de estar cara a cara con el otro. Dentro de esta búsqueda, el individuo se introduce a realidades alternas creadas por él y con ayuda de la tecnología, el propósito de éstas puede variar, pero para fin de esta investigación se abordarán aquellas que tiene que ver para su entretenimiento. La introducción a estas realidades lleva al individuo a crear identidades con las cuales establece relaciones sociales y por ende construye una sociedad en una realidad virtual.

⁹ Este concepto nació a partir de la publicación de un artículo llamado “*The Ultimate Display*” por Sutherland en el cual menciona que el individuo es capaz de interactuar con otros individuos por medio de una computadora, afirmando que éste tiene la capacidad de crear un mundo virtual a través de un ordenador, ya que en su diseño se asemejará lo más posible al mundo real. (Ortega 2016)

Esta realidad virtual no es tangible físicamente, pero se encuentra dentro del mundo de la vida cotidiana, la cual es modificable constantemente para satisfacer los gustos de los individuos que las utilizan

La velocidad en que evoluciona la tecnología, en especial en las ramas de información y comunicación, han transformado la visión de las sociedades contemporáneas, lo que ha originado una búsqueda de nuevas formas de utilizar ese tipo de tecnología por parte de los individuos. Esto ha producido un nuevo medio o canal de comunicación: la Internet. Todo lo relacionado con esta red ha causado un gran impacto en la sociedad y en el comportamiento social de los individuos, también ha alterado la forma de cómo se percibe a la sociedad y a las nuevas estructuras que han surgido con el uso de estos nuevos medios, creando nuevas realidades en la Internet, dichas realidades se asientan en un ambiente llamado ciberespacio.

Se define al ciberespacio como: “lugar de encuentros y de aventuras, meollo de conflictos mundiales, nueva frontera económica y cultura” (Lévy 2004, p. 71), es decir que es todo el espacio donde las redes digitales crean un mundo de interacciones además que forman nuevas barreras económicas y culturales.

Otro concepto que explicar, es cómo se define a lo virtual, el cual la Real Academia Española (2014) define como aquello “que tiene existencia aparente y no real”. Asimismo, una definición desde la perspectiva informática es que “en computación se utiliza para designar a todo aquellos que tiene existencia dentro de una simulación informática” (Alegsa, 2010). Entonces, el término virtual se entenderá como aquel espacio en donde se construye una o varias simulaciones, la cuales no son reales físicamente en el mundo real.

Tras aclarar estos conceptos se puede expresar que el ciberespacio es la plataforma en la que se ubica la realidad virtual, cabe mencionar que el ciberespacio puede ser usado en ocasiones como un sinónimo de mundo virtual, pero no lo es, ya que éste mundo se construye dentro del otro y no al revés. Así que se prosigue con la explicación de la construcción de la realidad virtual.

El invento más representativo del adelanto tecnológico ha sido la Internet, pues ésta ha dotado de múltiples medios al individuo para que pueda comunicarse con otros de una forma más instantánea; estos medios han sido en primera instancia el correo electrónico, los chats en

línea, los foros de discusión, grupos de conversación y blogs; posteriormente el uso de las redes sociales y la mensajería instantánea como *WhatsApp*. Todos ellos se encuentran en el ciberespacio y comparten una plataforma virtual donde además se teje una red de comunicación. Pero cabe mencionar, que al mismo tiempo que se construye esta red también se va construyendo una sociedad la cual se sustenta de individuos participantes y activos, estos individuos crean una identidad para reconocerse entre ellos y a partir de ello, se construye una realidad donde los ellos son los principales constructores, pues definen sus propias reglas de convivencia.

Los puntos cruciales para construir el mundo virtual se han basado en el desarrollo de la tecnología y en la búsqueda de una nueva forma de interacción, identificación y comunicación entre los individuos, lo que ha originado la creación de un mundo ficticio, en este caso un mundo virtual o realidad virtual. El concepto de realidad virtual es muy diverso debido a que es un fenómeno reciente se han dado múltiples definiciones, aquí alguna de ellas.

Pérez Martínez (2011) nos dice que la realidad virtual, “es una experiencia sintética mediante la cual se pretende que el usuario sustituya la realidad física por un entorno ficticio generado por un ordenador” (p.5); esto es que el individuo experimenta un mundo el cual puede ser distinto o semejante al de la realidad física, pero que es construido a través de una computadora. También este mundo puede ser utilizado como un canal de comunicación pues permite la participación de otros individuos dentro de un espacio compartido que da lugar a una retroalimentación comunicativa.

Esta realidad se mantiene a través del papel del individuo que puede ser pasivo o activo. En el primer caso es cuando el individuo sólo está como observador, es decir no interactúa; mientras el segundo caso es cuando el individuo traza los espacios virtuales para tener experiencias emocionalmente satisfactorias, estas experiencias harán que el individuo se transporte a un mundo que le agrada y que se integre a una historia, sin embargo, su transportación será ubicada en un mismo lugar en el mundo real.

Por otro lado, De la Fraga también define a la realidad virtual como:

[...] una simulación por computadora que crea la imagen de un mundo que parece a nuestros sentidos de la misma forma que percibimos el mundo real. Para convencer a nuestro cerebro que el mundo sintético es auténtico, la simulación monitorea los movimientos del participante o lo ajusta el despliegue o despliegues en una forma que da la sensación de estar inmerso o presente en la simulación. De forma concisa; realidad virtual en un medio para permitir a los participantes interactuar en algún ambiente de simulación que es distinto de su realidad física (2012, p. 2).

Se alude que la realidad virtual es un ambiente en el cual los individuos interactúan por medio del intercambio ideas y experiencias de sus vidas, además para que el individuo se sienta presente en ella, la propia realidad virtual controla el desarrollo de sus acciones a través de la computadora. Estas dos definiciones explican a grandes rasgos lo que es una realidad virtual ofreciendo puntos clave para la diferenciación de ésta con la realidad física, pero para fines de esta investigación se retoma la definición que proporciona la profesora Valery Naranjo (2009), la cual define al mundo virtual como:

La forma más avanzada de relación entre el ordenador y la persona, permitiendo al usuario interactuar con la máquina y sumergirse en un entorno generado artificialmente. Esta tecnología se basa en la generación interactiva multisensorial de estímulos con el objetivo de mantener la sensación completa de la inmersión con el mundo real. Se caracteriza por la ilusión de participación en un entorno sintético más que la observación de éste (p. 3).

En definitiva, el propósito sustancial de la realidad virtual es crear el sentido de presencia en el usuario en este mundo a través del desarrollo y exploración de las experiencias sensoriales que el individuo pueda tener de ella. Entonces, es menester explicar algunos tipos de realidades virtuales que existen en el ciberespacio, la clasificación de estos mundos virtuales la realiza la institución bancaria BBVA a través de su Centro de Innovación en sus estudios realizados para su Serie Innovation Trends (2015); y las clasifica de la siguiente manera:

- **Sistema desktop de realidad virtual.** El usuario ve la imagen en primera persona. Muestran una imagen 2D o 3D en una pantalla de computadora en lugar de

proyectarla a un HMD (o casco de realidad virtual). El usuario viaja en cualquier dirección dentro del mundo tridimensional que se muestra en un monitor, casco, gafas o pantalla de proyección (videojuegos).

- **Realidad Virtual en segunda persona.** “Ver para creer”. El usuario se ve a sí mismo dentro de la escena. Es un integrante “visible” del mundo virtual porque ve la proyección de su imagen en un fondo o ambiente. Este sistema involucra percepciones y respuestas en tiempo real a las acciones de los humanos involucrados, que no lleven cascos, guantes, HDM’s, gafas o cualquier otro tipo de interfaz.
- **Telepresencia.** Los sistemas de telepresencia, forman grupos de aplicaciones de realidad virtual. Cámaras dispositivos táctiles y de retroalimentación, ligados a elementos de control remoto que permitan manipular robots o dispositivos ubicados a distancia mientras se experimentan su forma virtual.
- **Sistemas de inmersión de realidad virtual.** Sumergen al usuario en un mundo virtual utilizando sistemas visuales tipo CAVE (ambientes virtuales automáticos) con sensores de movimiento. El usuario en el mundo virtual responde a los movimientos de la cabeza de manera similar a como ocurre en el mundo real. Los mundos de inmersión existen en tres dimensiones. A través del envío de imágenes ligeramente diferentes a cada ojo se habilita la sensación de profundidad, perspectiva y dimensión.

En este sentido, la primera realidad virtual que se encuentra en la clasificación pasada es la que interesa a la presente investigación, ya que es la que conduce al individuo a experimentar sensaciones iguales o semejantes a las que experimenta en el mundo real. Este mundo lo edifica el individuo estableciendo sus propias reglas y normas de convivencia; pero también construye una identidad, la cual le sirve para interactuar en aquel mundo. Esta identidad se basa en lo que ellos quieren proyectar ser y no en lo que en verdad son.

El rol social del individuo está determinado por el contexto social en el que nace y desenvuelve, el cual le es heredado por sus antecesores y por norma de sociedad es reconocido con el papel que debe desempeñar, asimismo la identidad que el individuo se forme dependerá del presente rol y su entorno de socialización.

En contraste con la realidad virtual, el individuo puede crearse un rol totalmente diferente al de su mundo real, es decir, que puede inventar cualquier papel a desempeñar, lo mismo ocurre con su identidad, esta puede ser originada a partir de querer ser reconocido por otra esfera social y/o que su identidad real no sea de su agrado y creé una que satisfaga más con sus expectativas emocionales.

Cada vez que el individuo realiza sus actividades en la vida cotidiana no se percata que cada una de ellas está relacionada con alguna tecnología, para trabajar utiliza una computadora en la cual también revisar su correo, para entretenimiento, al igual que para comunicarse con sus amigos. Es importante mencionar que el individuo ha construido una relación importante entre la realidad virtual y su vida cotidiana que ha llevado a relacionar toda actividad con una computadora y la Internet.

La relación ha orillado al individuo a modificar su identidad para ser reconocido a formar parte de una nueva sociedad y de una nueva comunidad, a lo que lleva a preguntar ¿Cómo la formación del mundo virtual ha ido formando parte fundamental de la vida del individuo? Para contestar a dicha pregunta, en primer lugar, se debe definir el concepto de identidad, la cual define Castells (2004) como:

[...] el proceso mediante el cual un actor social se reconoce a sí mismo y construye el significado en virtud sobre todo de un atributo o conjunto de atributos culturales determinados, con la exclusión de una referencia más amplia a otras estructuras sociales (p. 48).

La identidad del individuo se verá influenciada por los acontecimientos de la vida cotidiana al igual de los individuos con los que se relacione en su entorno, con el propósito de poder identificarse con su mundo y con la sociedad. Todo lo que suceda en su mundo real será una referencia que interiorizará y formará su identidad; pero ¿cómo será la identidad del individuo cuando interactúa en un mundo que no es el real?

Lo más evidente es que no se comparte el espacio físico, pero hay características que comparten los individuos entre sí. En primer lugar, el individuo pertenece a cada una de ellas, el papel que desempeñan en cada una es definido; asimismo reconoce y legitima sus símbolos

y códigos además de que los reproduce para obtener sentido de pertenencia. Este sentido de pertenencia existe en dos variantes: primera, es cuando el individuo se adentra a este mundo y reproduce y comparte la representación social; segunda es que al no sentirse pertenecientes a un mundo virtual puede traer como consecuencia la exclusión del individuo (como no poder compartir opiniones, creencias o actitudes) que actualmente al no pertenecer una red virtual puede considerarse como extraño.

Otro factor importante para la identidad y para la legitimación de una realidad es el lenguaje. Si bien anteriormente se explicó la objetivación del lenguaje en el mundo real; en la realidad virtual no difiere mucho, ya que es muy similar a la forma de cómo se integra en la vida cotidiana real; esta realidad posee un lenguaje propio que caracteriza a quien lo usa y que el individuo lo legitima al hacer uso de él: “este lenguaje propio, por un lado, puede crear cierta desconexión, pero, por otro, la posibilidad de dominar las estructuras, códigos y sentidos virtuales dan origen a una identidad virtual que desarrolla su propia lengua.” (Muros, 2011. p. 51) En otras palabras, este vocabulario formará parte esencial de la identidad del individuo, pero la diferencia radicará que éste no será consciente de ello.

Hasta este punto se ha comprendido que la identidad virtual puede crear un paralelismo entre la vida real y la vida virtual; cada construcción de identidades comparte patrones en común, en segunda instancia, la identidad virtual es inteligible por su variación y adaptación a un mundo diferente. En cuanto a las relaciones sociales que se establecen dentro de esta realidad, permitirá al individuo formar parte de una comunidad, a la cual se le denomina *comunidad virtual*, esta pertenencia hará sentir al individuo reconocido conservando su ser real y su yo virtual, además de que será el único que decidirá que compartir y que no.

Una de las características principales de la apropiación de la identidad virtual es que no existe en la vida real, es decir, que las identidades en el mundo virtual han llegado actualmente a una humanización por el hecho de que el cuerpo físico de individuo pueda resumirse a una creación digital a través de un teclado y una máquina; además de que las identidades adoptadas en estas realidades pueden reinventarse y apropiarse de características físicas como psicológicas que no le pertenezcan a su yo real.

En definitiva, el papel de la identidad en el mundo virtual es el resultado de un proceso adaptativo para el individuo ante estas nuevas situaciones al ser participe en ella. En el mundo

virtual podemos crear identidades donde se pueden modificar el nombre, edad, rasgos físicos, esto, para adoptar identidades que no corresponden a la real, estas creaciones imaginarias forman parte del yo del individuo, porque se interioriza para legitimarse como verdaderas, teniendo como resultado una correlación entre ambas realidades. Concluyendo la identidad virtual que adopte e incluso la apropie el individuo será de forma consciente como inconsciente y que afectará a su comportamiento en sociedad.

Hoy en día la formación de relaciones sociales por medio de la interacción cara a cara se ha visto modificada por el uso de la tecnología y de las aplicaciones que se han desarrollado para que la interacción sea como en el mundo real. El desarrollo de la tecnología en el campo de las telecomunicaciones ha creado a una herramienta fundamental actualmente: la Internet, esta herramienta ha impulsado una variedad de aplicaciones donde el individuo puede crear mundos subalternos o mejor dicho realidades virtuales. Estas realidades pueden construirse a imagen y semejanza del mundo real o bien son construidas al gusto del individuo (que es lo que la diferencia de la realidad); además otro componente importante de estas realidades es la creación de identidades virtuales las cuales han incrementado, creando así comunidades virtuales.

Las identidades virtuales trascienden de la forma tradicional de interacción cara a cara, pero es importante señalar que esta trascendencia no pierde el propósito esencial de la interacción, sino al contrario busca mejorarla. Es menester mencionar que estas nuevas maneras de interactuar trastocan en dos formas:

1. Las interacciones entre los individuos ya no se dan de manera local, sino de forma global;
2. El espacio y tiempo de las relaciones sociales se ven modificados, el tiempo ya no es definido, sino que ahora cualquier momento del día puede llevarse a cabo una interacción, el espacio ya no se ve como asentamiento físico sino los distintos lugares donde se realizan estas actividades.

La manifestación de las relaciones sociales en las realidades virtuales permite crear una diversidad de identidades para poder interactuar e identificarse con otras personas con quienes comparten gustos similares, estas identidades le permiten al individuo ser algo que quisiera ser en el mundo real, en donde el papel de la tecnología ha coadyuvado a hacerlo

posible. Asimismo, la identidad virtual es la representación de *yo* en el ciberespacio, la cual se va construyendo a partir de su actividad y de las actividades de los otros, además se forman estructuras digitales que permiten vivir a su *yo virtual*.

Se existe en una sociedad digital, en referencia a la era de la información, la cual es intervenida por el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), ya que el distintivo más significativo es la digitalización de la vida individual y colectiva; en otras palabras, la acumulación del conocimiento, la información que se encuentra en el ciberespacio, las relaciones interpersonales ya no sólo se dan de manera presencial sino a través de las herramientas que ofrece el mundo virtual; herramientas donde se presentan las redes sociales y las comunidades virtuales. Es aquí que la virtualidad es algo real y palpable para el individuo, es decir, es una realidad subjetiva, en donde el tiempo libre, los procesos de producción y de consumo están en proceso de digitalización en el ciberespacio y creando su propia realidad virtual.

Es de vital importancia mencionar que la piedra angular de la construcción de relaciones sociales en la red es la alteración del espacio y tiempo; en donde estos ya no son fijos sino imprecisos y variables, esto es, que el individuo ya no le es tan necesario un entorno físico para su interacción, ni mucho menos fijar una hora para encontrarse con el otro y relacionarse. La separación del espacio y tiempo de sus nociones locales ha permitido que las relaciones sociales se descentralicen de su forma física y se transfiguren ambientes donde las líneas del espacio y tiempo comienzan a observarse invisibles. Esta condición es la base del proceso de *desanclaje* que de acuerdo con Giddens (2001) se entiende como “el despegar las relaciones sociales de sus contextos locales de interacción y reestructurarlas en indefinidos intervalos espacio-temporales.” (p. 32) Esto es que las relaciones sociales del individuo se retiran de sus contextos locales permitiendo reorganizarlas a través de grandes distancias de tiempo y espacio.

Para finalizar, la construcción de la realidad virtual ha direccionado a la digitalización de la vida cotidiana de la sociedad y de los individuos, provocando que las estructuras sociales entren a un proceso de adaptación a estas nuevas tecnologías, en donde la comunicación y la interacción se han visto modificadas con el propósito de entrar a la *era informacional*. Este transitar ha roto con diversos paradigmas, uno de ellos el origen de la *Sociedad Informacional*

la cual se caracteriza por la incorporación de tecnologías que proporcionan la creación, distribución de la información y que estas habilidades jueguen un papel fundamental en sus actividades sociales, culturales, políticas y económicas del individuo y de su sociedad. La Era Informacional será el parteaguas de todo el desarrollo de la *experiencia cibernética* del individuo partiendo de la creación y modificación de nuevas formas de relacionarse y de comunicarse, es decir, la construcción de comunidades virtuales y redes sociales.

Es así que en el capítulo dos se aborda la expresión *Sociedad de la información* la cual se escuchó por primera vez en la década de 1960 pero no tuvo demasiada trascendencia. Es Manuel Castells quién plantea las características de este concepto y de la *Era Informacional*, en este sentido, también se explicará el surgimiento de la *sociedad red* que tiene a la Internet como base fundamental, ya que esta herramienta construye un nuevo modo de organización social, nuevas formas de relaciones sociales y nuevos modos de construir la identidad propia. Así mismo se abordará el tema de comunidades virtuales y de redes sociales y cómo éstas han trasfigurado en la comunicación e interacción del individuo, así como se han convertido en herramientas vitales para el desarrollo de sus actividades en la vida cotidiana.

CAPITULO II. LA ERA DIGITAL Y LA SOCIEDAD INFORMACIONAL: COMUNIDADES VIRTUALES Y REDES SOCIALES

Tras explicar en el primer capítulo el comportamiento del individuo en la realidad de la vida cotidiana en cuanto al establecimiento de relaciones sociales con los otros en su sociedad, se ha observado que el individuo posee características únicas que lo hacen apto para comunicarse. Una de estas características es el lenguaje, que le permite establecer un diálogo con el otro, creando un circuito del habla y de comunicación. El comunicarse es una acción social del individuo necesaria para poder desenvolverse en sociedad, el cual está dotado de símbolos y significados, le ha concedido el poder para conversar con otros individuos, además el individuo tiene la capacidad de brindarle significado no sólo al lenguaje sino a los objetos que le rodean, a los gestos y movimientos del cuerpo, los símbolos y las señales que nacen en su cotidianidad.

Es menester mencionar que la *tecnología* ha jugado un papel muy importante en el desarrollo de la comunicación del individuo, tanto que se han creado nuevos aparatos, herramientas y aplicaciones para que el individuo se relacione e interactúe de una forma más práctica. Una de las herramientas que ha producido la tecnología son las *Tecnologías de la Información y la Comunicación* y éstas en busca de mejorar la cobertura en las necesidades del individuo ha desarrollado la *Internet*; igualmente la tecnología también ha desplegado en la creación de aparatos como la computadora, la tableta, los teléfonos inteligentes y las consolas de videojuegos, las cuales han abierto una puerta donde el individuo ha decidido involucrarse a un nivel donde se crean cursos para saber cómo manejarlos; lo mismo sucede con las aplicaciones (correo electrónico, mensajería instantánea, video llamadas, envío de archivos multimedia, entre otros); el individuo ha convertido estos dos recursos en una necesidad para el desarrollo de sus actividades en la vida cotidiana.

Las *Tecnologías de la Información y la Comunicación* también llamadas *TIC*, han sido una tecnología que le ha permitido al individuo desarrollar nuevas plataformas de comunicación e interacción donde el individuo puede relacionarse de una forma diferente, creativa y eficaz. La impresión que están dejando las TIC en la sociedad hace notar las diferentes formas que

tiene el individuo para comunicarse y la percepción de éste del mundo que lo rodea, el resultado es nuevas modalidades de comunicación y socialización.

Es importante señalar que el impacto de la tecnología en la sociedad ha sido trascendental, pues los individuos se han apropiado e interiorizado de la tecnología ya que toda actividad que realizan involucra un gadget o una aplicación. Entonces, como producto de esta relación entre tecnología-individuo se ha concebido a la sociedad como *sociedad informacional* y a este contexto se le ha llamado *era digital*.

Así que este capítulo expondrá cuál y cómo ha sido el papel de la tecnología en el desarrollo del individuo ante estas innovaciones hablando de cómo ha modificado su conducta, su identidad y su interacción con los otros y dentro de la sociedad. También, en el capítulo se explica las nociones de sociedad red, de Tecnologías de la Información y la Comunicación, de la misma forma, como estas tecnologías han originado nuevos medios a los que se les denomina *mass media*, entre estos medios se encuentran las comunidades virtuales y redes sociales que también se aborda su origen, desarrollo y proliferación en la sociedad. Por último, se expone el panorama de uso y consumo de las redes sociales en México, en específico, las redes Facebook, Twitter e Instagram.

2.1 La era digital y el nacimiento de la sociedad informacional

Durante la década de 1970 se tuvo un acontecimiento importante para la evolución de la sociedad, este suceso fue llamado *Revolución Tecnológica*, la cual tuvo dos impactos importantes: el primero fue la modificación en el comportamiento de la sociedad y su paso a ser una sociedad informacional; el segundo es la creación de un nuevo sistema de comunicación. Esta revolución trajo el cambio de la tecnología analógica a la tecnología digital con la proliferación de las computadoras, del teléfono celular y de la herramienta más importante de este suceso el nacimiento de la Internet. En otras palabras, a revolución tecnológica marco el inicio de la era de la información.

Esta revolución tecnológica se centró en un área específica: las *Tecnologías de la información*, que en resumen son la unión de todas las redes informáticas concentradas en un sólo sistema; estas tecnologías originaron nuevos canales de comunicación que hoy en día

conocemos como comunidades virtuales y redes sociales, pero para hablar de estos medios es necesario exponer el origen de éstas.

Para que la tecnología consiguiera desarrollar a las tecnologías ya mencionadas, Castells (2004) menciona que existieron tres revoluciones tecnológicas las cuales prepararon el terreno para que se diera esta revolución, además de que fueron los pioneros en buscar nuevas formas de hacer más fácil la vida, en el cuadro 4 se estructura cada una de ellas, así como en qué tiempo y lugar se desarrollaron.

Cuadro 4

“Revoluciones tecnológicas”

	Primera Revolución “Revolución Industrial”	Segunda Revolución “Segunda Revolución Industrial”	Tercera Revolución “Revolución Tecnológica”
Aparición	-Sucedió a finales del siglo XVIII.	-Año de 1850	-Origen en el año de 1970.
Origen	- Gran Bretaña.	En Alemania y Estados Unidos.	Su florecimiento se dio en Estados Unidos.
Eje principal	El uso de la información, aplicando y desarrollando el conocimiento ya existente.	El papel decisivo de la ciencia para fomentar la innovación.	Por la aplicación del conocimiento a los aparatos de generación de conocimiento y procesamiento de la información/comunicación, en una retroalimentación acumulativa entre innovación y usos.
Características	Se caracterizó por la máquina de vapor, la hiladora y la sustitución de las herramientas tradicionales por máquinas.	Por el desarrollo de la electricidad, motor de combustión, la fundición de acero y el comienzo de las tecnologías de la comunicación como el telégrafo y la invención del teléfono	Por el surgimiento de ramas como la microelectrónica, las computadoras de escritorio y las telecomunicaciones.

Cuadro elaborado con información de Castells, M., (2004, pp. 60-79)

Como se puede observar en la primera revolución el impacto fue en los medios de producción; en la segunda revolución se desarrolló una herramienta fundamental para dar lugar a la tercera que es la *electricidad*, la cual fue y es la piedra angular de todos los inventos

que hoy en día conocemos, aparte de ser la fuente principal de energía para su funcionamiento, asimismo se construyeron las primeras redes de comunicación: el invento del telégrafo que se utilizó por primera vez en la década de 1790; estas dos primeras *revoluciones* prepararon el terreno para el desarrollo de micro-invencciones, que posteriormente se transformarían en las más grandes invenciones actualmente.

En la tercera revolución es más clara la apropiación y la redefinición de la tecnología por parte del individuo, además del florecimiento de nuevos sistemas de comunicación, de decodificación y de programación genética; un ejemplo es el perfeccionamiento de las Tecnologías de la Información¹⁰ a Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)¹¹.

Esto demuestra que el papel de la tecnología le ha permitido a la sociedad evolucionar hasta una sociedad informacional, en donde la sociedad ha creado, modificado, transformado, técnicas y métodos los cuales les han ayudado a cubrir sus necesidades y simplificarles su día a día.

Por primera vez en la historia, el desarrollo de la creatividad humana ha sido utilizado como fuerza productiva, elemento primordial para el sistema de producción. La presente vinculación que se comienza forjar entre máquinas e individuos ha dado como fruto una alteración en la forma en la que se desarrolla, en otras palabras, este vínculo ha ido redireccionando la condición del individuo sobre cómo nace, vive, aprende, trabaja, produce, sueña incluso hasta que muere; en la mayor parte de las actividades del individuo, la tecnología siempre estará involucrada. (Castells, 2004) Teniendo esto comprendido las Tecnologías de la Información y la Comunicación son una rama de los avances en los campos de la informática, la optoelectrónica, la microelectrónica y el de las telecomunicaciones (Castells, 2004) la constitución de estas tecnologías se da en la última década del siglo XX;

¹⁰ De acuerdo con Campos (1999) las Tecnologías de la Información son la “Confluencia de métodos y técnicas asociadas a la tecnología de la computación y las telecomunicaciones, de aplicación expresa en la generación de información, mediante la adquisición, producción, almacenamiento, proceso, registro y diseminación de datos contenidos en señales de naturaleza acústica, textual, óptica o electromagnética” (p.4)

¹¹ Como lo concibe Avogadro (2007) las Tecnologías de la Información y la Comunicación se refieren “a un conjunto de procesos y productos que son el resultado del empleo de nuevas herramientas surgidas del campo de la informática, soportes de la información y canales de comunicación, relacionados con el almacenamiento, procesamiento y transmisión digital de la información. Entran tanto las computadoras personales como los equipos multimedia, las redes locales, Internet, intranet, extranet, software, hipertextos, realidad virtual, videoconferencias, por nombrar algunos. Diríamos que estas nuevas tecnologías están centradas alrededor de la informática, la microelectrónica, los multimedia y las telecomunicaciones.

y las transformaciones tecnológicas que traen consigo es la creación de una interfaz mediante un lenguaje digital universal, en el que la información se origina, se almacena, se procesa y se transmite para ocasionar un efecto en el usuario y ser utilizados con un propósito (Castells, 2004). Posteriormente con las constantes mejoras en estas tecnologías dieron origen a la *Tecnologías de la Información y Comunicación* que agruparon a las tecnologías de información y a la telecomunicación¹², donde su mayor impacto es en la total inclusión de las actividades de los individuos.

Así, como la creación, producción y distribución de símbolos y significados, los cuales se observan en el mundo, pero con mayor hincapié en la sociedad, la cual comenzará a sumergirse en la *era digital* la cual se caracterizará por presentarse en casi todas las actividades humanas. Todo esto es el resultado de las invenciones e iniciativas en el descubrimiento científico y de la innovación tecnológica.

No cabe duda que las revoluciones tecnológicas antes mencionadas transfiguraron el rumbo de la evolución humana en todos los aspectos, ya que mediante su progreso el individuo ha encontrado en ellas herramientas y aplicaciones que cubren sus necesidades primarias, secundarias y terciarias; este progreso ha conducido al desarrollo de la sociedad misma, es decir, la última revolución tecnológica trajo consigo el de paso de la sociedad industrial a una sociedad informacional, la cual se caracteriza principalmente por la producción y distribución de la información; “Esta nueva estructura social está asociada con el surgimiento de un nuevo modo de desarrollo, el informacionalismo, definido históricamente por la reestructuración del modo capitalista de producción hacia finales del siglo XX.” (Castells, 2004, p.40)

El término de sociedad informacional acuñado por Castells se refiere específicamente a las propiedades de organización social, del procesamiento y de la transmisión de información transformándolas en fuentes principales de productividad y de poder, esto gracias a las nuevas condiciones tecnológicas que surgen en siglo XX.

¹² Según Castells (2004) las tecnologías de la información se caracterizan por la capacidad de almacenamiento de memoria, de velocidad de combinación y en la transmisión de bits; un ejemplo un procesador de texto le otorga a un usuario mayor maleabilidad en retroalimentación, interacción y configuración, dando como resultado una alteración en el proceso de comunicación y; la telecomunicación combinada con la maleabilidad del procesador de texto, concede una programación de espacio/tiempo presente y asíncrona.

Por otro lado, anteriormente se mencionó que la sociedad ha entrado a la *era digital* en donde el requisito más importante es permanecer *conectados* a la red en sus diferentes vertientes de innovación, sin duda es importante mencionar que desde los años de 1990 los individuos, las instituciones, las organizaciones y los grupos sociales han comenzado a estar *conectados* alrededor de todo el mundo gracias a estas tecnologías y especialmente la Internet. De la misma forma es importante indicar que el crecimiento en el consumo de las TIC ha sido tal que en el año de 2015 el 43.4 por ciento¹³ de la población mundial se encuentra conectada con algún medio electrónico. En cuanto México en el 2015 el 44.9 por ciento de la población nacional mexicana se encuentra conectado mediante un dispositivo. (ENDUTIH 2015)

Hasta este punto se ha explicado el desarrollo de la tecnología y cuál ha sido su impacto en las actividades del ser humano; así mismo, se habló de las revoluciones que abrieron paso a las nuevas tecnologías de la información y su paso para transformarse en Tecnologías de la Información y Comunicación al incorporarse en ellas la telecomunicación. Ahora es elemental señalar cuál ha sido la importancia de éstas en la transformación social de la sociedad, es decir, el vínculo Tecnológico informacional-sociedad informacional, para ello Castells (2004) menciona cinco características:

- Primera característica: la información es la materia prima, las tecnologías actúan sobre la información.
- Segunda característica: la capacidad de penetración de los efectos de las nuevas tecnologías en las actividades del individuo; es decir, todos los atributos de las actividades de los individuos tanto a nivel personal y como colectivo se encuentra vinculados directamente con los medios tecnológicos.
- Tercera característica: la lógica de interconexión de todo sistema o conjunto de relaciones recurrirán a las nuevas tecnologías de la información; la configuración de la red se encuentra adaptada para la interacción creciente y para modelos de desarrollo impredecibles que surgen de la interacción. La materialización de la red es necesaria para estructurarla y conservar su flexibilidad.

¹³ De acuerdo con la UIT en el mes de noviembre de 2015 en Ginebra, se presentó el informe sobre la *Medición de la Sociedad de la Información*, el cual indicó que 3.200 millones de personas se encuentran en línea a nivel mundial, siendo Corea el que encabeza la lista de clasificación mundial en el Índice de Desarrollo de las TIC.

- Cuarta característica: se relaciona con la interacción que se vuelve más flexible, es decir, que tiene la capacidad de reconfigurarse.
- Quinta característica: es la unión creciente de las tecnologías específicas en un sistema altamente integrado. Esto sucede cuando ramas como la microelectrónica, la optoelectrónica y las telecomunicaciones se conforman en un solo sistema de información. (pp.88-89)

Como se ha observado la capacidad que tiene la sociedad para manipular la tecnología en cada momento histórico trae como resultado la transformación de ésta a través de su potencial tecnológico. En otros términos, este nuevo modo de desarrollo reside en la tecnología y de la generación del conocimiento para mejorar la aplicación del conocimiento y del procesamiento de la información y de la comunicación a través de símbolos, esta interacción crea este paradigma llamado *informacionalismo* que, en resumen, son todos los procesos tecnológicos y formas sociales que produjeron un cambio en el modo de producir, al mismo tiempo que originó la transformación de la sociedad.

Las tecnologías de la información se encargan de conectar y desconectar a individuos de diferentes regiones; de la misma manera integran al mundo en una red global otorgándole a sus usuarios nuevos medios electrónicos como una computadora o un teléfono celular; también ofrecen aplicaciones que los invitan a modificar su forma de interactuar con el otro, con la sociedad y con su realidad.

Como se mencionó en un inicio, el nuevo paradigma tecnológico de los años de 1970 trajo consigo una nueva forma de comunicarse, pero este nuevo sistema de comunicación acarreo como consecuencia el nacimiento de una nueva estructura social asociada con la construcción de redes, posteriormente se le llamaría *sociedad red* (Castells, 2006); la cual se ve caracterizada por dos aspectos; el primero por una nueva búsqueda de identidad colectiva la cual estará llena de significado social; el segundo, es la construcción de una comunicación simbólica entre esta estructura.

Pero antes de pasar a explicar esta nueva estructura social, es menester mencionar como se construye la identidad en la sociedad informacional. Como se abordó, las tecnologías de la información y la comunicación han incluido al mundo en redes globales, principalmente el aspecto de la comunicación, la cual se ha dado a través de una computadora y generando la

construcción de comunidades virtuales, pero esta predisposición social surge en la década de 1990, donde se ha originado la construcción de la identidad que va diferir en muchas veces con la identidad real; es por ello que un rasgo característico de las sociedades informacionales es la identidad que es la primicia organizacional.

La identidad es la construcción del yo del individuo ante la sociedad, o sea, que son todos aquellos atributos con los que se siente cómodo para presentarse ante la sociedad y poder interactuar en ella. Por el otro lado, la búsqueda y construcción de una identidad para poder estar inmersos en esta nueva sociedad informacional, se debe a que el individuo busca una nueva forma de conectar con el otro por medio de lo que llama la profesora Beatriz Muros (2011) *identidades virtuales*, a las que se refiere como el resultado de un proceso adaptativo a las nuevas tecnologías, a la red, a las comunidades virtuales y a las redes sociales, Muros menciona que éstas identidades sólo existen cuando el individuo se mantiene navegando en algunos de estos medios.

No cabe duda de que las Tecnologías de la Información y Comunicación le ha aportado a la sociedad una inmensidad de recursos electrónicos que les ha permitido seguir evolucionando como colectivo. Así mismo el desarrollo de estas tecnologías ha traído un mejoramiento respecto a la calidad de vida debido a que sea impulsado el desarrollo de la ciencia y el nacimiento de nuevas disciplinas. De la misma manera les ha persuadido de adentrarse a este mundo tecnológico, es decir, de aprender a usar y manejar una computadora, una tableta, usar teléfono inteligente (smartphone) en lugar de un celular análogo, de tener un correo electrónico, de utilizar sistemas de mensajería instantánea, entre otros, pero también he de admitir que todavía existen personas que sólo utilizan algunas de estas herramientas y que no se involucran tanto con ella, también existen las personas que no hacen uso de ninguna de las herramientas mencionadas. Si bien, ahora proseguiré a hablar de aquella estructura que siempre se encuentra conectada, la *sociedad red*.

2.2 La sociedad de la permanente conexión

Si bien, ya se mencionó que existen dos tipos de usuarios en la Internet y en los medios electrónicos, el primero es aquel en donde su acercamiento es el necesario y no necesita de

ninguno de los elementos anteriores para desarrollar su vida cotidiana; los segundos son aquellos que siempre están en *línea*, son los individuos que han apropiado a estos medios como equipos esenciales para desarrollar su día a día, además de que son personas que necesitan estar conectadas a la realidad virtual para estar presentes y que toda acción que llevan a cabo tiene que estar presente en Internet: lugares que visitan, emociones, qué comen, qué toma, qué escuchan, cuáles son sus intereses, gustos, objetivos y planes; a estos usuarios se le ha denominado *sociedad red* ya que son el resultado de la interacción constante con medios tecnológicos y los medios digitales.

Es así que *sociedad red* es “aquella cuya estructura social está compuesta de redes potenciadas por tecnologías de la información y de la comunicación basadas en la microelectrónica.” (Castells, 2006, p.27) Además esta estructura nació en los últimos años del siglo XX. Esta nueva sociedad se encuentra tejida por medio de redes que permite la conexión entre varias comunidades virtuales, la *red* la define el ingeniero en sistemas Pablo Gil como el “conjunto de dispositivos autónomos con capacidad de interconexión” (2010, p. 4).

Esta sociedad se caracteriza principalmente por utilizar la Internet como herramienta fundamental en su desarrollo y pues gracias a ella se debe su existencia, igualmente a través de la Internet se realizan una variedad de interconexiones con otros individuos, a raíz de ello se va tejiendo una red de comunicación, en donde el flujo continuo de mensajes entre los usuarios, los cuales se pueden encontrar en un espacio-tiempo diferente (ya que las redes se extienden en la interacción de las actividades del individuo), permiten conectar al individuo a la red. El desplazamiento que tuvo la sociedad red para conformarse como una forma de organización y de interacción social se debió a las mejoras continuas de las TIC.

Otro punto que caracteriza a esta sociedad es que edifican un nuevo sistema de información y comunicación el cual se define a partir de tres rasgos fundamentales:

1. Su capacidad auto-expansiva de procesamiento y de comunicación en términos de volumen, complejidad y velocidad;
2. Su capacidad para recombinar basada en la digitalización y en la comunicación recurrente;

3. Su flexibilidad de distribución mediante redes interactivas y digitalizadas. (Castells, 2006, p. 34)

Estos rasgos son importantes ya que permitirán analizar la comunicación y la interacción que se desprende de esta estructura cuando comienzan a consolidarse como *comunidades virtuales* y *redes sociales*. Siguiendo con las características, la Internet sin duda ha sido el medio que les ha permitido ir más allá, aparte de servir para encontrar información, de entretenimiento, se ha convertido en un canal de interacción con el otro.

También es necesario mencionar que la sociedad red se maneja en una lógica binaria de inclusión-exclusión, en otros términos, es que cada actor social que la integra es capaz de actuar en la red de forma que la puede modificar para su conveniencia, es por ello que la sociedad red es una estructura dinámica, maleable a las fuerzas sociales, culturales políticas y económicas. (Castells, 2006)

Respecto a la comunicación que establece la sociedad red se basa en tres rasgos:

1. Posee una estructura red;
2. La flexibilidad de la red;
3. Por construir un sistema de comunicación que es simbólico y efímero. (Castells, 2006. P. 58)

Estos tres rasgos giran alrededor de un sistema estandarizado por los medios electrónicos, siendo la Internet el medio principal, es así que las expresiones de los usuarios a través de medios digitales se ven delimitados y moldeados por lo *mass media*¹⁴. Por ende, los canales de comunicación de la sociedad red muestran una interactividad mayor y se incrementa día con día, este incremento se debe a que estar en la red permite a la gran parte del mundo estar conectados y ello provoca que se formen comunidades, foros y blogs con intereses afín, ya que mediante ellos se envían y reciben mensajes que son recibidos por más de una audiencia.

¹⁴ De acuerdo con Delgado los *mass media* son “aquellos medios de comunicación e información que difunden de manera simultánea e indiscriminada a un público disperso.” (2009, p.1)

La diversidad de audiencias se debe a que ya no sólo se comprende del área local sino de un área global.

Los *comunes* de la sociedad están formados por redes electrónicas, ya sean éstas los medios heredados de la era de los *mass media*, profundamente transformados por la digitalización, o los nuevos sistemas de comunicación construidos en internet o en torno a la Red. (Castells, 2006, p. 59)

Un elemento que va relacionado con la forma de comunicarse de los individuos es la socialización, está hoy en día se lleva a cabo en un espacio digital y es estructurado por la red de comunicación, dentro los medios virtuales y por supuesto de la Internet; las relaciones sociales entre los individuos que están en la red dependerán de los espacios digitales que la Internet les ofrezca. Por lo tanto, la socialización del individuo se verá forzada a transformarse en tiempo y espacio tradicionales a espacios de flujos y tiempo atemporal.

El espacio de flujos es aquel que indica que la posibilidad tecnológica y organizativa será simultánea, en otras palabras, que los espacios que se encuentran en la red de comunicación transitan e interactúan en flujos de información que garantizan la concomitancia de las acciones llevadas en el ciberespacio. En palabras de Castells dice que el espacio de la sociedad se forma a partir de tres elementos:

1. Los lugares donde se localizan las actividades;
2. Las redes de comunicación material que vinculas estas actividades;
3. El contexto y la geometría de los flujos de la información que desarrollan las actividades en términos de función y significado. (2006, p. 66)

Entonces, el espacio en la sociedad red ya no va ser definido por un lugar físico en específico, sino que es el espacio que ha diseñado esta estructura para el intercambio de información y de mensajes; en este espacio estará compuesto de individuos de todas partes del mundo, algunos estarán en casa, trabajando, comiendo o haciendo ejercicio pero cuentan con la herramienta digital más poderosa en los últimos tiempos: la Internet, la cual ha hecho posible ir eliminando las fronteras que antes imposibilitaban al individuo relacionarse con personas de otros países, lo cual era impensable.

Respecto al tiempo en la sociedad red Castells dice:

La relación temporal viene definida por el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, en un incesante esfuerzo por aniquilar el tiempo negando la secuenciación. Esto se lleva a cabo, por un lado, comprimiendo el tiempo, y por otro, difuminando la secuencia de prácticas sociales, incluyendo el pasado, presente y futuro en un orden aleatorio (2006, pp. 66-67).

Por lo tanto, el tiempo es una combinación del ayer, del hoy y del mañana, y esta combinación es posible porque la Internet ha permitido la creación de espacios donde convergen todos ellos, es decir, ya no existen líneas divisoras entre ellos, pues el individuo cuando pertenece a estos espacios llamados comunidades virtuales puede acceder a ellas a cualquier hora del día y puede visualizar las actividades que han tenido durante su ausencia, no se perderá ningún mensaje, ninguna información, porque todo eso queda plasmado para siempre en la red. Es así, que la construcción de las relaciones sociales del individuo con otros ya no se base necesariamente en la interacción cara a cara, sino en estos medios digitales que facilitan la comunicación entre los individuos por medio de mensajes instantáneos.

El sociólogo Keith Hampton (2006) menciona que los individuos que han sido considerados como anti-utopistas que creen que las relaciones que se establecen en la red podrían desencadenar que el individuo no necesite estar en un entorno físico para construir relaciones sociales, además de que éstas relaciones carecerían de significado; de la misma manera argumentan que las comunidades sustituyen los lugares físicos de convivencia, ya que la red diluye todas las fronteras geográficas.

A diferencia de la realidad, la Internet permite ocultarnos detrás de un ordenador en cuanto establecemos contacto con el otro, puesto que nos ahorra todo el protocolo de convivencia que realizamos cuando lo hacemos cara a cara, a causa de que se da un libramiento de espacio-tiempo y de que la Internet les da la oportunidad de explorar sus intereses, objetivos y de su identidad. Por otro lado, la comunicación que se efectúa en la Internet es asíncrona ya que puede llegar a varios y no sólo a una persona, además la flexibilidad temporal que tiene dado que las personas pueden leer y responder mensajes cuando ellos quieran.

El incremento del uso de la TIC va originado un proceso de transformación en las sociedades modernas, el cual ha sido denominado *globalización*¹⁵ el cual posibilita al individuo de construir relaciones que antes eran difíciles o imposibles.¹⁶ Con las mejoras continuas de las TIC se han abierto nuevos canales de comunicación en donde se va construyendo todo un sistema de imágenes con significado y de hábitos. Así como la comunicación se ha encontrado en un proceso de evolución, lo mismo pasa con la identidad, pero esta se encuentra en conflicto, pues que se ha tenido que restituir y conceder nuevos significados a las relaciones sociales debido al restablecimiento de significados.

Las identidades culturales colectivas están construyéndose de nuevas maneras que muestran una transformación fundamental de la experiencia humana. La elaboración de la identidad cultural, especialmente en la clase media global, refleja cada vez más la influencia de abundantes recursos y discursos simbólicos, retransmitidos mediante tecnologías de la información y la comunicación (Tubella, 2006, p. 467).

Como se puede apreciar la creación de identidades y en específico de la identidad colectiva se relaciona con la contribución de los medios de comunicación, esta contribución se basará en las percepciones de los otros y de la de nosotros mismos, pues es todo un mundo simbólico y lleno de significados. La confección de la identidad del individuo comprende a partir de las representaciones simbólicas de nuestros objetivos, interés y de nuestras relaciones sociales, es decir, es una proyección de uno mismo dentro de un grupo al cual llamamos sentido de pertenencia.

El desarrollo de estos elementos y de las tecnologías de la información y la comunicación ha permitido al individuo desarrollar nuevas plataformas de comunicación e interacción donde

¹⁵Las Tecnologías de la información y Comunicación son una de las principales referencias de la globalización ya que su impacto ha provocado la transformación de las relaciones sociales del individuo, pues éstas comienzan a establecerse a través del uso una computadora, del teléfono fijo y/o móvil o por tabletas electrónicas. De la misma forma las TIC han coadyuvado a la mejora de las comunicaciones, a la apertura de nuevas fronteras económicas, políticas, sociales y culturales en el mundo. Asimismo, la cobertura global de las telecomunicaciones y de las nuevas redes de comunicación, han cambiado el panorama del flujo de información, esto es que la han hecho más asequible para los individuos. Los aparatos electrónicos que se mencionaron anteriormente han coadyuvado al desarrollo de las TIC ya que originan una nueva forma de comunicar y de interactuar en el individuo, esto en un formato digital en donde las líneas del tiempo y espacio se observan invisibles. (Silva, 2008)

¹⁶ Un ejemplo son las relaciones que se establecen con individuos que viven en otra ciudad o país.

el individuo puede relacionarse de una manera diferente, creativa y eficaz, estos nuevos medios de convivencia son las comunidades virtuales y las redes sociales.

2.3 Comunidades virtuales y redes sociales: su culminación en la sociedad informacional

A partir de la década de 1970 se dio una transformación tecnológica en lo que se refiere a los medios de comunicación, esta transformación se vincula con el desarrollo de redes interactivas; es decir, es la formación de supertextos y la creación de un nuevo lenguaje introduciéndolas a las modalidades tradicionales de la comunicación del individuo (oral, escrita, audiovisual), construyendo así una nueva forma de interacción: máquina- individuo. Esta nueva interacción se basa en la integración de textos, imágenes y sonidos en un mismo conjunto, haciendo posible la interacción en casi todo el mundo, ya que su acceso es abierto y posible, cambiando totalmente la forma de cómo se comunica el individuo.

Estas nuevas interacciones se originaron a partir del desarrollo de las telecomunicaciones, las cuales tienen como eje principal la Internet, así que sus modificaciones son continuas. Los nuevos medios de comunicación se caracterizan por su alcance global, la integración de la mayoría de modos de interacción y el potencial interactivo que proporciona, dando origen a una nueva cultura comunicativa. El uso de estos medios ha sido por la capacidad de seducción que en los usuarios produce, el poder de transmitir o recibir información desde un instrumento electrónico; además el consumo de medios de comunicación por parte de la sociedad es la segunda actividad después del trabajo, “[...] los medios de comunicación en nuestra cultura: verlos/escucharlos no es de ningún modo una actividad exclusiva. Suele mezclarse con la realización de las tareas caseras, con comidas compartidas, con la interacción social.” (Castells, 2004, p. 366), es decir, el individuo ha adoptado esta nueva forma de interactuar con el otro y con su mundo que su vida cotidiana se ha tejido junto con las nuevas tecnologías de la comunicación e información.

Es importante señalar que los nuevos medios de comunicación expuestos se diferencian de los medios de comunicación de masas, ya que estos últimos se caracterizan por el sentido único que tienen que es transmitir el mensaje; sin embargo, en los primeros se produce una

retroalimentación ya que el emisor y el receptor están en constante intercambio de mensajes. Hablando del intercambio de mensajes, estos pueden ser de índole explícita o subliminal, hechos y procesados por los individuos los cuales pueden encontrarse en diferentes contextos sociales lo que provocará diferentes interpretaciones del mensaje. El propósito final de los mensajes suele dividirse en dos aspectos: ser o no ser, (es decir, cuando el mensaje es publicado este puede ser cambiado, modificado o alterado); estos mensajes servirán como factores que influyen en la conciencia y conducta del individuo.

Durante los años de 1980 el impacto que tuvo el desarrollo de los medios de comunicación en el progreso de la sociedad es importante, ya que algunos produjeron individualización un ejemplo es la invención del Walkman que trajo consigo música portátil personal. Algo semejante paso con la elaboración de álbumes de fotos para recordar alguna celebración, sino que comenzaban a grabar y a guardar esos videos para después volver a revivir aquellos momentos, esto modificó el sentido de las imágenes y de las emociones humanas; lo mismo ocurrió con la aparición de la televisión por cable.

Es entonces que se comienza a ver que los medios de comunicación producen una sociedad segmentada y diferenciada, ya que ésta se ha vuelto más selectiva en cuanto a los aparatos electrónicos que utiliza y de los mensajes que reciben de éstos, lo que profundiza la segmentación en información, ideologías, valores, preferencias y gustos, en pocas palabras, los nuevos medios de comunicación rompen con el paradigma de los viejos medios de comunicación donde la mayoría provocaba que se reunieran los individuos para escucharlos y/o verlos, ahora el nuevo paradigma radica en tres elementos: la descentralización por parte de los individuos, ya que éstos ya no se reúnen necesariamente para ver y/o escuchar algún programa ya que la diversificación (segundo elemento) de los medios de comunicación y de contenido que ofrecen han coadyuvado a que el individuo busque su propio entretenimiento lo que lleva a la personalización que es la elección individual del individuo sobre qué ver y/o escuchar (Castells, 2004). Posteriormente, el poder adquirir diversos aparatos electrónicos por parte del individuo (televisores, computadoras, teléfonos, tabletas) es lo que ha producido que éste encuentre mayores opciones de entretenimiento y no sólo se habla de ver y/o escuchar algún programa por la televisión o la radio, sino que por medio de la Internet el individuo ha encontrado también nuevos ambientes que le permiten comunicarse e

interactuar con otro sin la necesidad de estar cara a cara, esto conduce al siguiente apartado el cual desarrollará cómo se lleva a cabo éstas dos acciones.

2.3.1 La comunicación a través de una computadora

Para llegar a lo que hoy se conoce como comunidades virtuales y redes sociales se desarrollaron dos sistemas, el primero es el MINITEL creado por franceses y el segundo el ARPANET hecho por los estadounidenses, estos sistemas arrojaron los primeros indicios de la comunicación interactiva. En el cuadro 5 se encuentran las características de cada una, así como sus usos y desarrollo.

Cuadro 5

“Inicios de la comunicación a través de una computadora”

Tipo de sistema	MINITEL	ARPANET
Origen y propósito de creación	Francia en 1978 por la Compañía Telefónica, con el objetivo de encaminar al país hacia la sociedad de la información.	Se dio como una investigación por parte de la Agencia de Proyectos d Investigación Avanzada (DARPA), para el Departamento de Defensa de los Estados Unidos durante los años de 1950. El propósito de su creación fue de estrategia militar durante la guerra.
Funcionamiento	Sistema de videotexto alimentado por la red Teletel.	Se basaba en la tecnología de la comunicación de conmutación por paquetes. Se alimentaba por una red independiente demandando de control.
Proliferación	Se debió a la tecnología que poseía para hacer transmisiones en video, aunque estas fueran de capacidad muy baja.	Con el desarrollo de la tecnología digital le permitió la universalidad de lenguaje. Y por la creación de una red de comunicación tecnológica la cual era horizontal y global.
Uso público	Se introdujo en el mercado en el año de 1984.	En 1969 se puso en funcionamiento para la comunicación personal.
Uso principal	Expresión personal.	Sistema de comunicación de estrategia militar
Servicios	-Comunicación telefónica -Información sobre el tiempo -Venta y reserva de transporte -Venta de boletos de espectáculos -Publicidad, telebanca, telecompra	-Empaquetamiento de mensajes, sonidos, imágenes y datos -Red capaz de comunicar toda clase de símbolos sin usar centros de control.
Desarrollo	-Posteriormente introdujo líneas de comunicación o mensajería, las cuales fueron aprovechadas para la búsqueda de sexo y todo lo relacionado a él.	Durante años se forjó como la red científica y militar, después se convirtió en INTERNET, esta última se dividió en redes institucionales, comerciales y personales, dando origen al World Wide Web (www).

Elaboración propia con información de Castells, M., (2004, pp. 374-388)

Como se observa cada una de ellas se construyeron con propósitos y en países diferentes, la MINITEL fue utilizada como herramienta de publicidad, posteriormente al ver que su demanda crecía su utilidad se enfocó en la expresión y mensajería personal, además que aquí se comenzó a dar las primeras *comunidades virtuales* ya que el intercambio de información que se deba entre sus usuarios establecía tipologías para iniciar una conversación como: edad, género, así como las características físicas.

Hoy en día la Internet se le considera el eje principal de todas las telecomunicaciones, sin duda la historia de la evolución de la Internet y su vinculación con el desarrollo de nuevos medios de comunicación nos brinda un parteaguas para comprender sus características y entender el impacto social que ha tenido en el florecimiento de la era informacional.

El incremento del consumo de la Internet han sido a pasos agigantados lo que ha provocado que se estructure nuevos medios de comunicación con el fin de que todos los individuos se involucren con ellos para que los utilicen con el propósito de mejorar su comunicación, este involucramiento derivará en dos tipos de usuarios.

1. Los que se involucran con reservas, sólo se encuentran como espectadores.
2. Los que siempre están conectados y le dedican tiempo y energía en vivir en el ciberespacio. (Zommer, 2014)

Los primeros son aquellos que sí interactúan con algún medio electrónico ya sea porque su trabajo exige el uso de ellos, lo mismo pasa con el correo electrónico; los segundos son todos aquellos que se encuentran conectados por todos los medios (computadora, teléfono móvil y/o tableta) y que además interactúan en cada una de las aplicaciones que les ofrece la Internet para su entretenimiento. Es elemental decir que éstos últimos, la comunicación a partir de una computadora ha alcanzado en su totalidad todas sus actividades. El correo electrónico fue el primer medio de comunicación a través del computador ya que permitía una interacción no visual y la identidad quedaba oculta, por lo tanto, se comienza a ver que aparte de la interacción social que proporcionaba se detectó un fenómeno que cambio todo el sentido de la convivencia humana, la formación de *comunidades virtuales* y *redes sociales*.

2.3.2 El origen de las comunidades virtuales

La tecnología ha innovado varios aspectos de la sociedad, como en salud, en la educación, en la economía, en las telecomunicaciones; en especial tomaremos a ésta última, debido que, a la invención de instrumentos electrónicos como las computadoras, también ha favorecido a la creación de herramientas como la *Internet*, la cual comúnmente la conocemos como la red de redes; pero es Carlos Moirano el que nos brinda la siguiente definición:

El internet una gran red de computadoras conectadas entre sí por medio de líneas telefónicas, fibras ópticas, satélites o cualquier otro medio de telecomunicaciones. Es una "red de redes", el mayor grupo de computadoras interconectadas por todas las zonas del mundo que pone al usuario en contacto con miles de fuentes de información (2005, p. 7).

Esta red nos ofrece un mundo muy diferente ya que con un clic podemos situarnos en cualquier lugar, encontrar todo tipo de información, foros de comunicación, entre otros; el ciberespacio. En este ciberespacio al individuo ya no se le percibe de la misma manera, sino que se construye un nuevo ente, el *sujeto virtual* el cual “no se configura plenamente como real pero que adquiere una identidad (por más fugaz que esta sea) y que reclama una existencia” (Lattanzi, 2013, p.15) a raíz de esto el individuo crea *identidades virtuales*;

Proceso de construcción del perfil individual en dichas comunidades virtuales, permite al individuo organizar las características de la identidad que desea proyectar, convirtiendo su ser-virtual en el equivalente a un mensaje de tipo publicitario, con el objetivo específico de encontrar y dejarse encontrar por sus similares (Aguilar y Said, 2010, p. 195).

Este tipo de identidades tienen un objetivo, el reflejo del querer ser del individuo real, estas identidades se originan una colectividad denominada *comunidad virtual*. Este concepto comienza a hacer su aparición en la década de 1970, por el profesor Doug Brown de la Universidad de Illinois Estados Unidos, él fue quien acuñó este término, sin embargo, el desarrollo de estas comunidades se dio a partir de los años de 1990 cuando aparecieron la World, Wide, Web (www), las primeras comunidades fueron grupos de correo electrónico, foros y las primeras redes de mensajería instantánea. Pero hoy en día la proliferación de estas

comunidades en el ciberespacio ha ido en aumento, pero ¿qué es una *comunidad virtual*?, a continuación, algunas definiciones: de acuerdo con Fernback y Thompson (1995) citado por Flavian y Guinaliu, (2005, p.40), entienden a las comunidades virtuales “como un conjunto de relaciones sociales forjadas en el ciberespacio a través del contacto repetido, en un contexto específico (e.g. un chat) y en relación a un tema determinado.”

Martínez Estremera explica que una comunidad “es un grupo de individuos que interactúan entre ellos (de forma activa-pasiva) que comunican y se asocian con un objetivo común.” (2012, p. 41) Y según Martínez, Leyva y Félix (2014)

El término comunidad virtual lo constituyen un grupo de personas que forman una red los cuales tienen intereses comunes por cada uno de sus miembros y tienen un código de comunicación que es utilizado por los enlaces electrónicos, interfaces gráficas de usuarios (iconos, textos, imágenes y diagramas) (p. 120).

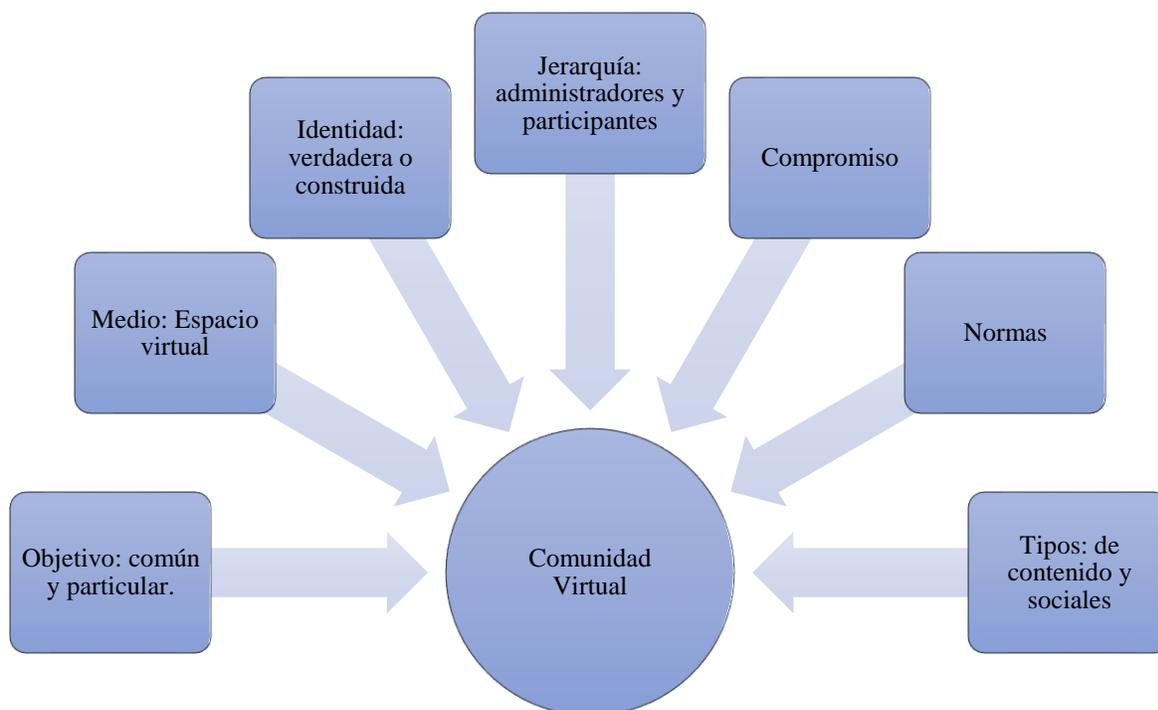
Si bien, las tres definiciones enunciadas coinciden que las comunidades virtuales son aquellos escenarios que se localiza en el ciberespacio donde se encuentran individuos que interaccionan con otros individuos a partir de que comparten intereses en común. Además, poseen un vocabulario el cual es construido por ellos mismos, el cual se encuentra formado por códigos y símbolos; todo esto se lleva a cabo a través de un dispositivo electrónico con conexión a la red.

Siguiendo esta línea, Manuel Castells menciona que las comunidades virtuales son “una red electrónica autodefinida de comunicación interactiva, organizada en torno a un interés o propósito compartido, aunque a veces la comunicación se convierte en sí misma en la meta.” (2004, p.395)

Esta última definición complementa a las tres anteriores porque menciona que aparte de estos individuos comparten intereses, también coinciden con una identidad en común, que le provoca un sentido de pertenencia; además, las interacciones que se ejecutan en estos medios llegan a formar lazos emocionales y sociales. Por último, las comunidades virtuales relacionan a individuos con otros, aunque éstos se encuentran ubicados geográficamente en otros lugares.

Para que pueda ser llamada comunidad debe poseer lo siguientes elementos:

Esquema 1.
“Elementos de las comunidades virtuales”



Elaboración propia con información de. Martínez, (2012).

Es menester mencionar que estos elementos son importantes para la conformación de una comunidad, pues el propósito de ellas es el intercambio de información, y la comunicación de sus integrantes, además de facilitar el establecimiento de relaciones sociales ya que el individuo es el que busca la comunidad que más se adapte a sus necesidades sociales y/o emocionales o cumplir algún rol específico.

De acuerdo con el mapa 1, los medios sociales que son considerados comunidades virtuales se muestran en el cuadro 7.

Cuadro 7

“Tipos de comunidades virtuales”



Elaboración propia con información de Flavian y Guinaliu, (2005).

Imagen 1. Logo de Blog. (Logos Rated 2016)

Imagen 2. Servicio de lista de correos. (Tecnologyc, 2010)

Imagen 3. Antiguo logo de Messenger (Userlogos, 2009)

Esta clasificación de comunidades virtuales permite visualizar que no todas son para el entretenimiento del individuo, sino que también funcionan como medios de expresión, de información, de debate, discusión o como herramienta de trabajo (comunicación corporativa). De la misma forma, los miembros de las comunidades virtuales no sólo se limitan a aquellos con intereses afín, sino también hay comunidades formadas exclusivamente por individuos que se encuentran trabajando en una institución, empresa o corporativo.

Otra forma de clasificar a las comunidades virtuales consiste en el desarrollo de su comunicación, la cual puede ejecutarse en tres maneras distintas:

1. **Monólogo.** Es aquella donde el usuario es el que habla o escribe el mensaje y los demás participantes sólo reciben.
2. **Diálogo.** La comunicación es bidireccional, existe una retroalimentación de mensajes, es decir, sólo corresponde a dos participantes
3. **Conversación.** Los diálogos son multidireccionales, en otros términos, se proponen temas y la retroalimentación del intercambio de mensajes se da en más de dos usuarios. (Martínez, 2012)

Como se observa la comunicación entre las comunidades virtuales puede darse de diferentes formas, por ende, en la tipología de comunidades se mira la correspondencia para cada una de ellas. Habría que decir también que dentro de estos colectivos se construyen un lenguaje, así como nuevas palabras o la resignificación de éstas, por consecuencia los participantes van incluyéndolas en su vocabulario (bloguero, tags, cibernauta, navegación, etcétera); además de que les ayuda a comunicarse con mayor comodidad.

A partir de estas comunidades virtuales, la sociedad comienza a tener la necesidad de estar presentes y conectados a la *red* en todo momento, esto derivó un aumento en el consumo de dispositivos móviles con conexión a la Internet (en especial, los teléfonos inteligentes) ya que permiten cubrir esta necesidad. Todo esto llevó a Castells a plantear el surgimiento de una nueva estructura social, a la cual denominó como la *sociedad red*.

A través de estos medios de socialización y la comunicación también han tenido que modificarse y adaptarse a ellas, de una forma que no se pierda el objetivo pero si la forma de transmitir, esta nueva modificación le llaman *comunicación virtual* la cual James Mason precisa como “el conjunto de posibilidades que tienen lugar cuando los ordenadores y las redes de telecomunicaciones son usadas como herramientas en los procesos de comunicación para componer, almacenar, transmitir y procesar la comunicación” (1990, p. 223).

Este tipo de comunicación se puede dar de dos formas: 1) sincrónica y 2) asincrónica; la primera es la actividad comunicativa que ocurre en tiempo real al igual que la comunicación presencial, la diferencia radica en que los usuarios no necesitan estar presente físicamente

para interactuar; la segunda se caracteriza porque no es necesario estar al mismo tiempo conectados para interactuar, uno de los usuarios puede comunicarse con el otro sin que haya una reciprocidad de mensajes instantáneos, sino que la comunicación es enviada o transmitida y posteriormente el otro usuario la revisa cuando entra a determinada plataforma digital (Marcelo y Perera, 2007, pp. 382-383)

Por otra parte, el incremento de las comunidades virtuales se ha derivado de los constantes mejoramientos en las tecnologías, lo que ha llevado a pensar y en consecuencia a analizar, si éstos colectivos tienen beneficios y/o desventajas para el individuo. Uno de los beneficios principales es a nivel psicológico, pero Preece (2002) citado por Flavian y Guinaliu, determina cuatro objetivos de las comunidades virtuales:

1. Intercambian información.
2. Ofrecen apoyo a otros usuarios de la comunidad.
3. Platicar y asentar relaciones sociales de forma informal a través de la comunicación simultánea.
4. El poder debatir temas que les interesen a los usuarios (2012, p. 41).

Como mencione el principal motivo de las comunidades virtuales es satisfacer las necesidades psicológicas del individuo, necesidades sobre su identidad (¿quién soy yo?, ¿qué soy yo, ¿de dónde vengo? ¿A dónde voy?); sobre su papel en el mundo y sociedad (¿a dónde pertenezco? ¿Cómo me relaciono? ¿Qué tengo en común con ellos?), a todos estos cuestionamientos la tecnología les ha dado de cierta manera una solución que es que el individuo pueda definirse e identificarse con otros a través de la exploración de su yo. Pero estas nuevas prácticas de interacción han desencadenado que el individuo pueda crear más de una identidad, las cuales sólo pueden ser versiones idealizadas de sí mismo y, por ende, puede provocar que el individuo pueda confundirse con su realidad y con su verdadero yo.

No obstante, con el paso de los años y con la ayuda del internet el individuo buscó nuevas formas de comunicación e interacción, o sea, que cubriera nuevas necesidades, es por ello que desarrolló nuevas plataformas donde la interacción ya no sólo se basaba en el intercambio de información y de mensajes; sino que él creó un nuevo medio social: las *redes sociales*, las cuales actualmente han dejado a las comunidades virtuales en desventaja, ya que casi nadie opta por ellas, debido a que son consideradas como redes efímeras por el hecho que el interés

de su creación sólo dura por un tiempo, además de que el acceso y las contribuciones por parte de sus participantes son ocasionales, como resultado los usuarios van perdiendo el interés y deciden abandonarla provocando que su actividad disminuya. Ahora paso a explicar qué son las redes sociales y su auge en la sociedad de hoy.

2.3.3 Redes sociales: un nuevo medio social

Como se ha abordado las comunidades virtuales han dejado de ser tan concurrentes para los individuos, tanto que ha construido un nuevo medio social las *redes sociales*. A continuación, se presentan algunas definiciones. Las profesoras María Marqués y María Muñoz definen a la red social como: “un conjunto de individuos dentro de una estructura de relaciones. Esa estructura es un soporte casi “virtual”, un tejido, una *net* que se origina entre individuos interrelacionados por vínculos de amistad, de colaboración, o de otro tipo de interés.” (2014, p. 22) Otra definición sobre redes sociales es la que proporciona el Observatorio Nacional de Telecomunicaciones y de las SI [ONTSI] (2011):

Servicios dentro de las webs que permiten al usuario 1) construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema limitado, 2) articular una lista de otros usuarios con los que comparte una conexión y 3) visualizar y rastrear su lista de contactos y las elaboradas por otros usuarios dentro del sistema. La naturaleza y nomenclatura de estas conexiones suele variar de una red social a otra (p. 12).

Con base a estas dos definiciones que se complementan entre sí, se puede entender que las *redes sociales* como aquella plataforma electrónica virtual que conecta a la gran parte de personas en el mundo y a través de ellas el individuo puede compartir información básica como datos personales, pero también información que detalle su forma de ser y pensar, asimismo, entablar conversaciones desde un espacio donde él puede diseñar a su gusto y la forma en que interactúa y se comunica se basa en las herramientas que esta le ofrece al individuo, son herramientas más llamativas y creativas.

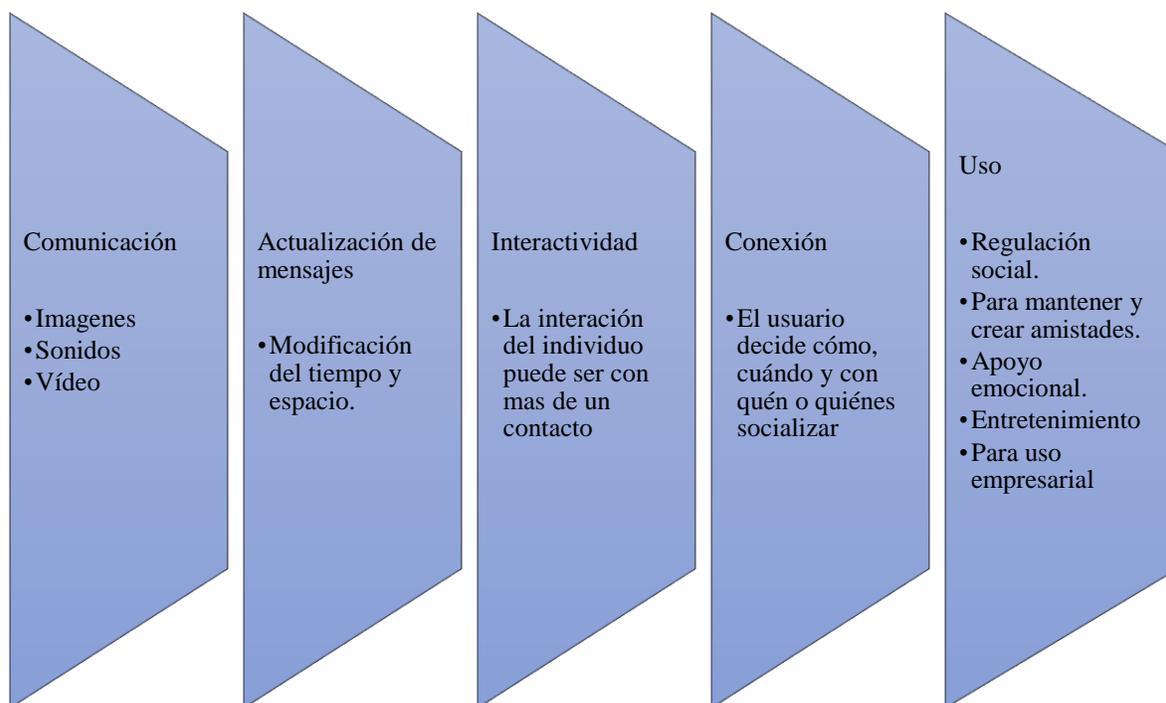
Estos espacios han llamado la atención de los individuos ya que la información que se comparte es más atractiva, además que ofrecen nuevas formas de informarse, comunicarse,

relacionarse y entretenerse. En las redes sociales puede compartirse información como datos personales, gustos, intereses, videos, actividades diarias, emociones, sentimientos, entre otras. A diferencia de las comunidades virtuales, las redes sociales le permiten al usuario realizar una página de inicio llamada *perfil*, que es la construcción pública del yo.

Este perfil se construye a partir de los datos del individuo como nombre, edad, sexo, lugar de residencia, fotografías de él, intereses y gustos; en algunas ocasiones este perfil puede ser modificado, las modificaciones dependerán del individuo. “Un conjunto de datos de diversa naturaleza, un collage de texto e imágenes que componen un reflejo de sí mismo, pero maleable, cambiante, flexible.” (Bernete, 2010, p. 102);

Por otro lado, este medio social posee ciertas características para que pueda considerarse como red social, las cuales se muestran en el siguiente esquema:

Esquema 2
“Características de las Redes Sociales”



Elaboración propia con información de Cornejo y Tapia, (2011).

A diferencia de las comunidades, el individuo comienza a tener un mayor control sobre su actividad en la red, además de que su inclusión en este medio ya es más individual y autónomo, el decide qué tanto se involucra, qué tanto comparte y qué tiempo es el que le dedica, ya no se ve forzado que para permanecer en ella tenga que aportar o conversar. Asimismo, el usuario es el que le aporta la importancia y su actividad en la red.

Actualmente el individuo, así como colectivos empresariales han buscado cubrir áreas y necesidades para poder desarrollarse dentro de la sociedad y el mundo y bueno aprovechan las ventajas que les brinda la evolución de la Internet y de las Tecnologías de la Información y Comunicación. Acerca de las ventajas de que ofrecen estas herramientas, es importante mencionar cuáles son las ventajas que proporciona estar adscrita a una red social, para ello Cornejo y Tapia (2011) mencionan algunas:

- Las redes sociales facilitan la interacción entre individuos ya que no tienen que estar cara a cara.
- Un perfil que puede ser modificado en cualquier momento.
- Los comentarios positivos en las publicaciones ayudan a mejorar la autoestima de los individuos.
- La satisfacción de sentirse perteneciente a un grupo. (Sentido de pertenencia).
- El individuo es el único que decide estar o no en una red social

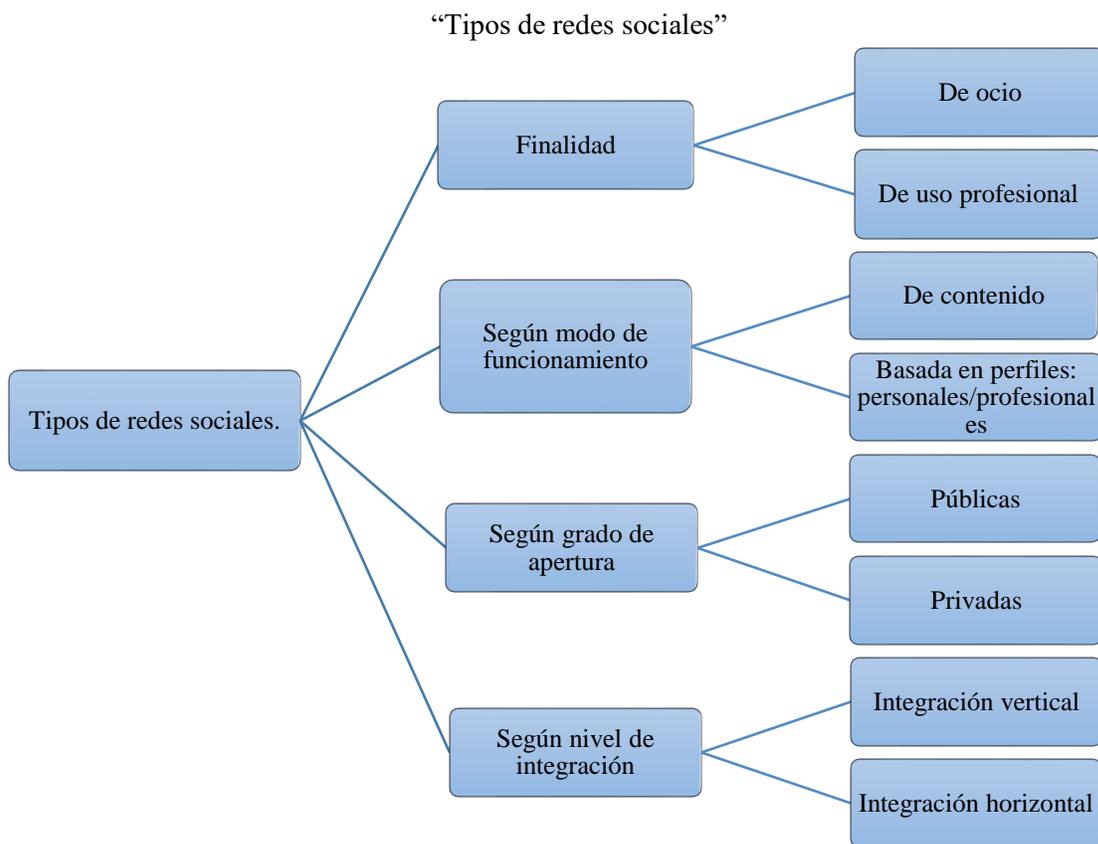
Pero, así como traen ventajas también desventajas como la suplantación de identidades, el acoso de cualquier tipo, además que al facilitarle la interacción con los otros hace que el individuo no necesite moverse de su espacio físico para conocer gente y por último el individualismo el cual puede originarle una viable predisposición al aislamiento de la realidad. Ésta última ha preocupado a los investigadores sociales por las consecuencias que pueden atraer en su conducta y así como su desarrollo ante la sociedad.

Por otra parte, se ha observado que con apareamiento de los *mass media* las interacciones del individuo se han modificado, en cuanto tiempo y espacio, en la forma en cómo se comunica y comparte información, en establecer relaciones sociales, pero la que ha tenido mayor peso es en su identidad ya que esta se ve más definida por los aspectos emocionales, por sus destrezas sociales y afectivas que expresa en sus redes.

El papel que tiene la identidad en la red social es que se personaliza, en otras palabras, cada usuario decide si quiere presentarse tal como es o crea una identidad, esto con el fin de crear confianza y seguridad en el otro, gracias a esta personalización el usuario se le ha permitido crear identidades para los amigos, conocidos, familia, pareja y para el trabajo; todas estas identidades se concentran en una sola persona.

Por último, es menester mencionar que existe una clasificación de redes sociales las cuales se encuentran de forma concisa en el esquema 2, he de decir que la tipología de éstas también se encuentra subdivididas. Posteriormente desarrollaré en qué consiste cada una de ellas.

Esquema 3.



Elaboración propia con información del ONTSI (2011).

Las redes sociales, son aquellas que sus servicios son prestados a través de la Internet, en donde existe la colaboración entre grupos de personas las cuales comparten intereses en común y que interactúan entre sí con las mismas condiciones, además de que el usuario controla la información que comparte. Los usuarios que prefieren este tipo de redes sociales crean perfiles en donde gestionan su información personal y la relación con sus contactos, el acceso a la información a través de estos perfiles dependerá de la privacidad que le asigne el usuario. Este tipo de redes se dividen en finalidad, según modo de funcionamiento, según grado de apertura y por su nivel de integración.

Algunos ejemplos de redes sociales son Facebook, YouTube, hi5, LinkedIn, MySpace, Snapchat, Instagram, Twitter, Vine, entre otras. Cada una de ellas contiene elementos que las hace atractivas para el individuo, lo que origina que se conviertan en las redes sociales de mayor uso y predilección, por ende, estos medios sociales se innovan para poder ofrecer mejoras en sus aplicaciones.

En síntesis, el consumo de redes sociales por parte del individuo ha llamado la atención ya que estas han modificado la forma de interactuar, de comunicarse y de presentación para el otro; la necesidad que ha tenido el individuo por compartir e informar gustos, intereses e incluso estados de ánimo a personas conocidas o también a las desconocidas, ha causado que se hagan estudios¹⁷ sobre ello, aunado con esto el siguiente punto de este apartado se relaciona con la información que se comparte, en específico, qué tipo de información pública el usuario y que herramientas utiliza de las redes sociales para compartirla.

2.3.4 La comunicación e interacción del individuo a través de las redes sociales: ¿qué comunican? y ¿cómo lo comunican?

Con el surgimiento de las redes sociales en la Internet ha alterado la interacción de los individuos de manera que las prácticas sociales y las formas de comunicación social ha

¹⁷ Por mencionar algunas organizaciones en México, se encuentra la Asociación de Internet.mx que cada año realiza estudios sobre hábitos de internet en los usuarios mexicanos, marketing digital y redes sociales y de nuevas tecnologías. El organismo *Interactive Advertising Bureau (IAB) México* que realiza estudios sobre el consumo de medios y dispositivos en internautas mexicanos, así como de consumo de entornos digitales. También el grupo iLifebelt realiza estudios sobre el uso de la Internet y redes sociales.

provocado que se generen nuevas formas de transmitir información y por ende un nuevo tipo de socialización, todo ello dándose en la esfera de la virtualidad, donde nuevas formas de identidad y de identificación con los otros hace que las fronteras de lo local, lo real y lo global desaparezcan. Hay que tener en cuenta que desde el 2010 los individuos se encuentran comunicados y organizados por este medio. (Cornejo y Tapia, 2011) Pero es importante señalar la importancia que tiene el saber qué tipo de información comunican los usuarios de las redes sociales, así como de qué forma la transmiten.

Dentro de la información encontrada que se publica en las redes sociales podemos observar que los usuarios comparten información vinculada con sus estados de ánimo, frases, chistes, canciones y/o sus actividades de la vida cotidiana; también las formas de escritura, así como el lenguaje abreviado y algunos símbolos que hacen referencia a lo que quieren comunicar y cómo lo comunican, esto último a través del uso de emoticonos¹⁸, los cuales son usados por los individuos.

Siguiendo con el contenido de las publicaciones, también se muestran expresiones acerca de las actividades que realizan durante el día, además de lo que usualmente hacen, hacia dónde se dirigen, así como la ubicación exacta, si es un acontecimiento especial, además de etiquetar a las personas que se encuentran con los individuos haciendo esa actividad, expresándolo como si fuera dirigido a algún público en especial. Pero la verdad si existe la audiencia y son sus amigos o seguidores (dependiendo de la red social que se encuentre), estas personas son las que observa su vida y una manera de saber esto es mediante un me gusta, un corazón o una estrella.

Pero ¿cuál es el fin de publicar esto en sus redes sociales? pues se relaciona con la necesidad social de aceptación, en otros términos, el reconocimiento por parte del otro, expresando mediante lo que comparten: cosas de interés y con el fin de mantener a sus contactos informados o hacerles pasar un buen rato, ya que algunos de los valores más importantes para los usuarios son la espontaneidad y el sentido del humor. Además, los internautas¹⁹ también

¹⁸ De acuerdo con José Manuel Martínez (2007) los emoticonos “son representaciones gráficas o textos icónicos que no son de creación propia, sino que funcionan como palabras” (p. 10); además los emoticonos se conforman por letras y signos de puntuación, y su función es transmitir mensajes sin necesidad de describir el estado del ánimo del emisor o receptor con palabras. Ej. [**u_u**] (tristeza); [**:)**] (felicidad); [**:***] (beso en la mejilla).

¹⁹ Conforme a la Real Academia Española (2017) internauta es aquella persona que navega por internet. Se empleará este término para referirse a los individuos en el contexto de las redes sociales.

comparten estados de ánimo, opiniones a través de canciones o imágenes con las que se sienten identificados, lo mismo pasa cuando publican fotografías; puede decirse que a través de ellos expresan una sensación de desahogo; también mencionan el interés de compartir sus gustos y fotos para que sus contactos los vean y comenten, todos estos aspectos van orillados a satisfacer necesidades emocionales, psicológicos y/o sociales. (Ochoa y Uribe, 2015)

Actualmente con el desarrollo de la tecnología y de la Internet podemos encontrar comunidades donde podemos dialogar de un tema específico, pero también encontramos una diversidad de redes sociales que son orientadas a diversos intereses, pero todas cumplen con una función: transmitir mensajes, pero a diferencia de los medios tradicionales, estos nuevos medios ofrecen nuevas formas de poderse comunicar y relacionarse con el otro.

La información que compartimos en dichas redes van desde escribir nuestro estado de ánimo, una actividad y/o hasta denunciar una injusticia o una agresión y lo compartimos a través de una imagen, video y/o emoticón, pero lo realmente importante de compartir información en las redes sociales, es que el individuo cada vez lo encuentra necesario en su día a día, ya que compartir el más mínimo detalle de su vida a conocidos o extraños es que los hace sentir presentes en la vida de los otros y que éstos los a través de un *me gusta* o de un comentario hagan sentir al emisor del mensaje como alguien admirado, respetado, divertido, inteligente y/o interesante.

A partir de ello, es que se han iniciado diversas investigaciones en diferentes áreas de estudio como en psicología, en sociología, en comunicación, en economía y en el marketing por mencionar algunas; estas investigaciones pueden tener un objetivo diferente, pero con la misma variante: *las redes sociales*. Es así como el apartado siguiente expongo el panorama en el que se encuentra México ante el uso de redes sociales desde indicadores como: uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, esto es para conocer el porcentaje de individuos que acceden a la Internet por dispositivos electrónicos; posteriormente se encuentran datos sobre el uso de la Internet por género, edad, nivel de escolaridad y los usos que le asignan. Por último, se encuentran los porcentajes de consumo de las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram.

2.4 El uso de las redes sociales en México: Facebook, Twitter e Instagram

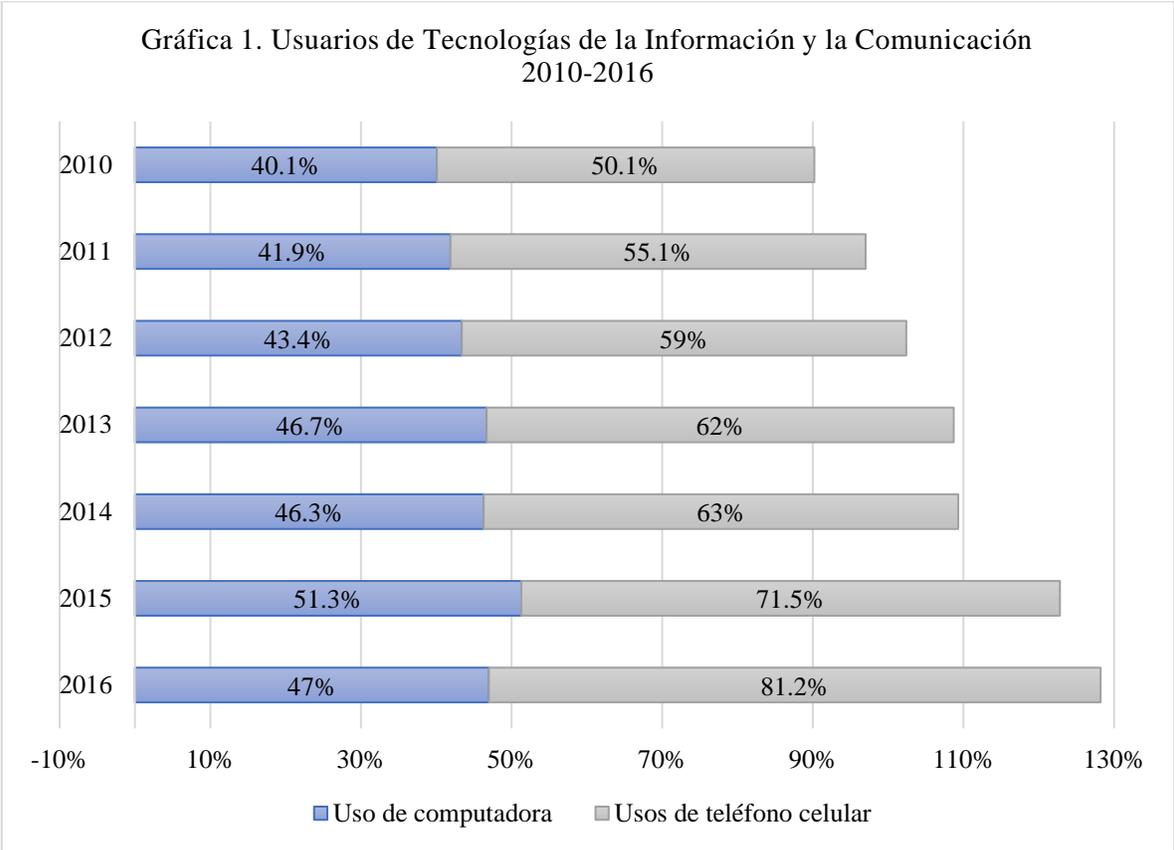
Para iniciar este apartado, es necesario mencionar que el continuo desarrollo de la tecnología y en específico de las Tecnologías de Información y la Comunicación (TIC) se ha observado un progreso social en la sociedad, ya que le ha permitido desarrollar, innovar y crear nuevas áreas de estudio, dispositivos para la vida diaria, así como desarrollo en la educación, en la salud y por supuesto en el área de la comunicación e interacción del individuo.

Para abordar el tema sobre el panorama actual de México en cuanto al uso de medios electrónicos, se retoma información del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) que este 2017 publicó la Encuesta Nacional sobre la Disponibilidad y Uso de Tecnologías en los Hogares (ENDUTIH) correspondiente al año 2016 donde presenta el cuadro actual sobre el acceso a Internet y del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la sociedad mexicana. Cabe mencionar que sólo se retomó información sobre el porcentaje de usuarios de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, asimismo datos sobre el uso de la Internet por género, edad, nivel de escolaridad y los usos que le asignan los internautas.

El porcentaje de mexicanos que utiliza computadoras y dispositivos como el teléfono móvil y/o las tabletas, los cuales han tenido un incremento entre la población mexicana en los últimos años. Como se visualiza en la gráfica 1 el año de 2010 hasta el 2016 el incremento de estos medios por parte de los usuarios mexicanos ha crecido considerablemente, tanto que, en el 2010 solo tenían acceso a la computadora el 40.1 por ciento de la población mexicana, en contraste con el 2015 que fue del 51.3 por ciento, quiere decir que tuvo un crecimiento 11.2 por ciento, pero en el 2016 este porcentaje disminuyó 4.3 por ciento.

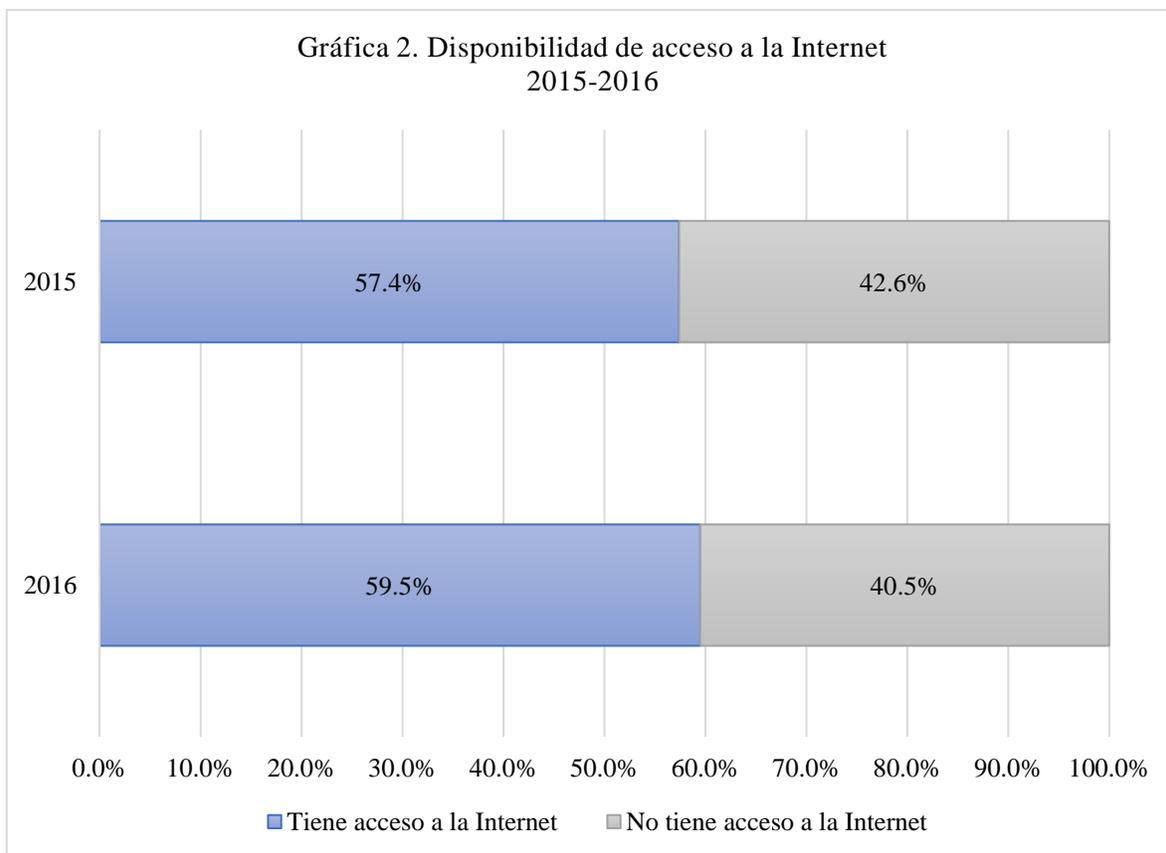
En cuanto al uso de teléfono celular en el 2010 se reportó que el 50.1 por ciento de la población usaba este medio, hay que tener en cuenta que, durante este periodo, comenzaron a surgir los teléfonos inteligentes o los llamados *smartphone*, primero con aplicaciones básicas y después trajeron un sin número de aplicaciones para hacernos la vida más fácil y práctica (navegador de Internet con mayor velocidad, aplicaciones para la compra de productos, redes sociales, para leer libros, circuito cerrado, entre otras). Entendiendo esto, el año 2016 el uso del celular fue de 81.2 por ciento, es decir, su crecimiento fue de 31.1 por

ciento, casi lo doble que el uso de la computadora, claro no hay que descartar a aquellas personas que todavía cuentan con un teléfono móvil básico, es por ello por lo que ese 71.5 por ciento, solo el 66.3 por ciento poseen un smartphone. (INEGI, 2017) Es necesario precisar, que los algunos usuarios reportaron utilizar ambos dispositivos electrónicos.



Elaboración propia con información de INEGI (2017)

La preferencia de los mexicanos por utilizar el teléfono celular puede deberse a su fácil manejo y porque es más práctico portarlo. En relación con la conectividad en México en la gráfica 2 se observa que existen 65.5 millones de usuarios tienen acceso a la Internet, lo que representan el 59.5 por ciento de la población, mientras que 44.5 millones de mexicanos no tienen acceso a la red representando el 40.5 por ciento. Respecto al 2015 aumentó 2.1 por ciento.



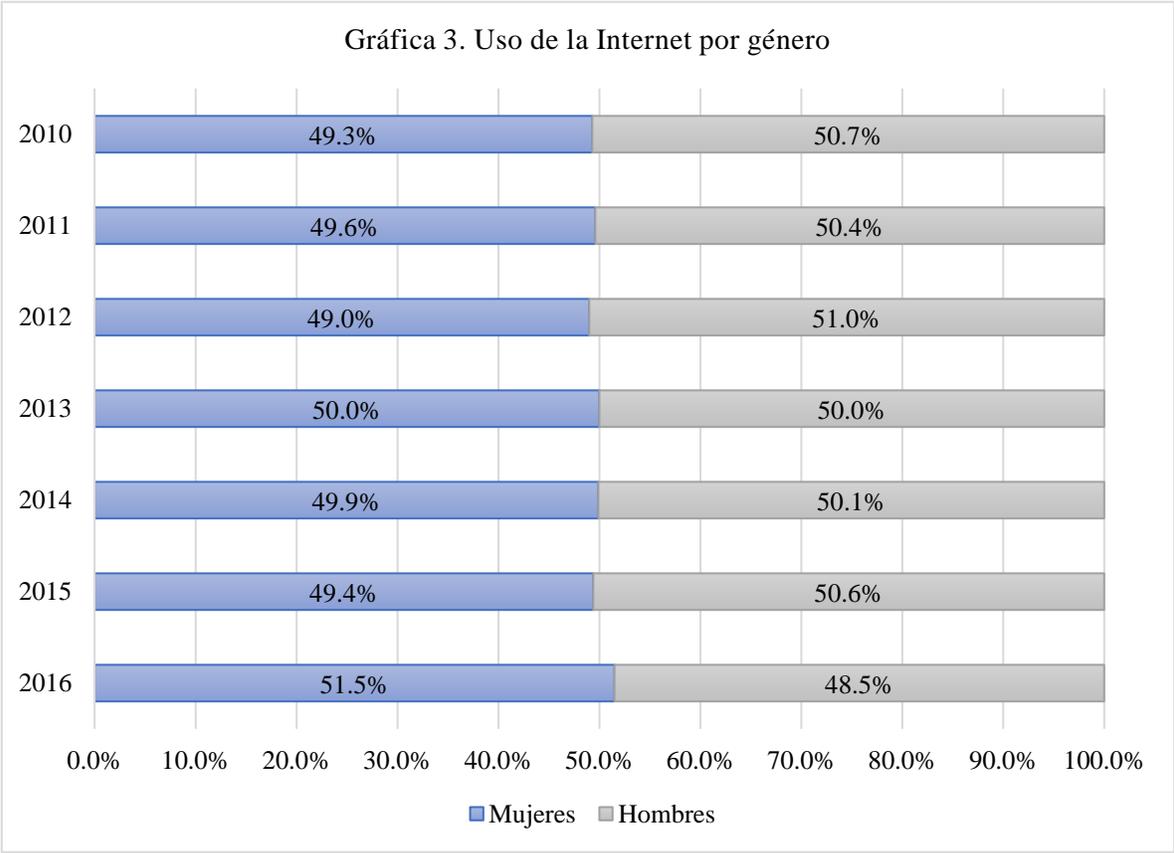
Elaboración propia con información de INEGI (2017)

De acuerdo con los datos de la Asociación de Internet.mx en su 12° Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios del internet en México 2016, en donde da a conocer el panorama que se tuvo durante el año de 2015, uno de sus indicadores fue el tiempo que duramos conectados a la Internet, el cual resultó que el usuario mexicano le dedica 7 horas 14 minutos diarios al uso del internet, mientras que en el 2010 eran de 3 horas y 32 minutos, la diferencia está muy marcada por 3 horas y 42 minutos lo que incrementado en cinco años; los factores que influyeron en este incremento fue la proliferación de redes sociales, el acceso a juegos en línea, a servicios de multimedia (YouTube) o estar navegando en la red.

Otro aspecto se le relaciona, es desde qué lugar se conectan y qué tipo de conexión utilizan. El resultado fue que el 87 por ciento de los internautas se conectan desde su casa; es importante mencionar que el 52 por ciento de la población se conecta desde cualquier lugar mientras cuenten con un dispositivo móvil y el tipo de red que utilizan es la WI-FI contratada. Tras haber mencionado que hay una población que no necesita estar en su casa para acceder

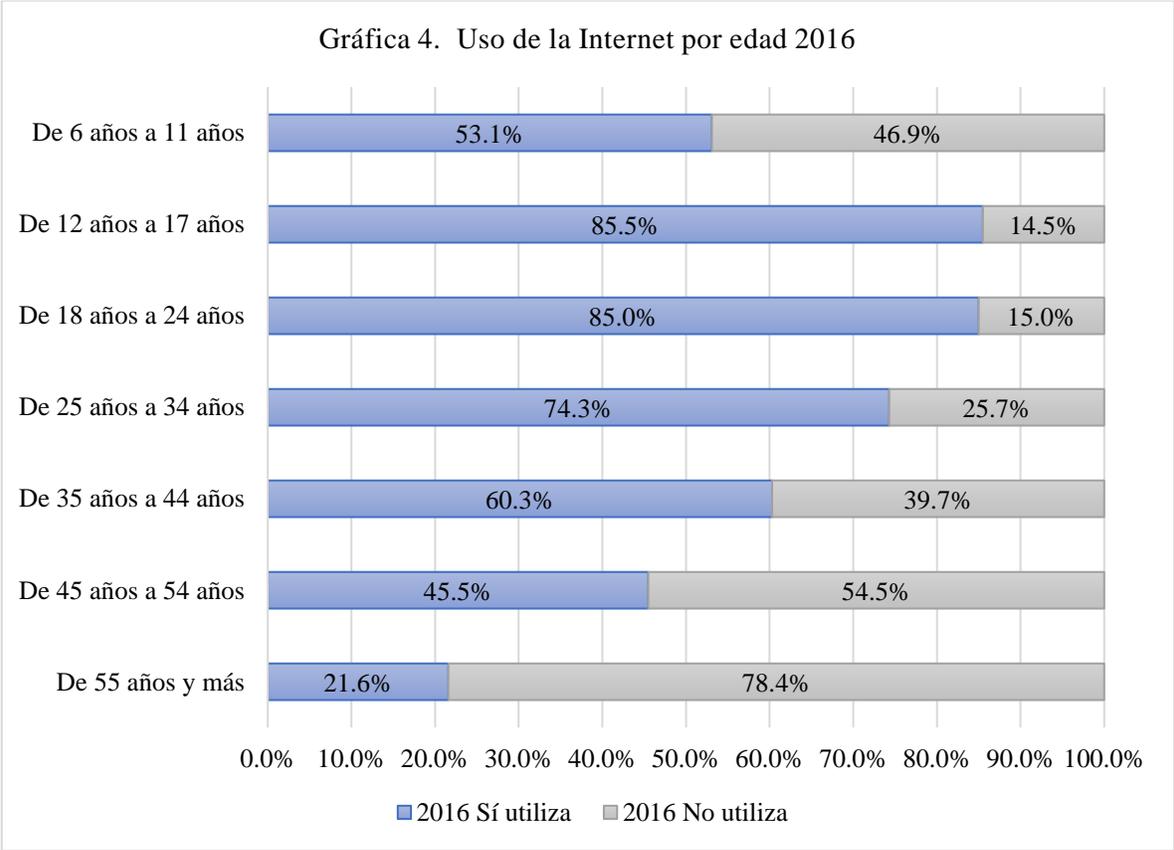
a la Internet ha originado que el consumo de dispositivos móviles como los smartphones incremente, convirtiéndolos en el medio electrónico de mayor uso en la población mexicana con el 77%, seguido de las computadoras personales (lap-top) con el 69 por ciento y las computadoras de escritorio con el 50 por ciento.

Cabe señalar que el género es otro indicador que muestra quiénes son los que más usan estas herramientas, durante el año del 2016 se reportó que los hombres son los que utilizan más la Internet con un 51.5 por ciento en comparación con las mujeres que sólo lo ocupan con 48.5 por ciento. En la gráfica se puede observar que desde el 2010 hasta el 2016 el uso por parte de las mujeres ha sido poco frecuente en comparación con el de los hombres, pero hablando en cifras estos porcentajes se mantienen en una sola línea.



Elaboración propia con información de INEGI (2017)

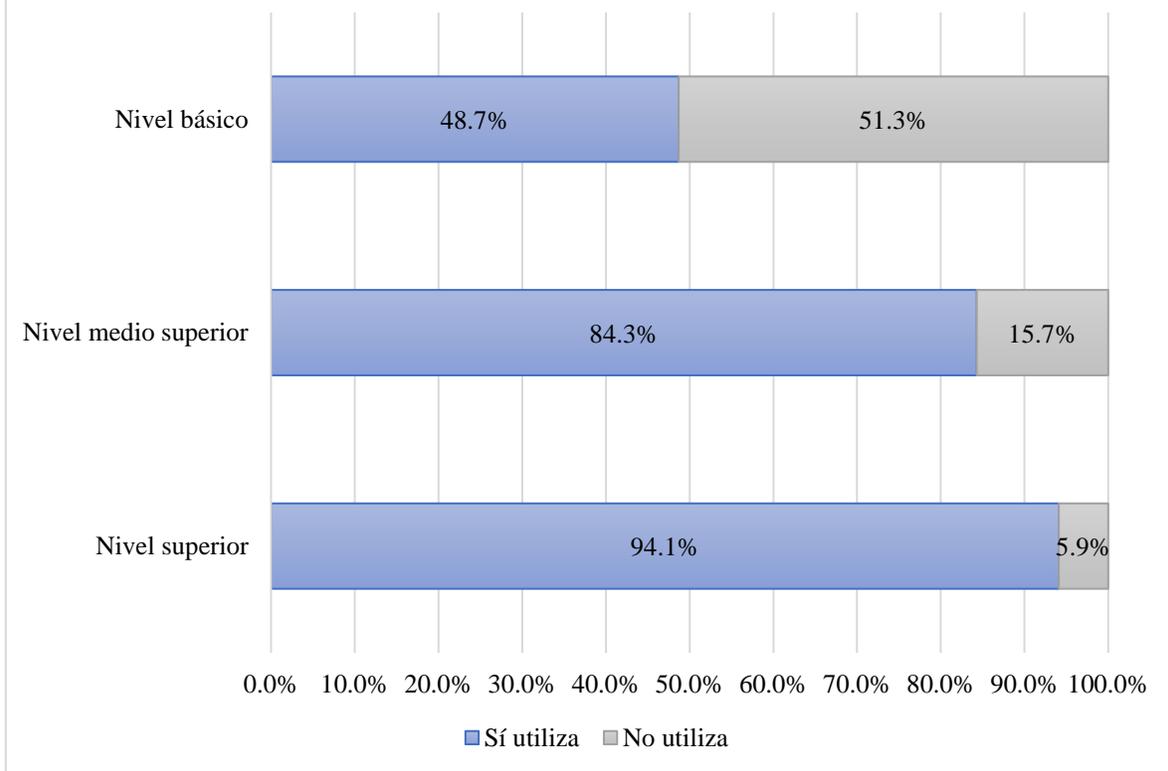
Otro factor que estudiar sobre el uso de la Internet es la edad, en la gráfica 4 se observa que el porcentaje de mayor empleo en la población que usa esta herramienta se ubica en el rango de edad de los 12 a los 34 años; si bien este rango refleja que su acceso se debe a que cuentan con una computadora en casa, en la escuela o en el trabajo, además que se relaciona con el nivel académico que sustenten. El uso que le empleen a la Internet puede ser de entretenimiento, estudio, informativo y/o de comunicación.



Elaboración propia con información de INEGI (2017)

En cuanto al nivel de estudios la población en la gráfica 5 se visualiza que el mayor uso se encuentra en nivel superior, incluyendo si cuentan con algún posgrado representan el 94.1 por ciento de la población, el segundo puesto lo ocupa la educación media superior con el 84.3 por ciento. Cabe mencionar que la encuesta excluye a la población sin escolaridad o que omitió indicarlo.

Gráfica 5. Uso de la Internet por nivel de escolaridad 2016

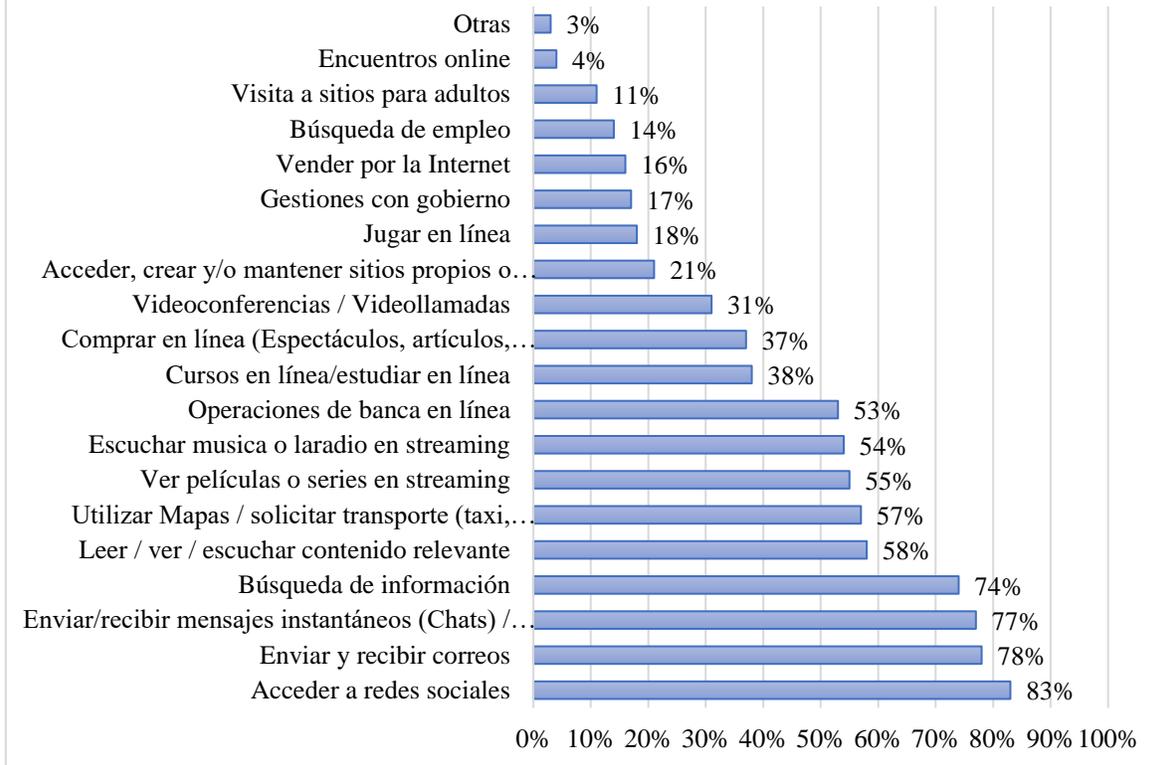


Elaboración propia con información de INEGI (2017)

El papel que juega el nivel de escolaridad es importante en el uso de la Internet, esto es, que nueve de cada diez internautas mexicanos que se encuentran en nivel superior incorporan la Tecnologías de la Comunicación y la Información en sus actividades cotidianas (trabajo, escuela, personal). Mientras que en el nivel medio superior son ocho de cada diez también lo hacen y el nivel básico es menos de la mitad, cuatro de cada diez que relacionan el uso de la Internet a sus actividades.

Después de lo explicado, es inevitable mencionar cuál es el uso que le proporcionan los internautas mexicanos a la navegación por la red; para conocer estos usos en la gráfica 6 se puede observar las actividades online de mayor relevancia por los usuarios, siendo las redes sociales la actividad que se destaca con tener el 79 por ciento de preferencia por parte de los internautas, en segundo lugar, lo ocupa el uso de en envío y recepción de correos electrónicos con el 70 por ciento y el tercero es la mensajería instantánea con 68 por ciento.

Gráfica 6. Usos de la Internet



Elaboración propia con información de Asociación de Internet.mx

En definitiva, el uso de la internet se ha vuelto una actividad cotidiana en los individuos ya que pasan el mayor tiempo del día en estar conectados, y como se observó en la gráfica 6 el mayor uso que le dan es acceder a las redes sociales, las cuales están adquiriendo cada vez mayor relevancia en cuanto a medios de información y comunicación. Aunado con ello y para fines de esta investigación, es necesario conocer qué lugar ocupan, por cuál dispositivo electrónico acceden y cuántos usuarios contienen las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram.

Conforme al 13° Estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México 2017 de la Asociación de Internet.mx muestra que la red social con mayor preferencia es Facebook con un 95 por ciento, en segundo lugar, lo ocupa Twitter con el 66 por ciento y por último Instagram con el 59 por ciento. Como se ha desarrollado el teléfono móvil es dispositivo con mayor uso, ya que permite al individuo un mejor acceso a sus contactos y a sus redes. El acceso que tiene la red social Facebook es de 40 por ciento, Twitter con 50 por ciento e

Instagram con el 67 por ciento, en contraste con el acceso que se tiene por una computadora de escritorio o personal.

Es así como Facebook es el medio virtual líder de interacción y comunicación entre los internautas mexicanos, esto puede deberse a las diversas aplicaciones que contiene para el entretenimiento y como medio de comunicación que le permiten enterarse de noticias, conversar con sus amistades, expresar puntos de vista, así como conocer los estados, actividades y ubicaciones que realizan sus contactos.

Como se ha mencionado, las redes sociales han revolucionado todas las áreas de acción del individuo, por ende, estos medios se han vuelto importantes para ellos, tanto que para los mexicanos la importancia de ubicarse dentro de una o varias redes sociales así como ser internautas activos representa el 57.4 por ciento, esto se debe que las redes sociales los mantienen informados sobre las noticias en general, qué video, persona o celebridad se ha hecho viral, sobre qué noticia se está hablando o saber qué está de moda en ese momento.

Es importante señalar que Facebook ha crecido exponencialmente a nivel mundial, lo que ha originado que cada vez más países registren mayor cuenta de usuarios, en este sentido, en el año 2016 México se ubicó en el 5° lugar a nivel mundial con 63 millones de usuarios. (Statista, 2017) Respecto a Twitter es la segunda red social que utilizan los internautas mexicanos con 35.3 millones de usuarios donde el 53 por ciento son Mujeres y el 47 por ciento son hombres, con un rango de edad promedio de 18 a 24 años. (Ampudia, 2015)

En lo que se refiere al uso de Instagram cuenta con 10, 580,000 millones de usuarios en México colocándola en el 3° lugar; siendo que 5,889,000 millones son mujeres y 4,691,000 millones son hombres los cuales se encuentran en la misma edad que Twitter. (Regalado, 2016)

Como se ha mencionado México se encuentra en quinto lugar de los países con más desarrollo en el campo de las redes sociales, por lo que en el próximo capítulo se expone el análisis que se realizó mediante una encuesta sobre el uso de redes sociales en la población juvenil-adulto de la Zona Metropolitana del Valle de México la cual permitirá conocer si el constante uso de las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram modifica la forma en cómo el individuo se comunica e interactúa con otros individuos, tanto que, provoque que su

sociabilidad disminuya y se aísle de su entorno social físico. Donde los principales indicadores son el nivel de interacción y de comunicación para poder comprobar la hipótesis que se ha planteado.

CAPÍTULO III. REDES SOCIALES: INTERACCIÓN Y COMUNICACIÓN EN LA ZONA METROPOLITANA DE MÉXICO.

El presente capítulo se encuentra dividido en tres segmentos, en el primero se presentan los datos generales y estadísticos de la Zona Metropolitana del Valle de México, en donde se expone información sobre sus características demográficas, esto para conocer el contexto en el que desarrolla la encuesta que midió el uso y nivel de interacción y comunicación que tiene la población mexicana en las redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram. Aunado con lo anterior, en el segundo segmento se desarrolla la metodología que se utilizó para realizar el estudio y, por último, el análisis de las encuestas realizadas para comprobar la hipótesis planteada.

3.1. Características demográficas de la Zona Metropolitana del Valle de México

Antes de comenzar a hablar de la Zona Metropolitana del Valle México (ZMVM) en específico; es pertinente definir qué se entiende por *zona metropolitana* por ello el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) junto con la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) y el Consejo Nacional de Población (CONAPO) proporcionan la siguiente definición:

El conjunto de dos o más municipios donde se localiza una ciudad de 50 mil o más habitantes, cuya área urbana, funciones y actividades rebasan el límite del municipio que originalmente la contenía, incorporando como parte de sí misma o de su área de influencia directa a municipios vecinos, predominantemente urbanos, con los que mantiene un alto grado de integración socioeconómica; adicionalmente, se definen como zonas metropolitanas todos aquellos municipios y delegaciones que contienen una ciudad de un millón o más habitantes, así como aquéllos con ciudades de 250 mil o más habitantes que comparten procesos de conurbación con ciudades de Estados Unidos de América (2014).

Entonces se entiende, que la zona metropolitana es aquel territorio que cuenta con más de 50 mil habitantes cuya infraestructura sea de índole urbana y que tenga una alta integración de actividades económicas, sociales y políticas entre sus pobladores y de sus alrededores. Tras comprender el concepto anterior, se prosigue a hablar sobre la Zona Metropolitana del Valle de México en específico, en lo que se refiere a sus características demográficas, para ello se

retomará la información que proporciona en sus diferentes publicaciones el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) que realizó en conjunto con otras instituciones.

De acuerdo con el Cuaderno estadístico y geográfico de la Zona Metropolitana del Valle de México 2014 del INEGI, la Zona Metropolitana del Valle de México o por sus siglas ZMVM, (las cuales se utilizaran para referirse a ella) anteriormente no se le denominaba así, sino como *Zona Metropolitana de la Ciudad de México y la del Valle de México*, la cual estaba integrada por las 16 delegaciones de la Ciudad de México (D.F) y 35 municipios conurbados del Estado de México, pero fue en los años de 2003 y 2004 donde la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) y el Consejo Nacional de Población (CONAPO), sostuvieron reuniones donde el resultado fue la publicación del trabajo *Delimitación de las Zonas Metropolitanas de México*; donde observaron y decidieron cambiar el nombre, por ende, integraron a más municipios de los Estados de México y de Hidalgo, con motivo del incremento de poblacional que tuvieron, así como, la interacción en sus actividades socioeconómicas.

Es así, que el nombre a *Zona Metropolitana del Valle de México* como actualmente se le llama, está integrada por de las 16 delegaciones de la Ciudad de México, 59 municipios del Estado de México y por un municipio del Estado de Hidalgo; además este cambio de denominación se debió a que la estructura territorial comprendía diversos factores como: la concentración demográfica, la especialización económica-funcional, los ámbitos político-administrativo de las delegaciones de la Ciudad de México, del municipio del Estado de Hidalgo y del Estado de México.

La Zona Metropolitana del Valle de México como se menciona está integrada por las 16 delegaciones del D.F.; 59 municipios del Estado de México y un municipio del Estado de Hidalgo²⁰, es decir, abarca casi 7,866 Km² de superficie territorial, que a nivel nacional es de 0.39% a nivel nacional y además se caracteriza por ser una región mayormente urbana.

²⁰ Ver Anexo 1. Delegaciones y municipios que conforman a la Zona Metropolitana del Valle de México.

La Zona Metropolitana del Valle de México (ZMVM o Valle de México) es el centro económico, financiero, político y cultural de México. Con respecto a su población, es la tercera zona metropolitana más grande de la OCDE y la más grande del mundo fuera de Asia (OCDE, 2015, p. 4).

Ahora se prosigue a explicar las características demográficas las cuales fueron obtenidas del Cuaderno estadístico y geográfico de la Zona Metropolitana del Valle de México 2014 del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), esto con el propósito de conocer el contexto en cual se aplicó la encuesta.

- **Características demográficas de la Zona Metropolitana del Valle de México.**

En el último CENSO POBLACIÓN Y VIVIENDA que se realizó en el año de 2010 por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), expone que la población total del ZMVM es de 20, 116,842 habitantes lo que representa el 12.8 por ciento a nivel nacional; su distribución por género es que el 51.6 por ciento (10,3876,875) son mujeres y el 48.4 por ciento (9,729,967) son hombres, esto quiere decir que por cada 100 mujeres hay 94 hombres. En cuanto a la estructura de edad el rango predominante es el de 15-19 años con 8.86 por ciento, no obstante, la edad media de la ZMVM es de 28 años.

Otro indicador importante es el nivel de estudios de la Zona Metropolitana del Valle de México el cual se distribuye de la siguiente manera: educación básica 57.3 por ciento; educación media superior con 19.3 por ciento; educación superior con 17.3 por ciento; sin escolaridad 5.2 por ciento y el uno por ciento no especifico su condición. Estos datos indican que la educación básica (primaria y secundaria) es el grado promedio de los habitantes de la ZMVM.

Los indicadores antes descritos permiten conocer el contexto sociodemográfico de la Zona Metropolitana del Valle de México y que en conjunto con los datos del uso de la Internet que se expusieron en el segundo capítulo sirvieron para el diseño de la encuesta “el uso de las redes sociales en la población de 18 a 35 años de la Zona Metropolitana del Valle de México” la cual midió el tipo de interacción y de comunicación que se establecen entre esa población. En el siguiente apartado se desarrolla la metodología que se realizó en esta investigación.

3.2 Metodología de la investigación

A continuación, se expone la metodología que se empleó para esta investigación, así como el diseño y estructura de la encuesta que se aplicó a la población de la Zona Metropolitana y finalizando con el análisis estadístico. Los datos que se muestran en este apartado ayudarán a comprobar la siguiente hipótesis: el constante uso de las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram modifica la forma en cómo el individuo se comunica e interactúa con otros individuos, tanto que provoque que su sociabilidad disminuya y se aisle de su entorno social físico²¹.

- **Período y lugar donde se desarrolló la encuesta.**

La encuesta se aplicó durante el mes de enero y febrero del 2017 y se administró de dos formas. La primera fue de manera presencial que se realizaron en el Zócalo, en el corredor turístico Francisco I. Madero y la Alameda Central las cuales se encuentran en el Centro Histórico dentro de la Ciudad de México hay que decir que estos lugares son muy frecuentados tanto por habitantes de la CDMX y del Estado de México. Y la segunda forma fue a través de una plataforma para crear encuestas en la Internet.

- **Población y muestra.**

La población objetivo para realizar dicha encuesta se determinó con las siguientes características:

-Individuos: hombres y mujeres de 18 a 35 años que cuenten como mínimo con alguna de estas redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram.

-Residencia: que vivan en alguna delegación o municipio perteneciente a la Zona Metropolitana del Valle de México.

²¹ Es pertinente aclarar a qué se refiere cuando se habla de aislamiento social físico, de acuerdo con Capilla y Cubo (2017) la propagación de las redes sociales e internet en los dispositivos electrónicos y móviles ha identificado una diversidad de nuevas conductas en los individuos. Estas conductas radican en que los individuos que utilizan estos aparatos privilegian su uso sobre cualquier situación (reunión con amigos, reunión de trabajo, una comida familiar o incluso estando en la cama) así como, las actividades que se estén realizando en ese momento, provocando que el individuo no ponga atención sobre lo suceda o de quienes se encuentren a su alrededor. A esta conducta comenzó a observarse desde el 2012 y se le ha denominado *Phubbing*, el cual se formó a partir de las palabras *phone* (teléfono) y *snubbing* (despreciar), esto gracias a la agencia de publicidad McCann en Melbourne.

La elección del rango de edad fue determinada a partir de los datos de la Encuesta Nacional sobre la Disponibilidad y Uso de Tecnologías en los Hogares (ENDUTIH) correspondiente al año 2016 y del 13° Estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México 2017 de la Asociación de Internet.mx. Mediante estos estudios se observó que tanto hombres como mujeres de 18 a 35 años tienden a emplear más las redes sociales, además de que cuentan con mayor disponibilidad de adquirir un medio electrónico para acceder a estas redes. Y respecto con la segunda característica se eligió por la accesibilidad que se tiene en cuestión de tiempo y costo, además de que permitió que las respuestas tuvieran mayor diversidad.

La muestra poblacional fue de 385 encuestados y se calculó bajo los siguientes parámetros:

-Población total (N): 6,803,017 habitantes que cumplen con las características anteriormente mencionadas.

-Margen de error (e): 5 por ciento.

-Nivel de confianza (z): 95 por ciento

-Heterogeneidad: 50 por ciento

- **Definición de variables.**

-Variable independiente. Uso de redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram

-Variables dependientes. Interacción social y comunicación en línea.

La relación que se establece entre la variable independiente con las variables dependientes es que a mayor uso de redes sociales la forma de interactuar y comunicar del individuo hacia los otros se modifica, tanto que su sociabilidad pueda verse afectada.

- **Instrumento de medición y recolección de la información.**

Para comprobar la hipótesis mencionada se diseñó una encuesta denominada “el uso de las redes sociales en los jóvenes adultos de 18 a 35 años de la Zona Metropolitana del Valle de México²²”, la cual consta de 19 preguntas cerradas con opción múltiple y algunas con elección a más de una opción, las preguntas que se encuentran en la encuesta son de tipo

²² Ver Anexo 2. Encuesta

exploratoria ya que permitió medir el uso de Facebook, Twitter e Instagram como medio de comunicación, de interacción y cómo éstas impactan en sus actividades cotidianas; también se encuentran las preguntas de datos generales y de redes sociales. Las 385 encuestas se aplicaron 193 encuestas de forma presencial y 192 en línea. Por último, la elaboración de la base de datos y de las gráficas para su posterior análisis se realizó en el programa Excel.

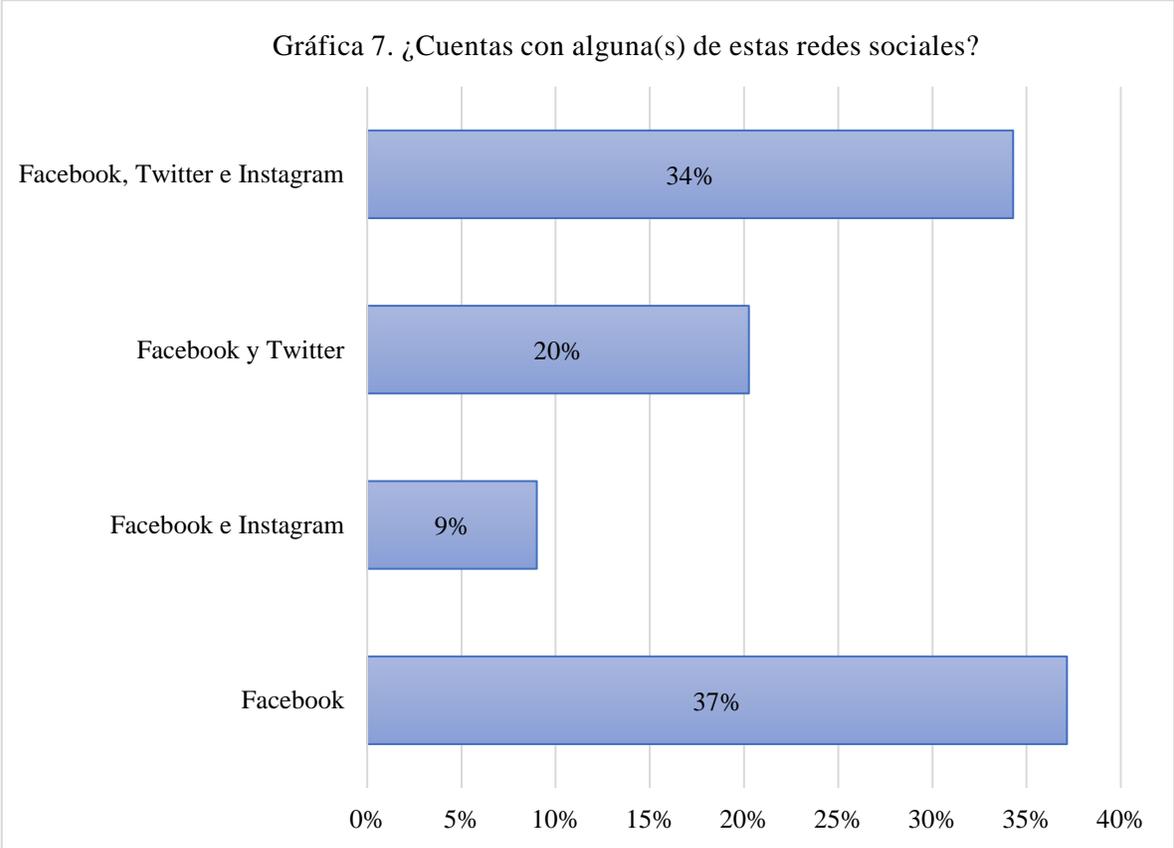
La cuestión que interesa en este trabajo es explicar la manera de cómo se comunica e interactúa el individuo a través de la experiencia cibernética, en específico en las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram porque mediante estas redes el individuo crea identidades virtuales para interactuar y comunicar con el otro a través de publicaciones y los comentarios que se hacen en estos medios. Ahora bien, en el siguiente apartado se presenta el análisis de la información que se obtuvo de la encuesta antes descrita y así comprobar la hipótesis mencionada.

3.3 Resultados y análisis de la encuesta “El uso de las redes sociales en los jóvenes adultos de 18 a 35 años de la Zona Metropolitana del Valle de México.”

La encuesta se aplicó a 385 individuos habitantes de la Zona Metropolitana del Valle de México y se obtuvo que el 49 por ciento de los encuestados son mujeres mientras que el 51 por ciento son hombres, en cuanto a la edad el rango predominante es de 27 a 30 años con el 31 por ciento, sin embargo, el rango de 23 a 26 años de edad se encuentra por debajo de un punto con el 30 por ciento; mientras que la edad de 18 a 22 años y 31 a 34 años cuentan con 26 por ciento y 13 por ciento respectivamente.

En cuanto al nivel de estudios se observaron los siguientes resultados: Secundaria 0 por ciento, Preparatoria 48 por ciento, Licenciatura 46 por ciento y Posgrado con el 5 por ciento, esto me permite deducir que los usuarios de redes sociales promedio de la zona metropolitana se encuentran en el nivel medio superior y superior (Preparatoria o licenciatura); para finalizar respecto al lugar de procedencia se percató que la mayor parte de los encuestados viven en el Estado de México con un 52 por ciento y 48 por ciento en la Ciudad de México.

Como se aprecia en la gráfica 7 que corresponde a la pregunta ¿Cuentas con alguna(s) de estas redes? Donde las opciones de respuesta fueron: a) Facebook b) Twitter c) Instagram el 37 por ciento de los encuestados sólo posee una red social: Facebook, con esto se comprueba que esta red social es la preferida por los individuos que deciden entrar a este mundo de las redes sociales; no obstante, el 34 por ciento cuenta con las tres redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram lo que llama la atención de que cada vez más el individuo opta por registrarse en más redes sociales para navegar en ellas. En México, según datos de la Asociación de Internet.mx en su 13° estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2017 menciona que Facebook es la primera red social con mayor uso con 95 por ciento internautas inscritos seguida por Twitter con 66 por ciento e Instagram con 59 por ciento y en promedio los usuarios le dedican ocho horas un minuto de uso al día, esto es por las aplicaciones que ofrece para expresar acontecimientos, pensamientos, sentimientos y acciones del individuo.



Fuente: elaboración propia.

La predilección por parte de los usuarios por utilizar más Facebook radica en la facilidad de su uso además de su practicidad, es decir, que posee todas las herramientas con las que el individuo puede comunicarse ya que además de compartir información textual también se puede compartir fotografías, imágenes, videos, realizar transiciones en vivo. Su uso va más allá de conectar al usuario con amigos y/o familiares, también es utilizada por empresas y marcas para publicitar sus productos y para conectar con clientes potenciales a través de grupos. Actualmente quién no cuente con una cuenta de Facebook es como si no estuviera en línea, por eso hoy en día es la red social más utilizada y más popular en el mundo.

Por otra parte Twitter e Instagram son redes sociales más específicas, estos es, que Twitter es una red social de tipo microblogging, en otras palabras, el atractivo que ofrece es compartir información tipo mensajería en donde el usuario cuenta con un máximo de 140 caracteres para transmitir la información deseada, por ende la información que se comparte es de carácter más instantánea (lo que está sucediendo en ese momento) además de que Twitter maneja lo que es el *trending topic* donde se puede observar cuales son los temas más comentados por usuarios todo ello a través del *hashtag* (#), como lo mencione esta red es se comporta con un blog, la diferencia radica es que la interacción del individuo con sus seguidores o seguidos es momentánea y transitoria.

Instagram es una red social de índole más profesional ya que en esta red solo se puede compartir fotografías, imágenes y/o video de corto tiempo los cuales van acompañados por mensajes o información muy corta o de hashtag, este último a diferencia de Twitter es utilizado para encontrar contenido con el mismo tema, un ejemplo puede ser *#foodfitness*, al escribir este hashtag en el buscador los resultados que obtendremos son fotos o imágenes de comida saludable. La interacción es similar como la Twitter. Aunque estas redes sociales cuenten con formas distintas para compartir información, el individuo cada vez más decide encontrarse registrado en más redes sociales.

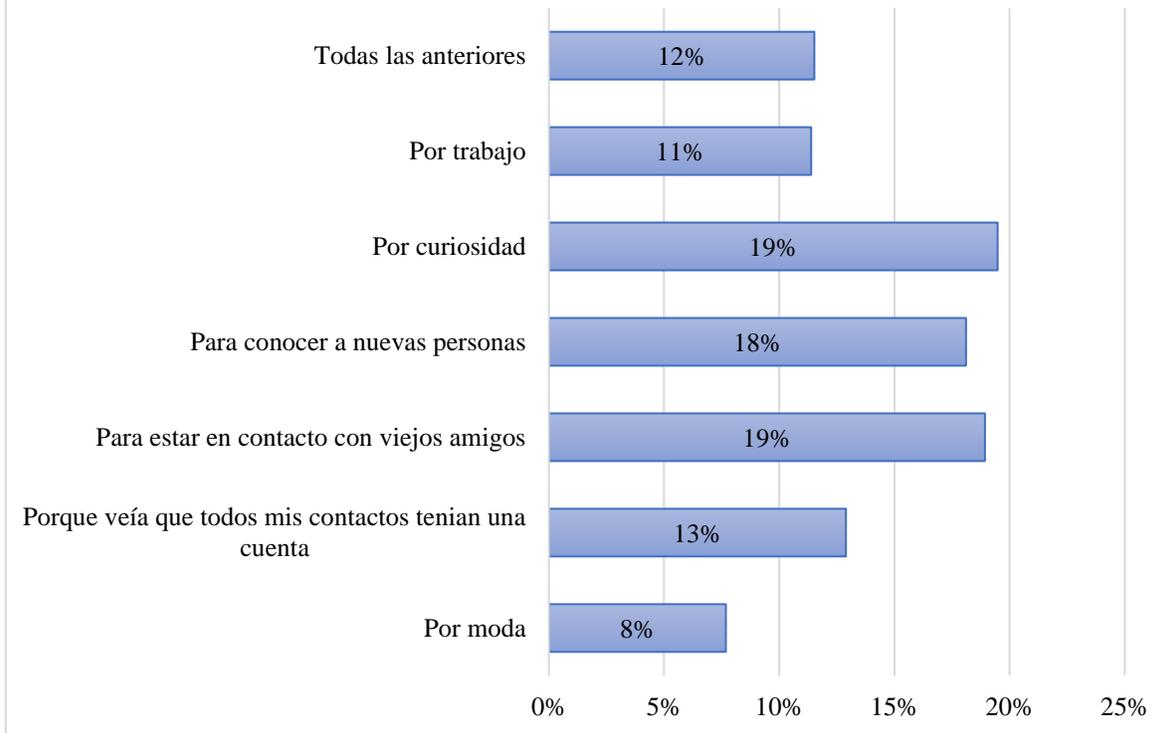
La forma más avanzada de relación entre el ordenador y la persona, permitiendo al usuario interactuar con la máquina y sumergirse en un entorno generado artificialmente. Esta tecnología se basa en la generación interactiva multisensorial de estímulos con el objetivo de

mantener la sensación completa de la inmersión con el mundo real. Se caracteriza por la ilusión de participación en un entorno sintético más que la observación de éste (Naranjo, 2009, p. 3).

No hay duda de que el desarrollo de la tecnología ha atraído un sinnúmero de innovaciones para hacer más fácil y práctica la vida del individuo, y un ejemplo de ello son las redes sociales en la Internet. La facilidad que proporciona una computadora, una tableta o un *smartphone* para que a través de ellos el individuo pueda entrar a un mundo virtual (el cual es construido por el mismo) en donde pueda interactuar y comunicarse con otros individuos sin la necesidad de estar presentes físicamente, habla de la eminente capacidad del propio individuo para construir mecanismos virtuales y físicos que simplifiquen el proceso de relacionarse socialmente, esto para mayor comodidad del propio individuo.

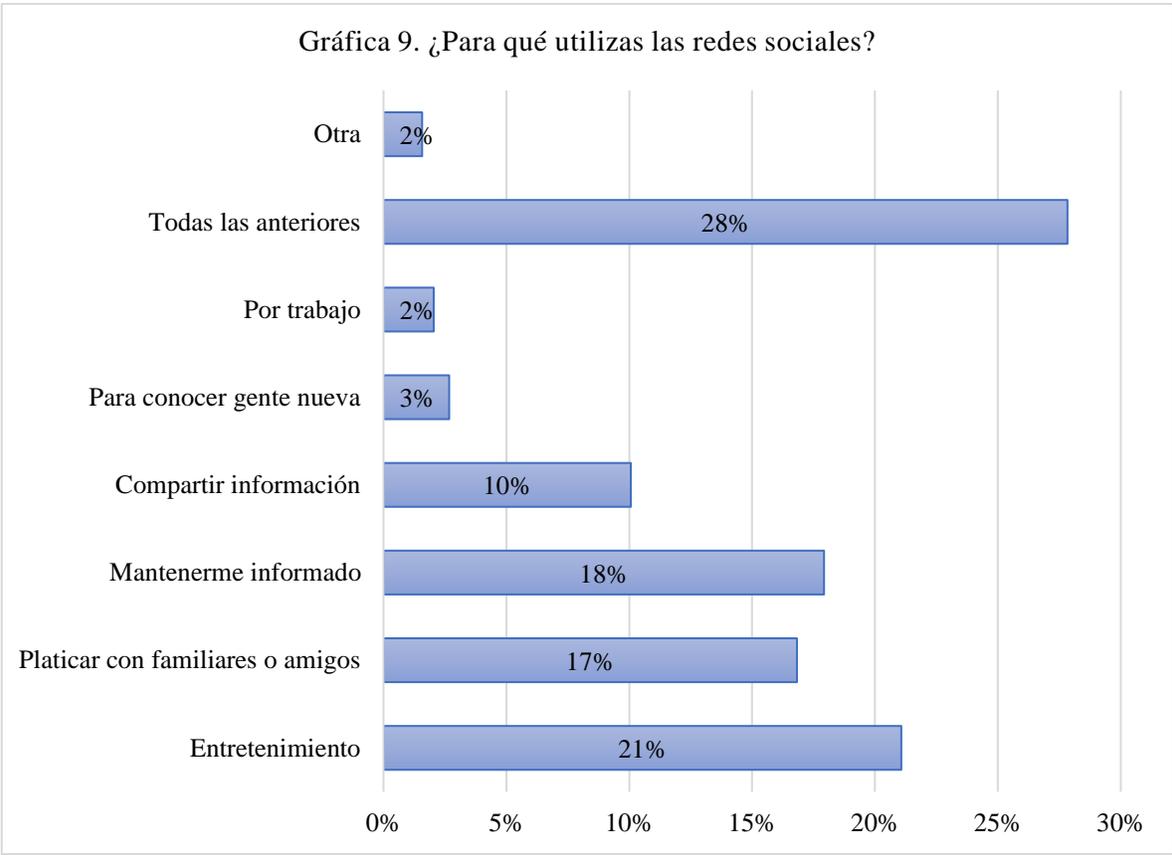
La siguiente pregunta fue ¿Por qué motivo decidiste abrir una cuenta en las redes sociales que mencionaste? Los resultados se muestran en la gráfica 8 en donde se visualiza tres principales motivos: el primero por “curiosidad”, en el segundo para “estar en contacto con viejos amigos” con 19 por ciento y el tercero es “para conocer gente nueva” con 18 por ciento, la relación que guarda con la gráfica 7 es que Facebook facilita a sus usuarios poder seguir en contacto con antiguas como con nuevas amistades, asimismo, la practicidad y facilidad que le otorga al usuario para encontrar personas por medio de un buscador donde sólo se tiene que escribir ya sea el nombre de la persona, el correo electrónico o el número de celular es lo que hace a Facebook como las otras redes sociales herramientas útiles y llamativas para los usuarios lo que ha provocado que no solo se pueda registrar una cuenta sino varias, esto último puede tener diferentes fines, algunos de ellos puede ser para separar lo personal con lo profesional, para espiar o *stalkear* a alguien, para simpatizar con otros y/o porque olvidaron la contraseña de su anterior cuenta.

Gráfica 8. ¿Por qué motivo decidiste abrir una cuenta en las redes sociales que mencionaste?



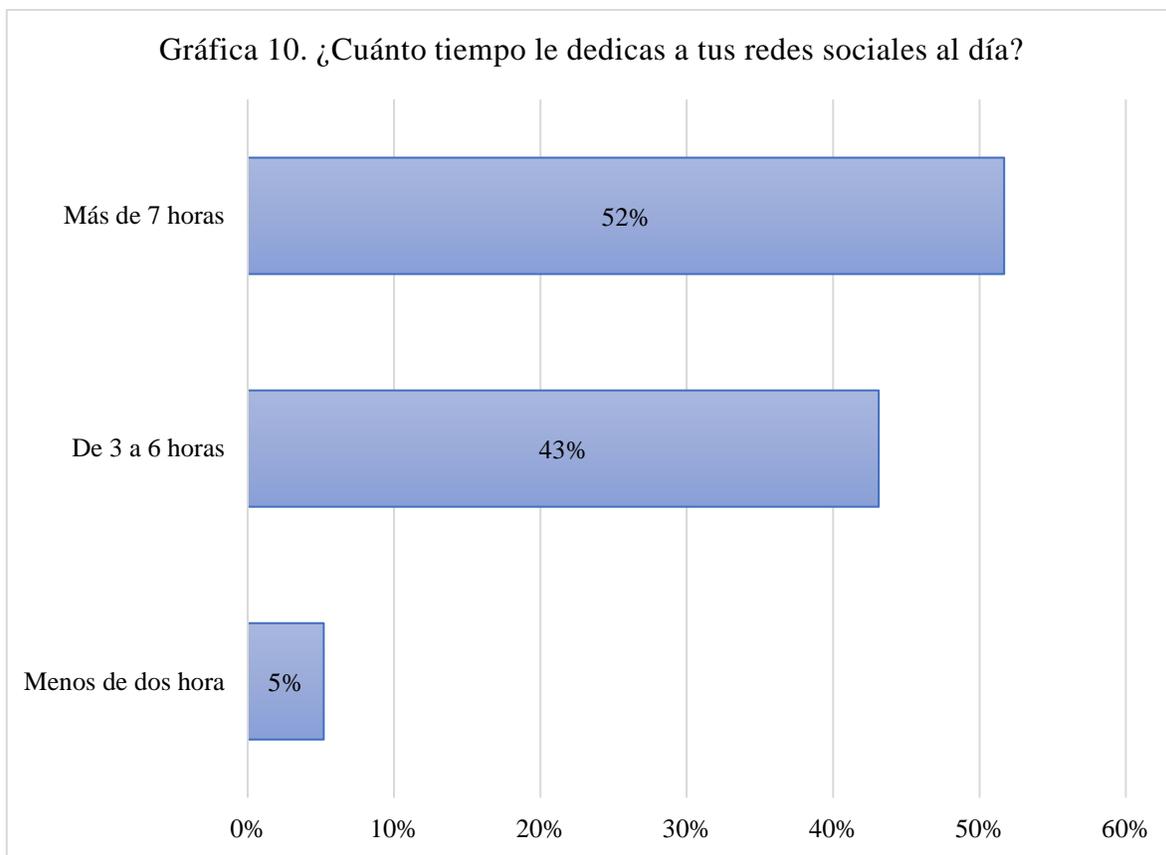
Fuente: Elaboración propia.

Otro aspecto a analizar es sobre el uso que le proporcionan los individuos a sus redes sociales, para ello en la gráfica 9 muestra las principales usanzas que le dan sus usuarios que son el entretenimiento, platicar con amigos y/o familiares, compartir información, conocer gente nueva, mantenerse informado y para encontrar o mantenerse en contacto en el trabajo, cabe mencionar que la opción “Otra” aunque tiene un porcentaje mínimo llamo la atención ya que los encuestados contestaron que también utilizan sus redes sociales para buscar pareja y/o sexo. Los diferentes usos que el individuo le otorga a las redes sociales dependerán en su mayoría de factores como la edad, el nivel de estudios, disponibilidad de tiempo, género y/o tipo de trabajo.



Fuente: elaboración propia

Un aspecto que se relaciona con el uso de las redes sociales por parte de los usuarios es el tiempo que se le invierten en navegar, interactuar y/o compartir información en las redes sociales, para esto en la gráfica 10 se aprecia que los encuestados pasan más de siete horas al día navegando en las redes sociales, esto indica que el internauta invierte 42 horas a la semana que es un tiempo considerado que si se convirtiera en días se hablaría que pasa más de un día y medio en estas aplicaciones; y como se mencionó el internauta mexicano invierte 8 horas 1 minuto en navegar por internet donde la actividad online con mayor preferencia son las redes sociales con 83 por ciento (Asociación de Internet.mx, 2017), entonces podría decirse que estas horas pueden ser equiparadas incluso con una jornada laboral.

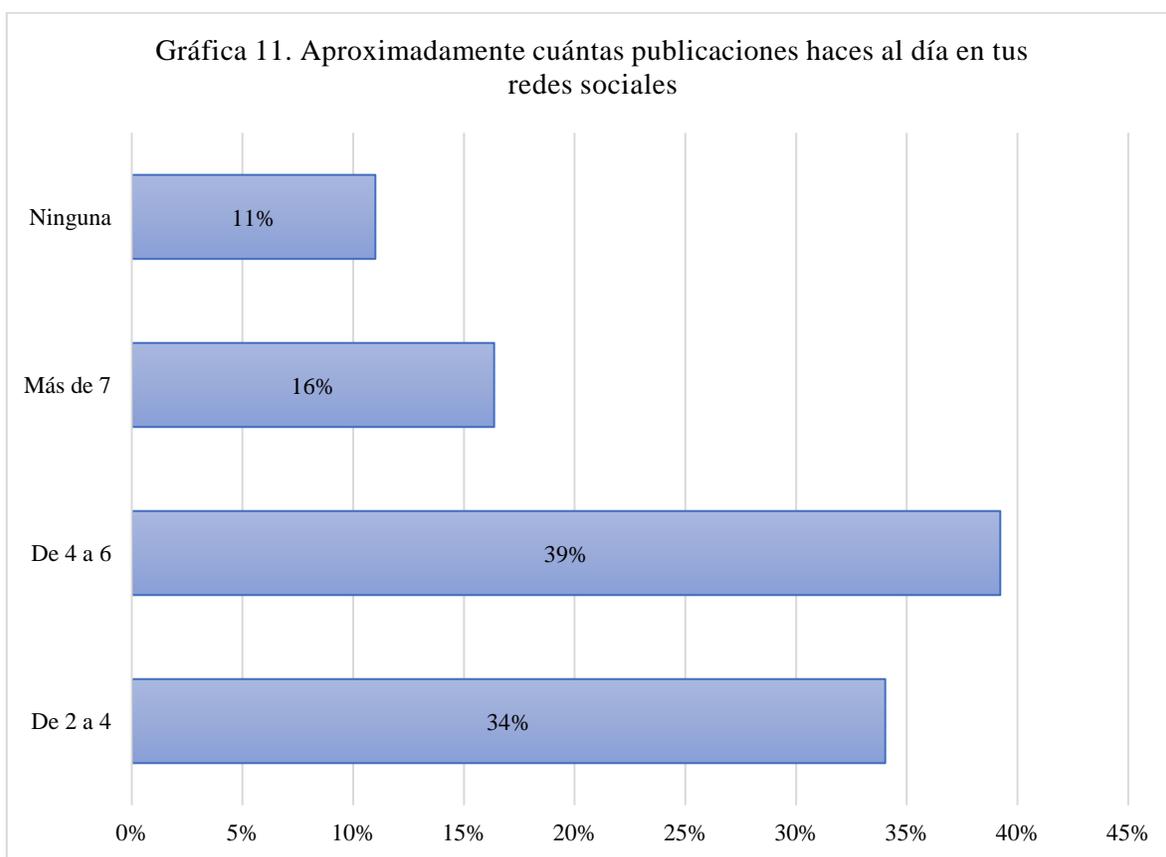


Fuente: elaboración propia.

El tiempo que le proporciona el individuo a navegar en sus redes sociales indica una relación de dependencia hacia estos medios lo cual puede originar diversas consecuencias, una de ellas es el desarrollo de una conducta adictiva. Pues, el uso constante y prolongado de Facebook, Twitter e Instagram hace que el individuo necesite sentirse presente en ese mundo a través de sus publicaciones, ya que por medio de ellas él se siente existente en el mundo virtual. Esta conducta se extiende a la incesante revisión de sus redes sociales para ver la cantidad de comentarios y de reacciones que provocan sus divulgaciones, así como enterarse de las actividades de sus contactos y el estar pendiente de cualquier noticia que sea viral en el momento, todo esto puede traducirse en que el individuo desarrolla una especie de ansiedad social, que puede traducirse en la imperante necesidad de estar conectado a la red.

En la gráfica 11 se observan que los usuarios realizan aproximadamente entre cuatro a seis publicaciones al día con 39 por ciento; de dos a cuatro con 34 por ciento y con el 16 por ciento más de siete. Cabe mencionar que esta pregunta se realizó con el fin de conocer si los

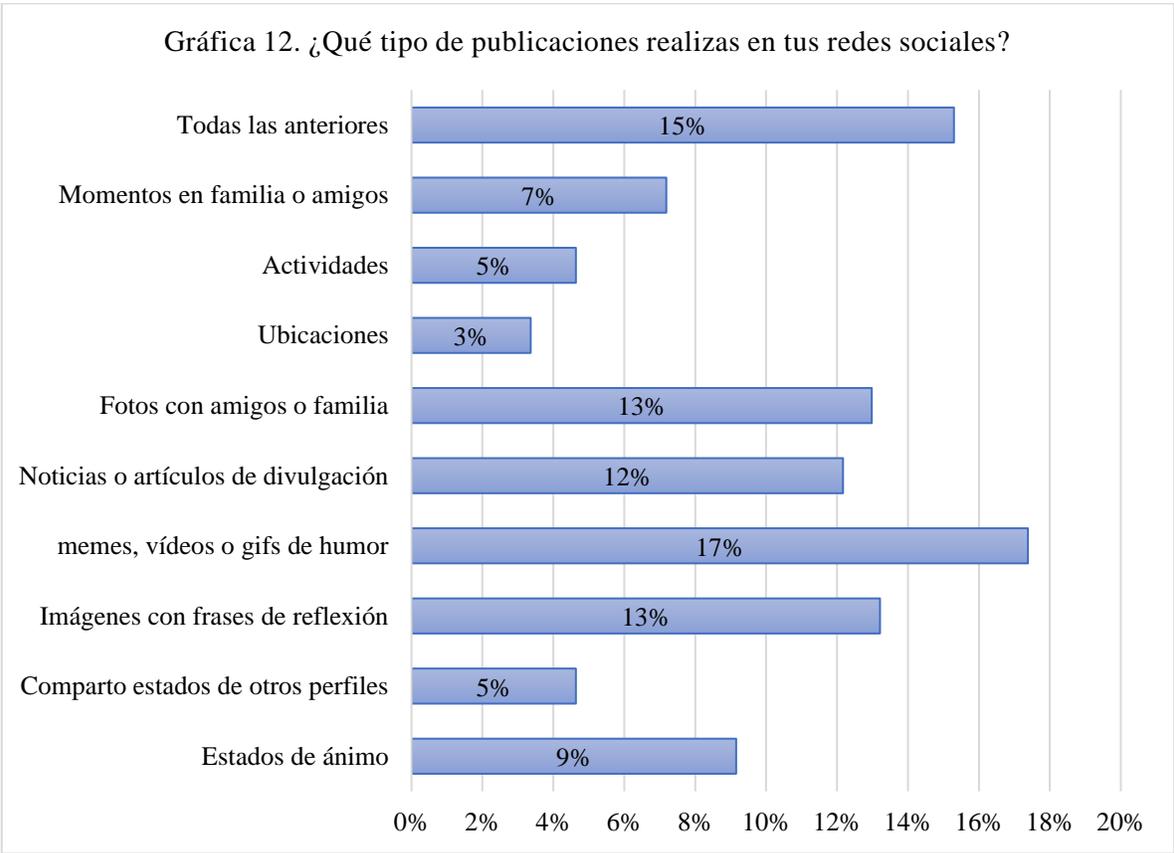
usuarios son miembros activos o pasivos en sus redes sociales; y de acuerdo con los resultados el individuo es un integrante activo en las redes sociales a lo que según Zommer (2014) estos individuos pertenecen a los que siempre están conectados y le dedican tiempo y energía en vivir en el ciberespacio.



Fuente: elaboración propia.

La presencia del individuo en las redes sociales puede ser de dos formas, la primera es que puede ser pasivo y la segunda activo; cuando el usuario es un ente pasivo su actividad solo se limita a navegar y observar las publicaciones de sus amigos, es decir, no genera interacción; en el caso contrario cuando es un ente activo la actividad del individuo genera interacciones, en otras palabras, su actividad se encuentra en constante dinamismo ya que interacciones con los otros cuando estos responden a las publicaciones que el usuario comparta.

Después de analizar el tiempo invertido y sobre cuántas publicaciones se realizan en las redes sociales, es menester presentar qué tipo de información publican los internautas y la gráfica 12 ayuda a ilustrar la información que comparten los usuarios en sus cuentas, la cual es muy variada. Las publicaciones que se realizan con mayor frecuencia son las que se relacionan con los memes, videos o gifs de humor con el 17 por ciento; y con el 15 por ciento los usuarios indicaron que comparten información sobre su estado de ánimo, fotos con amigos o familia, ubicaciones, actividades, entre otras.



Fuente: elaboración propia.

La mayoría de los encuestados opta por publicar imágenes como los memes, videos o gifs de humor, puede que este tipo de información le permita al usuario interactuar más con sus contactos ya que coadyuva a crear empatía sobre algún tema en especial. Es importante decir que este tipo de información se elaboran con base a un tema popular o viral que se llevó a cabo en ese momento, en pocas palabras, es una forma de burla de un acontecimiento no

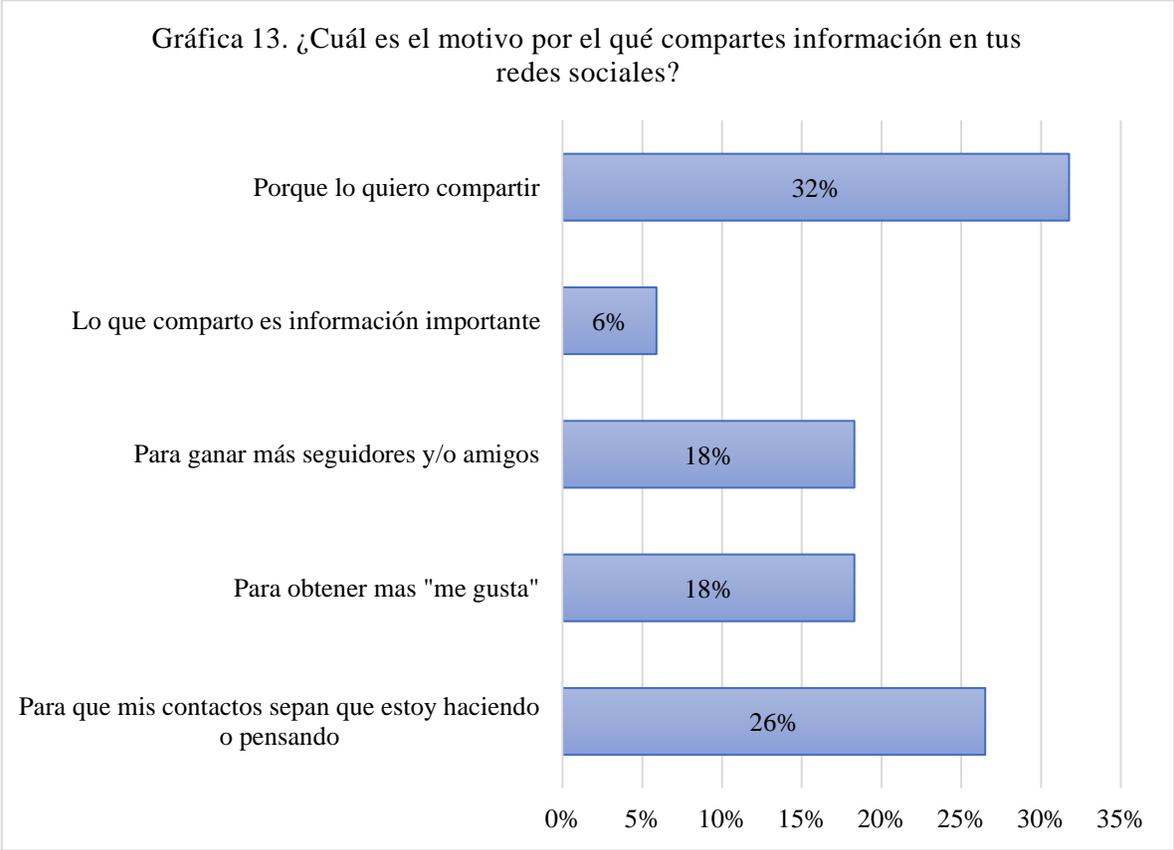
importando quién lo haya protagonizado; por último, hay que mencionar que la información que se publique en las redes sociales dependerá del usuario y el propósito de ellas.

[...] la necesidad social de aceptación, expresando mediante lo que comparten: cosas de interés y con el fin de mantener a sus contactos informados o hacerles pasar un buen rato, ya que algunos de los valores más importantes para los usuarios son la espontaneidad y el sentido del humor. Además, los internautas también comparten estados de ánimo, opiniones a través de canciones o imágenes con las que se sienten identificados, lo mismo pasa cuando publican fotografías; puede decirse que a través de ellos expresan una sensación de desahogo; también mencionan el interés de compartir sus gustos y fotos para que sus contactos los vean y comenten, todos estos aspectos van orillados a satisfacer necesidades emocionales, psicológicas y/o sociales. (Ochoa y Uribe, 2015)

Si bien, el compartir información en las redes sociales involucra la transmisión de significados no sólo de la información que se comparte, sino también los sentimientos, deseos, emociones y acciones que el individuo realiza en determinado tiempo y momento. (Warley, 2010). El individuo ha construido nuevos canales de comunicación, en donde la información que comparte va más allá de aspectos mero-informativos, sino que utiliza estos medios para plasmar contenido de índole emocional y sentimental, pero también de crítica y opinión, en otras palabras, las redes sociales proporciona al individuo una especie de espacio de desahogo emocional, de manifestación y/o protesta social. Entonces se puede decir que la información del individuo que se consideraba personal y privado se reubica a un ambiente público, en donde los miembros de ese ambiente se enteran y por qué no crean una impresión del individuo.

Hasta este punto, las gráficas presentadas van de la mano porque explican la actividad del internauta en las redes sociales, refiriéndose a su actividad en si es un usuario activo o uno pasivo y como es evidente los individuos encuestados son miembros activos en sus redes sociales, esto se deduce por el tiempo y cantidad de publicaciones que realizan, además de que es notable que los usuarios de Facebook, Twitter e Instagram necesitan encontrarse “presentes” para que sean tomados en cuenta por sus seguidores y/o amigos.

Respecto a la información que comparten los internautas en sus redes sociales se menciona que estas publicaciones pueden tener uno o varios propósitos, en la gráfica 13 se exponen los motivos por los cuáles los individuos comparten información. El motivo principal de sus publicaciones es el “deseo de querer compartirlo” con 32 por ciento, en un segundo lugar se encuentra “para que otros sepan que están pensando y/o realizando en ese momento el usuario” con 26 por ciento y, por último, pero no menos importante se encuentran los motivos de obtener más “me gusta” y para “ganar más seguidores o amigos” con 18 por ciento cada uno.



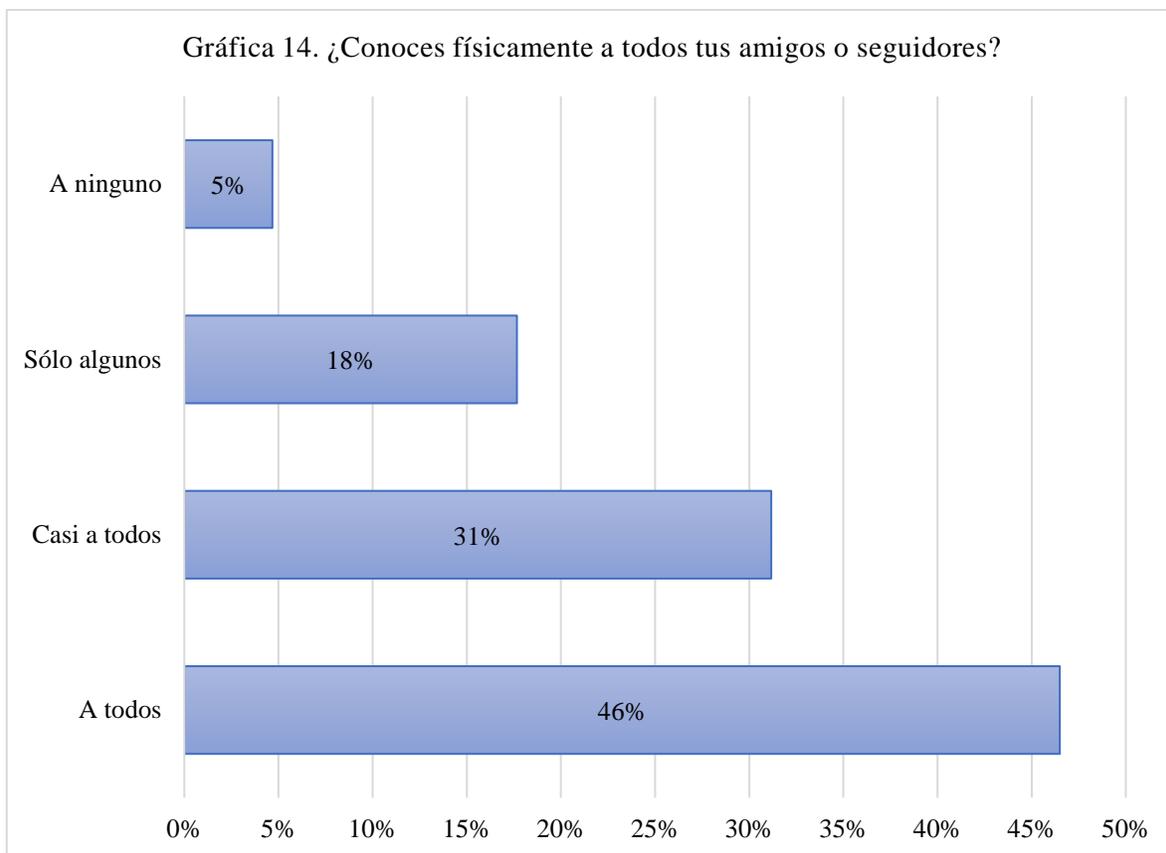
Fuente: elaboración propia.

Es pertinente decir que los últimos dos motivos tienen que ver más con la popularidad y notoriedad del internauta en las redes sociales ya que si tienen más “amigos o seguidores” y/o “me gusta” el individuo se puede llegar a sentirse halagado y popular en su realidad virtual; estos motivos en suma representan el 36 por ciento de los encuestados lo indica que

inconscientemente estos pueden ser los motivos principales reales del porque comparten información; se llega a esta deducción debido a que los encuestados podían marcar más de una opción en la pregunta, entonces, cuando se realizó la base se percató de esta preferencia, la cual era muy frecuente.

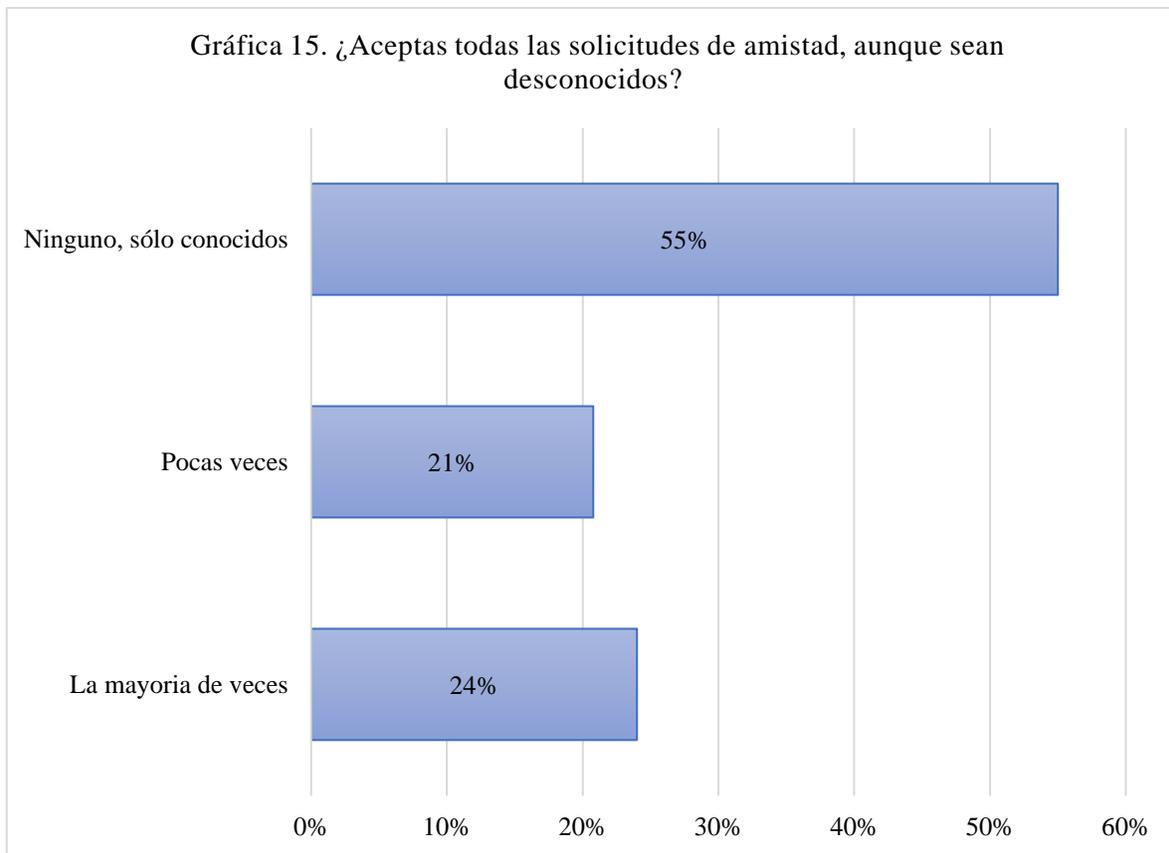
Por otra parte, el tema de la audiencia en las redes sociales es otro indicador significativo para la presente investigación. Respecto a la audiencia en las redes sociales son los contactos, amistades y/o seguidores de los internautas. Este indicador se abordan en seis puntos: en primer lugar, para saber si los usuarios conocen a sus “amigos y/o seguidores”; en segundo lugar, si aceptan todas las solicitudes de amistad que les envían ya sea por parte de conocidos o desconocidos; en tercer lugar, sería el caso contrario por qué el usuario decide seguir o ser “amigo” de alguien; en cuarto y quinto lugar es cómo se relaciona con sus contactos y qué herramientas utiliza para comunicarse con ellos, finalmente qué tan importante es para el internauta que sus contactos simpaticen con sus publicaciones, después de exponer estos puntos pasemos a desglosar cada uno de ellos.

El primer punto queda asentado en la gráfica 14 en donde se puede percibir que el 46 por ciento de los usuarios conocen a “todos sus contactos”, mientras que el 31 por ciento conoce “casi a todos”, el 18 por ciento menciona que sólo “conoce a algunos” y el 5 por ciento dice que no conoce a ninguno. Estos datos nos muestran que el usuario mantiene sus relaciones sociales físicas con conocidos y por ende el uso que le da a las redes sociales es para mantener o seguir en contacto con ellos y esto se debe a que uno de los motivos principales es para mantener contacto con antiguas y nuevas amistades (gráfica 9).



Fuente: elaboración propia.

En el segundo aspecto es sobre aceptar solicitudes de amistad ya sean estas de amigos y/o desconocidos, a lo que los encuestados respondieron lo siguiente: el 55% por ciento “no aceptan solicitudes de desconocidos”, sólo conocidos; el 24 por ciento dice que “acepta la mayor parte de solicitudes” no importando si son de amigos o desconocidos y el 21 por ciento (gráfica 15) menciona que pocas son las veces que han aceptados solicitudes de extraños. Estos datos nos indican que existe una correspondencia con la gráfica anterior ya que el usuario acepta las solicitudes de amistad solamente si conoce a la persona en el mundo real.



Fuente: elaboración propia.

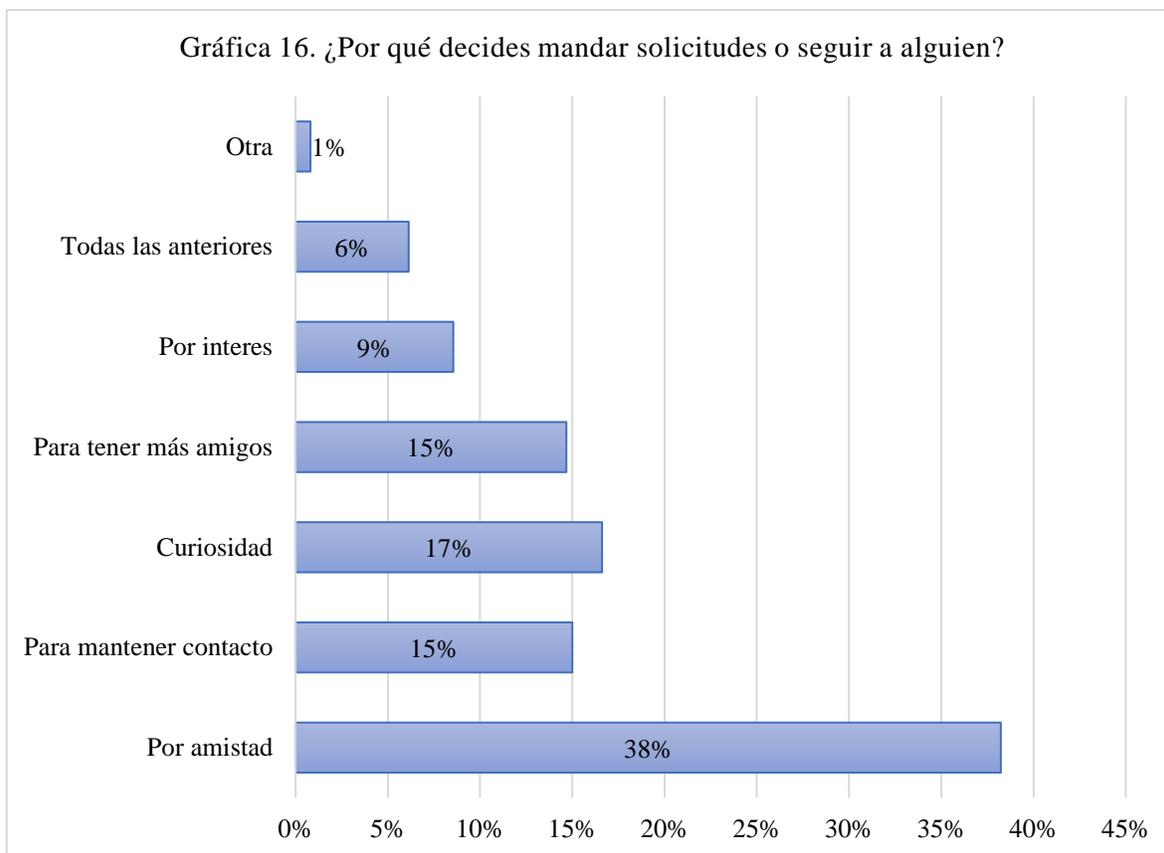
No obstante, hay que hablar del segundo porcentaje el cual representa casi un tercio de la población encuestada, el no solo aceptar solicitudes de amistad de conocidos sino también de desconocidos nos expone que el individuo busca entablar interrelaciones con individuos que no se encuentra en su círculo social local, estas relaciones pueden satisfacer al individuo en el aspecto social, ya que al aceptar ser “amigo” de una individuo que no conoce se deduce que al individuo se le dificulta relacionarse con los demás en la realidad o lo hace por obtener popularidad a través de tener más contactos.

En el primer capítulo se expone una tipología proporcionada por Berger y Luckmann (2012) sobre los tipos de interacciones que realiza el individuo a lo largo de su vida en sociedad. De acuerdo con esta tipología, en las redes sociales se llevan a cabo las siguientes interacciones:

1. Las interacciones diarias y que se espera volver a ver: amigos, familiares. Ejemplo: mi mejor amigo de la universidad es uno de mis amigos es Facebook.

2. Las interacciones que se recuerdan a individuos en concreto de un encuentro pasado: el músico que se subió al metro a cantar baladas. Ejemplo: el internauta es seguidor en Twitter de un autor que dio una conferencia sobre un tema que le interesa.
3. Estas no necesariamente se interactúan, pero se sabe de su existencia como personas concretas: colegas de otras instituciones. Ejemplo: el individuo es seguidor de Manuel Castells en Twitter.
4. Interacciones de interés y/o intimidad: socios empresariales, integrantes de un partido; esposa, novia. Ejemplo: el internauta tiene como amigo y seguidor en Facebook y Twitter al diputado Fernández Noroña.
5. Interacciones nulas: seguidores de una religión, grupo musical. Ejemplo: el individuo sigue en Instagram a la cantante Shakira.

En la gráfica 16 se expone el tercer aspecto, que se refiere al por qué los usuarios deciden seguir o mandar invitación de amistad a otros individuos en donde se observa que el 38 por ciento de los encuestados deciden enviar una solicitud y/o seguir a alguien por amistad, lo que evidencia la coherencia de los internautas a la hora de entablar algún lazo social en las redes sociales.



Elaboración propia.

Hasta este punto la concomitancia que guardan las gráficas 14, 15 y 16 es correlativa, en otras palabras, es que las relaciones sociales virtuales que el individuo construye en los medios digitales se basan en que el individuo conoce a sus amistades externamente de estos medios. Esto quiere decir que los contactos del individuo en las redes sociales son los que establece alguna interacción o relación social anteriormente que pueden ser antiguas amistades, conocidos, compañeros de trabajo o de escuela. Sin embargo, hay que mencionar que no todos los contactos se relacionan con interacciones de largo plazo, sino que también puede tener sus “amigos” pueden encontrarse individuos con los que comparte un interés o gusto en común, o bien, con aquellos que interactúo muy poco.

Además de que se observa que la socialización que realiza el individuo en las redes sociales es semejante a la que establece en la realidad social de la vida cotidiana, es decir, determinan socialización primaria y posteriormente socialización secundaria. (Berger y Luckmann, 2012) La manera en la que se da este tipo de socializaciones en las realidades alternas o

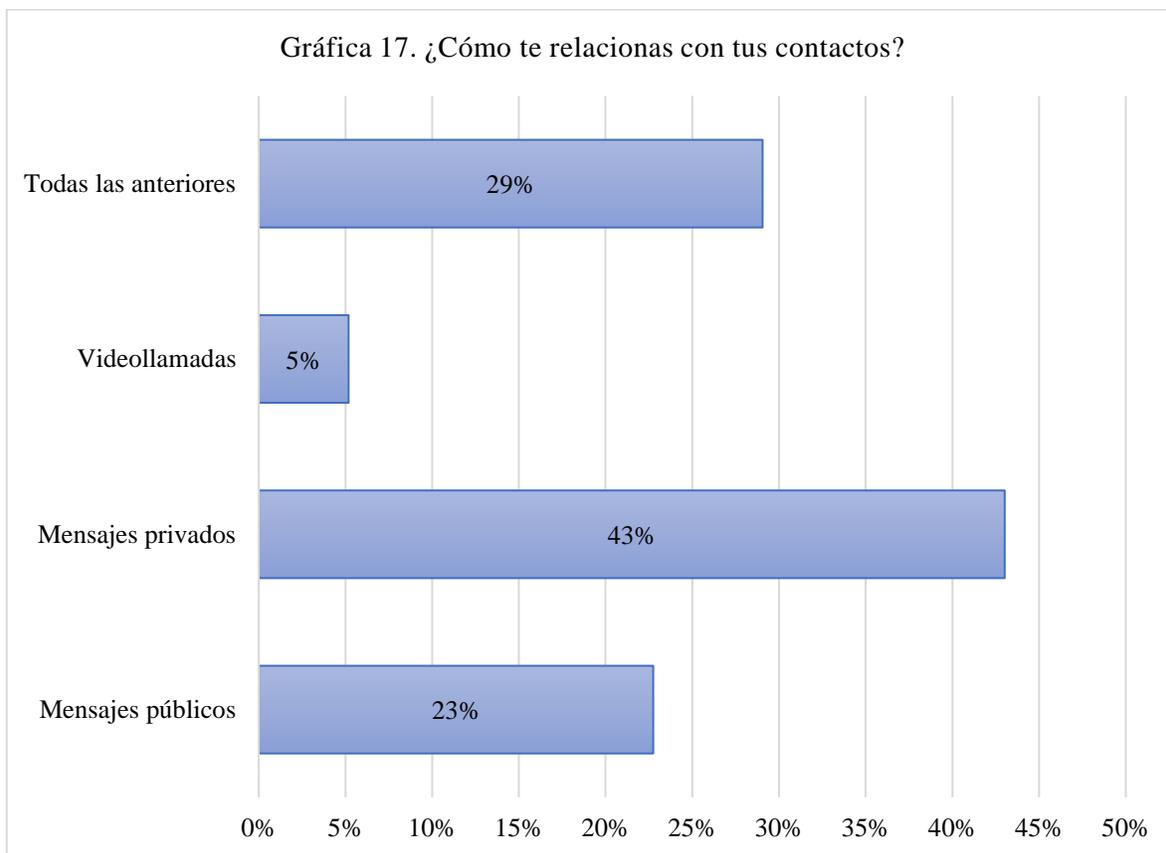
mundos virtuales es la siguiente: los mundos virtuales son Facebook, Twitter e Instagram, en donde la socialización primaria aquella que se inicia con la familia, en las redes sociales, esta “familia” serían los amigos del internauta, estos amigos son aquellos que conoce en su realidad física; estos son quienes alientan al individuo a integrarse a estas redes ya que lo invitan a que las use, porque a través de ellas pueden estar “más en contacto”. Estos primeros “amigos y/o seguidores” en las redes sociales son su primer vinculo de contacto e interrelación con la realidad virtual ya que dotan al individuo principiante de estos medios de conocimientos de cómo desarrollarse y moverse es los mencionados ambientes.

El puente que da paso a la socialización secundaria es que después de establecer el primer contacto en la realidad virtual por medio de su núcleo principal de amigos, ellos son el parteaguas para que el internauta invite a otras personas a usarlo o para que busque a otros individuos, grupos o instituciones los cuales no pertenecen a su esfera local, sino más bien, estos ya se encuentran en la realidad virtual y son interesantes para el usuario ya que pueden compartir gustos e intereses en común. El establecimiento de estas nuevas relaciones vendrá del conocimiento que adquirió a partir de lo que le aportó la socialización primaria.

Ahora se aborda al cuarto y quinto aspecto que se trata de cómo y con qué herramientas se relacionan con sus contactos; el primer punto tiene que ver con la construcción de redes sociales virtuales del usuario con sus amigos y/o seguidores. Como bien se sabe para establecer una relación social se necesitan al menos dos aspectos el primero la retroalimentación de un diálogo y en segunda el encuentro cara a cara con un individuo. En el caso de los medios digitales el primer aspecto puede llevar acabo o no una retroalimentación, es decir, que el internauta puede publicar cierta información en sus redes y el espectador (amigo y/o seguidor) es caso que responda o comente crea el diálogo y puede que surja la retroalimentación; el segundo aspecto se ve modificado ya que no es necesaria la presencia física de la o los individuos para entablar comunicación. Este último aspecto es lo que le da un punto a favor a las redes sociales ya que los individuos que se encuentran en otras partes del mundo o aquellas que se les dificulte poder entablar alguna interrelación físicamente.

Es por lo que los medios digitales coadyuvan a este beneficio a través de las diferentes vías de comunicación que ofrecen y esto se puede divisar en la gráfica 17 en donde el principal

canal son los mensajes privados²³ con 43 por ciento, además de éstos también utilizan los mensajes públicos y video-llamadas lo que en conjunto representan el 29 por ciento.

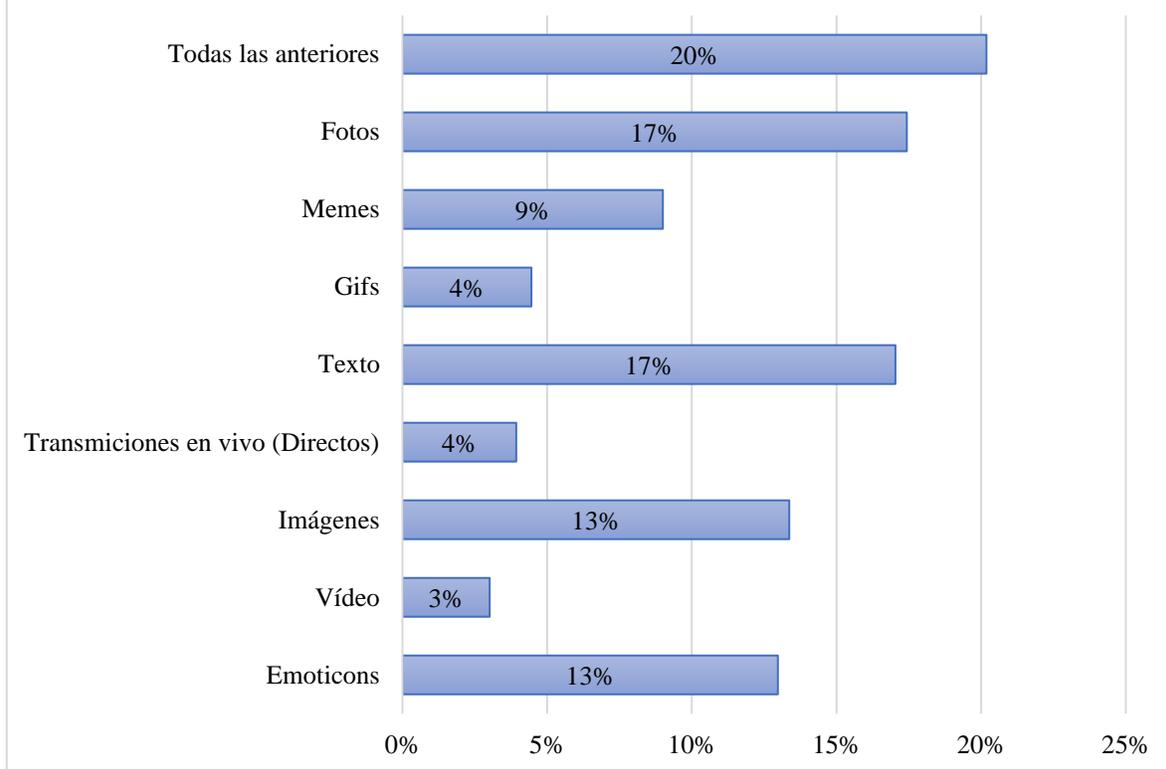


Fuente: elaboración propia.

El quinto criterio que se mencionó es acerca de qué tipo de herramientas utilizan para interactuar con sus contactos y en la gráfica 18 se contempla que la mayoría de los encuestados optan por utilizar todos los instrumentos que las redes sociales ofrecen tales como los emoticones, videos, imágenes, gifs, memes, fotografías, texto y transmisiones en vivo, no obstante si sólo se prefiriera una herramienta el texto o la fotografía (17 por ciento) serían los principales instrumentos de comunicación del individuo. Si bien recordemos que el individuo posee lenguaje mediante el cual se comunica, pero como se explicó en el primer capítulo el individuo tiene la capacidad de objetivar dicho lenguaje.

²³ Mensajes privados: en Facebook son Inbox, en Instagram y Twitter son mensajes directos.

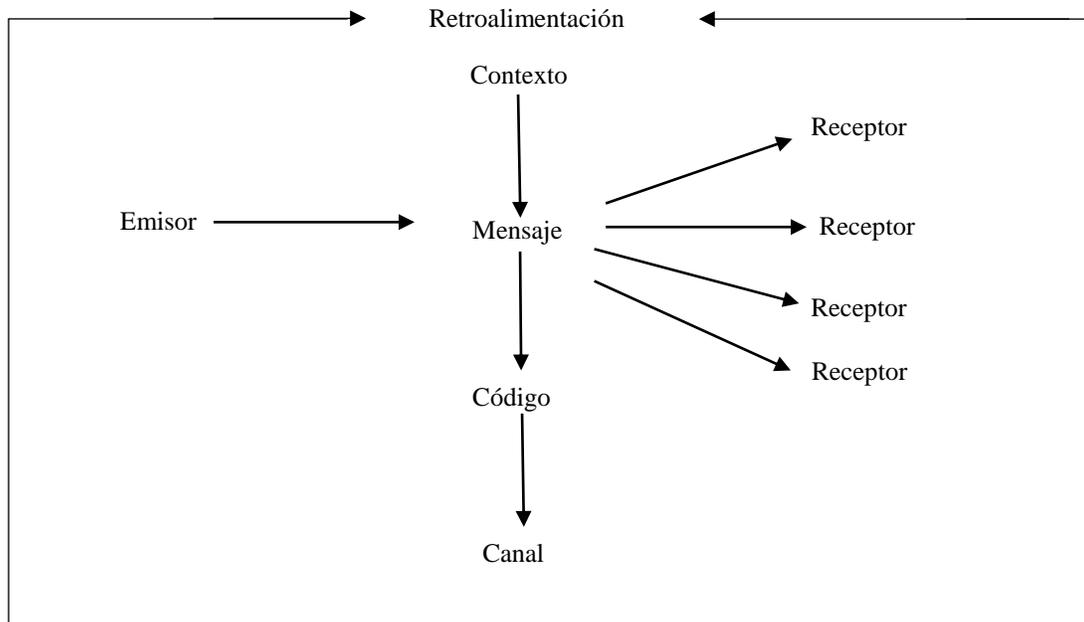
Gráfica 18. ¿Qué herramientas utilizas para comunicarte?



Fuente: elaboración propia.

El proceso comunicativo que se utiliza en las redes sociales básicamente es el mismo que describe Warley (2010) la diferencia de que el receptor ya no es uno sino más de uno. (Cuadro 6) En donde el *emisor* es el internauta, el *mensaje* es la información que se transmite (fotografía, imagen, estado, vídeo, etcétera); los *receptores* son los amigos y/o seguidores; el *código* es el lenguaje que utiliza (si lo escribe en algún idioma -inglés, francés- o por medio de signos o emoticones [:], :(o 😊, 😊); el *canal* que es la publicación del mensaje (muro de publicaciones); El *contexto* es la red social y la *retroalimentación* son las reacciones al mensaje (comentarios o me gusta).

Cuadro 6
“Proceso Comunicativo”



Elaboración propia a partir de la fuente Warley (2010 p. 26)

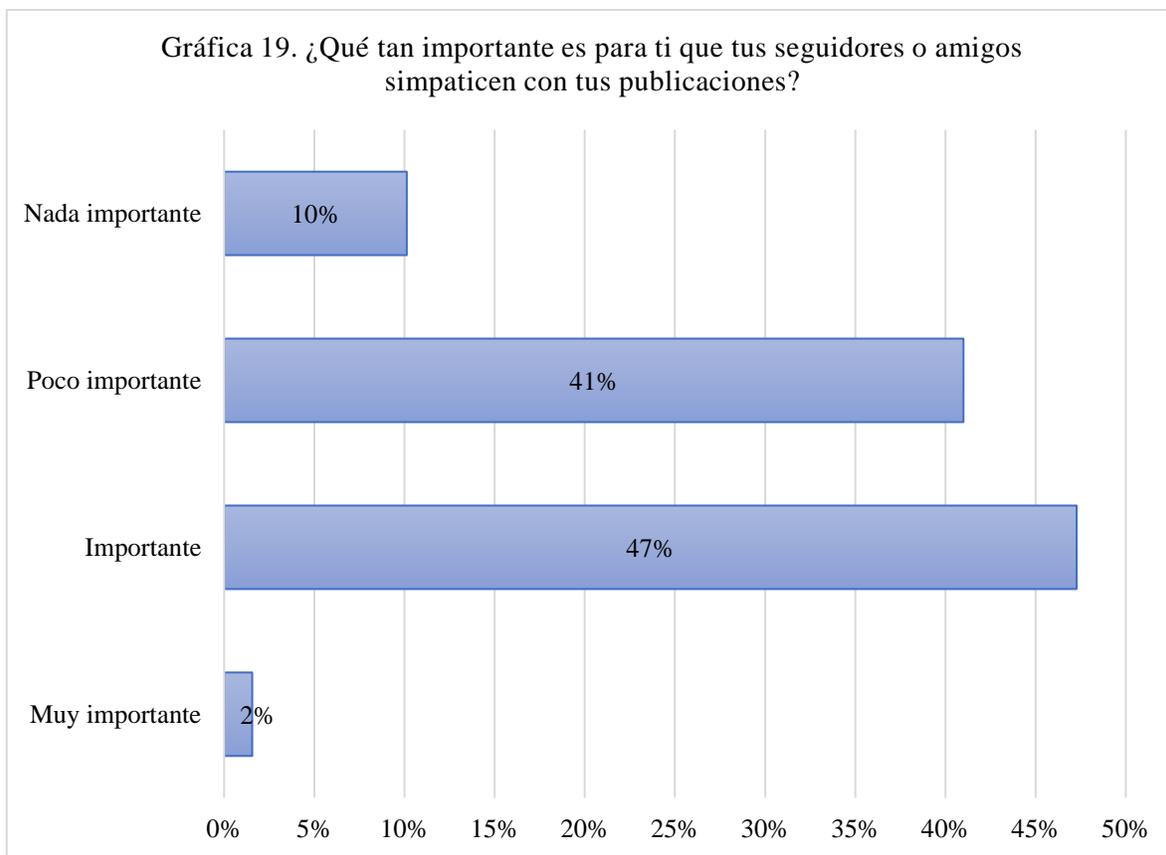
Por otro lado, también existe la significación “que es la producción humana de signos. Un signo puede distinguirse de otras objetivaciones por su intención explícita de servir como indicio de significados subjetivos” (Berger y Luckmann, 2012, p. 52), es decir, que el mismo individuo puede crear signos el cual tiene como propósito indicar un significado de índole subjetivo en donde el otro y yo lo reconocemos y aceptamos el significado otorgado y que se produce para ser comprendido por los demás individuos, el cual quedará como un vestigio objetivo de su intención primaria.

Es menester mencionar que la forma de comunicarse en las redes sociales descritas es escrita y la no verbal, asimismo y conforme a la *pirámide de la comunicación* el tipo de comunicación que se establece son las siguientes:

- *La comunicación interpersonal.* Es aquel diálogo que se da con otros individuos, por ejemplo: la plática de dos amigos sobre qué hicieron durante sus vacaciones, la conversación de los novios sobre qué película ver en el cine. En otras palabras, es cuando interviene otro individuo y se lleva a cabo el proceso educativo antes descrito.

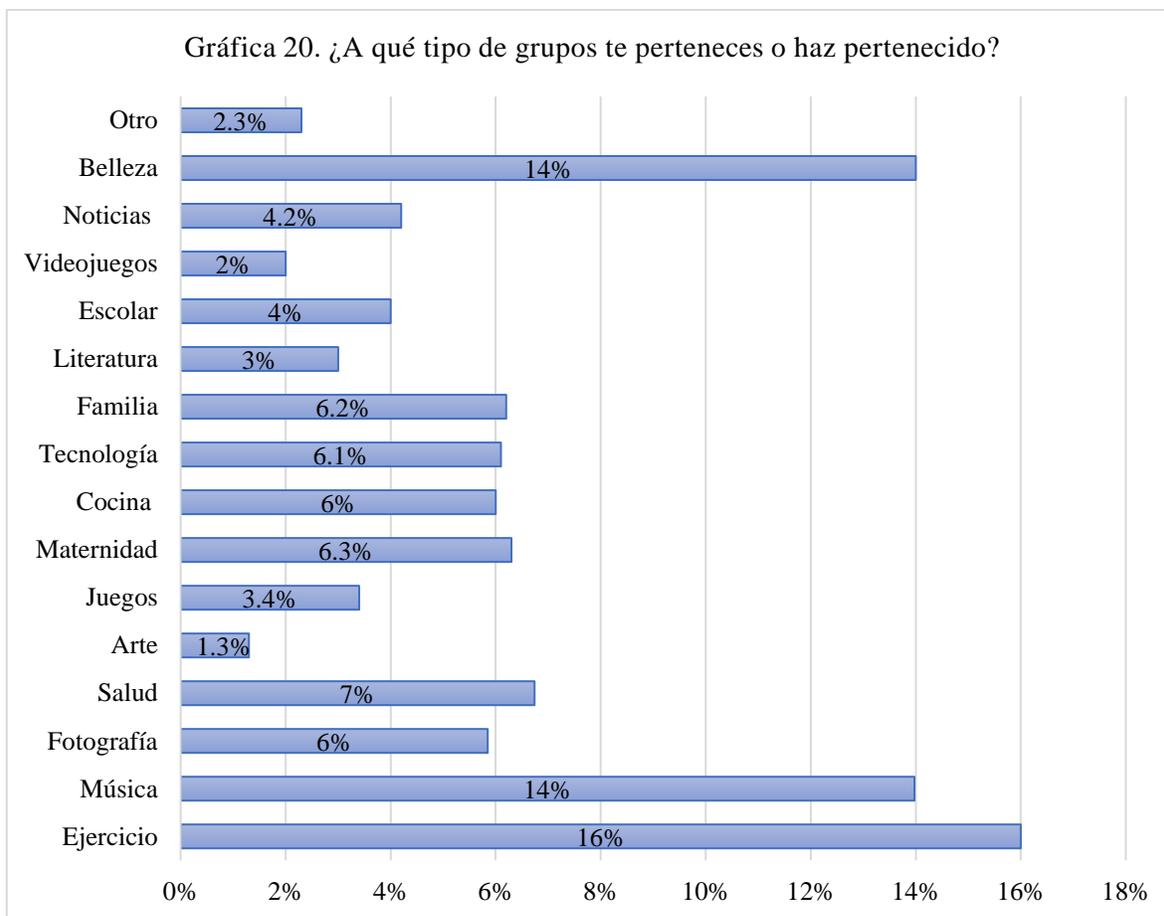
- La *comunicación intragrupal*. Son aquellas conversaciones que se entablan con más de una persona o un conjunto de ellas, pero este grupo es cerrado, en donde la participación de cada uno de ellos es igual. Ejemplos de este tipo de comunicación es la familia núcleo, un grupo escolar que deben tomar una decisión sobre qué lugar irán al graduarse (Warley, 2010, pp. 46-47).

El sexto aspecto trata sobre qué tan importante es para el usuario que sus seguidores y/o amigos simpaticen con sus publicaciones y los resultados se muestran en la gráfica 19 donde se observa que el 47 por ciento considera que le es “importante”, el 41 por ciento les es “poco importante”, el 10 por ciento “nada importante” y sólo el 2 por ciento le “es muy importante” que sus contactos simpaticen con la información que comparte en las redes sociales. La trascendencia que tiene esta pregunta es para saber el alcance y la representatividad del usuario ante su audiencia, la empatía que muestren sus amigos y/o seguidores en cuanto a sus publicaciones será significativo para el internauta ya que a mayor porcentaje de “me gusta” el usuario junto a la información compartida los convertiría en tendencia o virales y eso en las redes sociales es llegar al punto máximo; así pues como se mostró en la gráfica 13 el tipo de publicaciones más populares son aquellas que tienen que ver con gráficos de humorísticos y noticias.



Fuente: Elaboración propia.

El siguiente indicador a analizar es sobre la pertenencia a grupos en las redes sociales, es importante señalar que estos grupos se forman a partir de intereses, gustos y preferencias por parte del internauta, además estos grupos pueden encontrarse públicos y privados, en el primero el usuario puede agregarse al grupo sin ningún requisito y en el segundo caso el interesado solicita la aprobación para ser miembro y en ocasiones tiene que firmar acuerdos, normas y/o reglas de convivencia para poder integrarse, lo anterior se deberá al tipo de grupo al que se quiera entrar. Para saber si los encuestados pertenecían a uno o más de estas agrupaciones en la encuesta se diseñaron dos preguntas: la primera responde sí se pertenecía a algún grupo y la segunda en caso de haber contestado que sí, se le cuestionó a qué tipo de grupo pertenecía; los resultados de la primera pregunta fue que el 36 por ciento dijo que no era integrante de ninguna colectividad, por otro lado el 64 por ciento si era miembro de algún o algunos grupos, en la gráfica 20 se exponen grupos más comunes en las redes sociales.



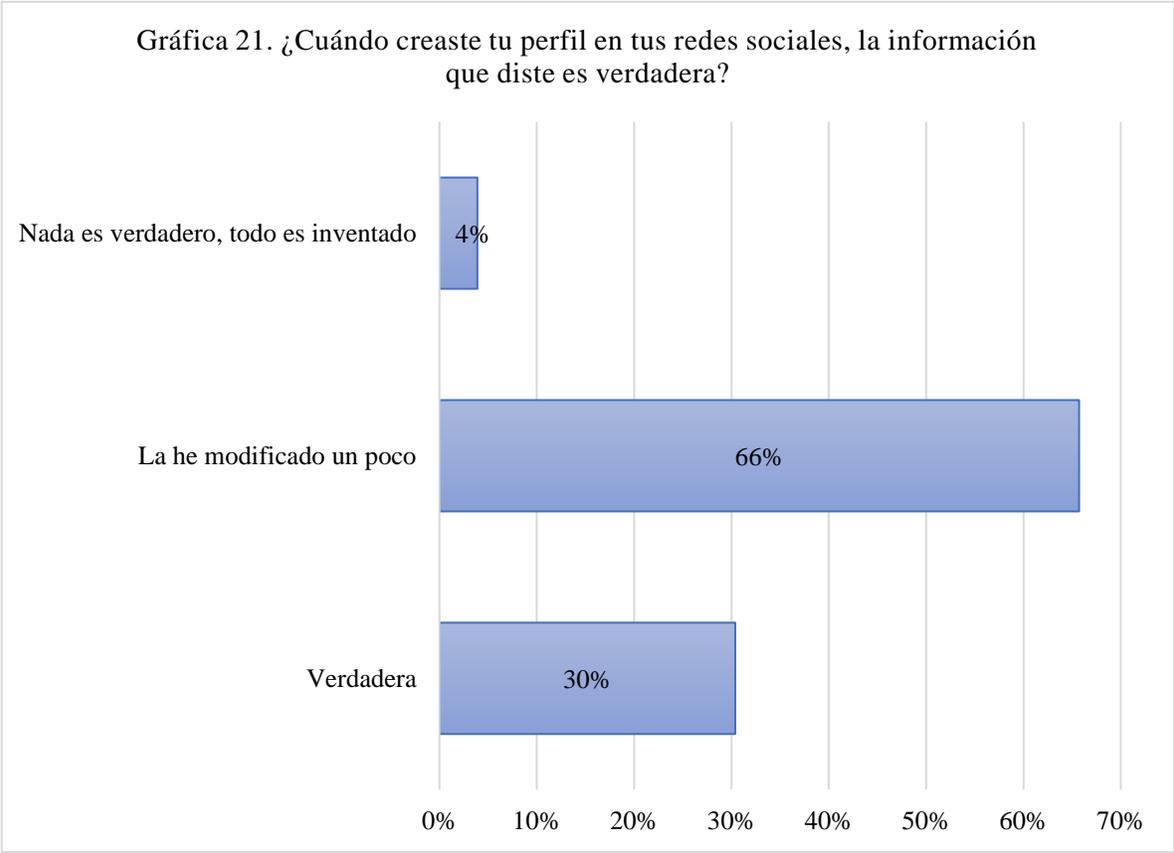
Fuente: Elaboración propia.

Como se puede ver en la gráfica existe una gran variedad de grupos (ejercicio, música, salud, fotografía, arte, juegos, maternidad, cocina, tecnología, familia, literatura, escolar, videojuegos, noticias, belleza, deportes, por mencionar algunos) es por ello que se les presentó a los encuestados los de mayor búsqueda en las redes sociales, donde destacaron los que tienen que ver con apariencia física como ejercicio con 16% y belleza con 14%, también los grupos que se asocian con la música presentaron preferencia entre los encuestados con 14%. Es menester mencionar que en la segunda pregunta los encuestados podían elegir más de una opción, entonces se deduce que los usuarios de redes sociales se encuentran registrados mínimo en cuatro grupos.

De acuerdo con lo que dice Berger y Luckmann (2012) se puede interpretar que la creación de estos grupos son *esquemas tipificadores*, que son aquellos conceptos que se aprenden y

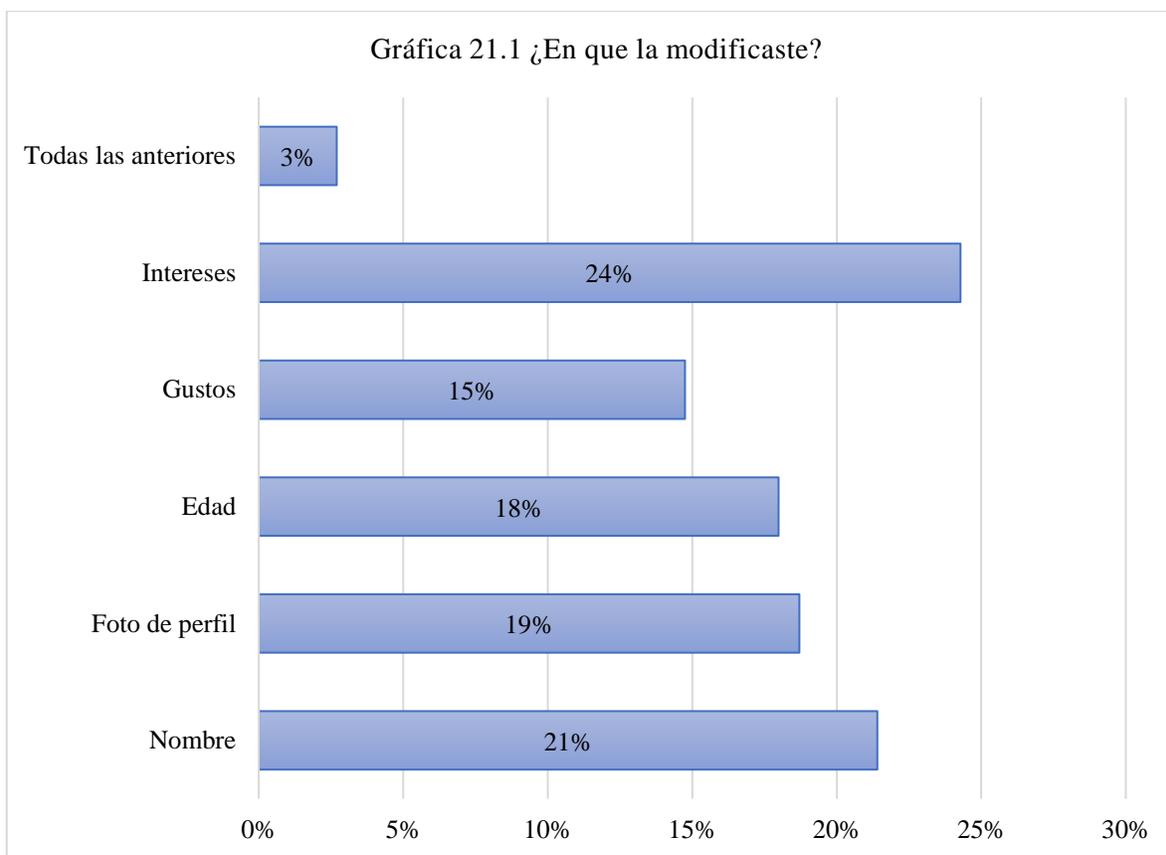
emplean al momento de interactuar con otros individuos, estos conceptos ayudan a saber cómo tratar a los integrantes de grupo en el que sea miembro el individuo.

Respecto al tema de identidad, se le preguntó al entrevistado sobre la información que se muestra en su perfil si esta es verdadera, modificada o totalmente falsa; y en el caso de haber optado por las últimas dos respuestas se cuestionó qué cambios realizaron. Los resultados que se obtuvieron se reflejan en la gráfica 21 donde se puede notar que el 66 por ciento modificó su información; el 30 por ciento respondió que su perfil cuenta con datos verdaderos y el 4 por ciento que la información proporcionada es completamente falsa. En este punto es necesario indicar que la red social le permite al usuario poder exponer información necesaria. El contenido y la veracidad de la información dependerá del individuo ya que él tiene la decisión de qué tanto exponer de sus características reales.



Fuente: elaboración propia.

La información que se muestra en la gráfica 21.1 vislumbra que son los intereses la información que más modifica el usuario con 24 por ciento, el nombre el segundo dato que se cambia con 21 por ciento, la foto de perfil con 19 por ciento y la edad con 18 por ciento; los gustos con el 15 por ciento, y con un porcentaje menor del 3 por ciento deciden por cambiar todos estos puntos cabe mencionar que este último porcentaje se relaciona con el 4 por ciento que comunicó que su perfil era completamente falso.



Fuente: elaboración propia.

No hay duda que el individuo no presenta en las redes sociales su verdadero “yo” real sino que este “yo” sufre algunas modificaciones las cuales van desde la alteración morfológica del nombre y/o que el nombre sea falso; que los cambios en los intereses y gustos de la persona dependan ya sea porque éste crece o para ser aceptado en alguna colectividad; respecto a la foto de perfil existen aplicaciones donde puedes editar las fotografías para hacerlas más agradables ante la visión del individuo ya que mediante ellas puede modificar

aspectos de su físico así como añadirle filtros para que esta parezcan foto profesionales y la edad depende si el usuario no quiere que se sepa su edad real o que esta sea un requisito para poder entrar a una colectividad virtual. Todas estas modificaciones pueden deberse a varios factores por mencionar algunos se encuentra la aceptación del otro, por seguridad, por popularidad entre las redes y por trabajo.

La construcción de la identidad en las redes sociales desde la perspectiva de Goffman (1981) es que el individuo la crea a partir de las diversas interacciones que establece en estos medios. Estas interacciones conducen al individuo a definir qué impresión proporcionar a sus espectadores, los cuales adquirirán información de esa impresión para saber qué esperar de él y cómo actuar. Entonces, cuando el individuo crea su perfil en las redes sociales se habla de la construcción de una máscara ya que está proyectando un concepto de sí mismo; las fachadas son las publicaciones que realizan en Facebook, Twitter o Instagram (que serían los medios). En cuanto a la fachada personal es la información que proporciona el individuo en su perfil lo que ayuda al otro a identificarlo, por último, cuando se establece una retroalimentación de comentarios en las publicaciones del individuo se estaría hablando de la realización dramática ya que éste respondería de acuerdo con lo que quiere informar. En resumen, las redes sociales es la obra teatral donde el individuo actúa uno o varios papeles ante espectadores, donde ambos actores obtienen información para saber cómo reaccionar y actuar.

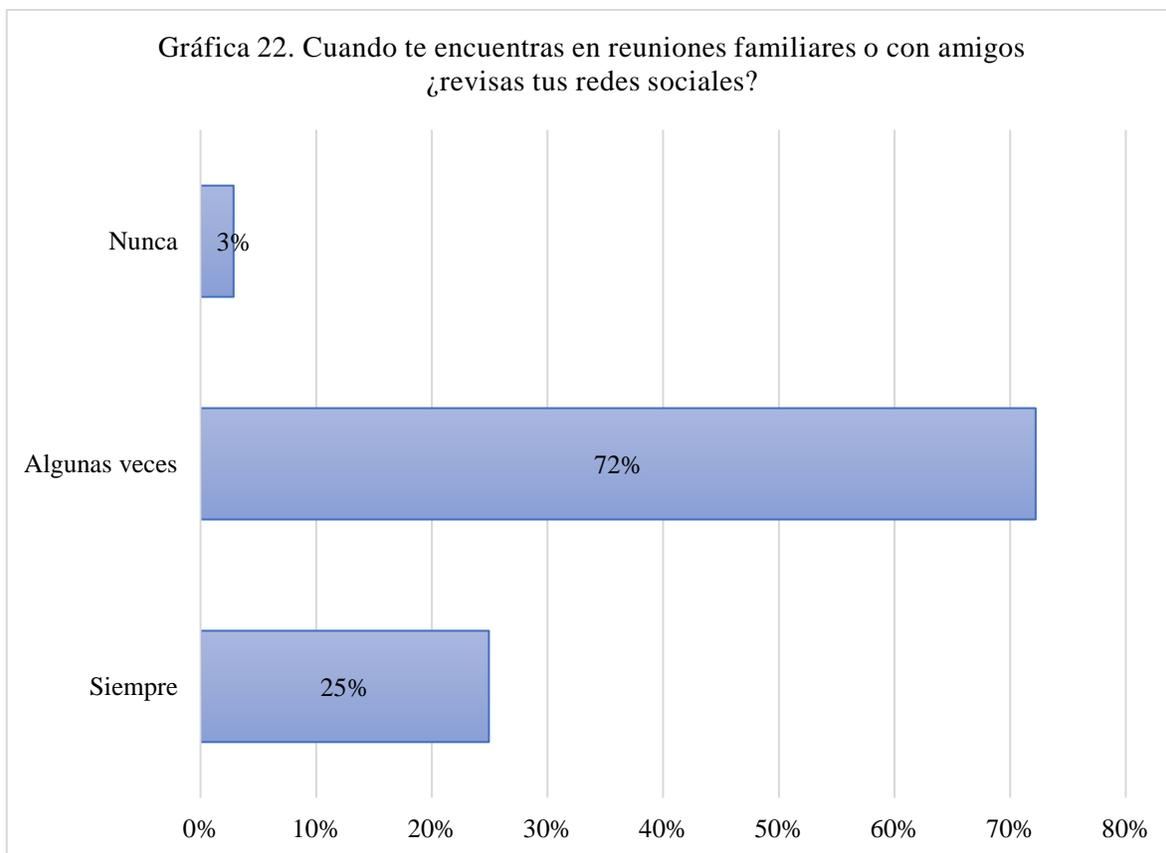
Como se abordó en el primer capítulo la identidad es el proceso mediante el cual el individuo construye sus significados y se reconoce a sí mismo (Castells, 2004), mediante esta construcción el individuo busca establecer identificación con el otro, lo que produce en primer plano la interacción y posteriormente el establecer relaciones sociales. En las redes sociales la identidad del individuo también tiene la misma función; la diferencia radica en que la construcción de la identidad en estos medios es la proyección del individuo que en ocasiones es llega a ser diferente a la de su identidad en el mundo de la vida cotidiana. Esta proyección puede ser originada por el deseo de ser reconocido por otros individuos, pero también puede originarse a partir de cubrir expectativas emocionales.

No obstante, hay que mencionar que la identidad en el mundo real y en el mundo virtual no existen grandes diferencias más que el espacio donde convergen, en la primera es el mundo

físico y en la segunda es un espacio construido por el propio individuo. Así mismo, comparten elementos semejantes, como que el individuo pertenece a cada una y desempeña un rol definido; también el individuo reconoce y legitima los símbolos y códigos que surgen de ellas y los reproduce con el propósito de adquirir sentido de pertenencia, el cual puede producirse de dos maneras: la primera, es cuando el individuo se adentra a éste mundo y reproduce y comparte la representación social; segunda es que al no sentirse perteneciente a ese mundo virtual puede traer como consecuencia su exclusión, de forma que no pueda compartir opiniones, creencias o actitudes, información y/o críticas.

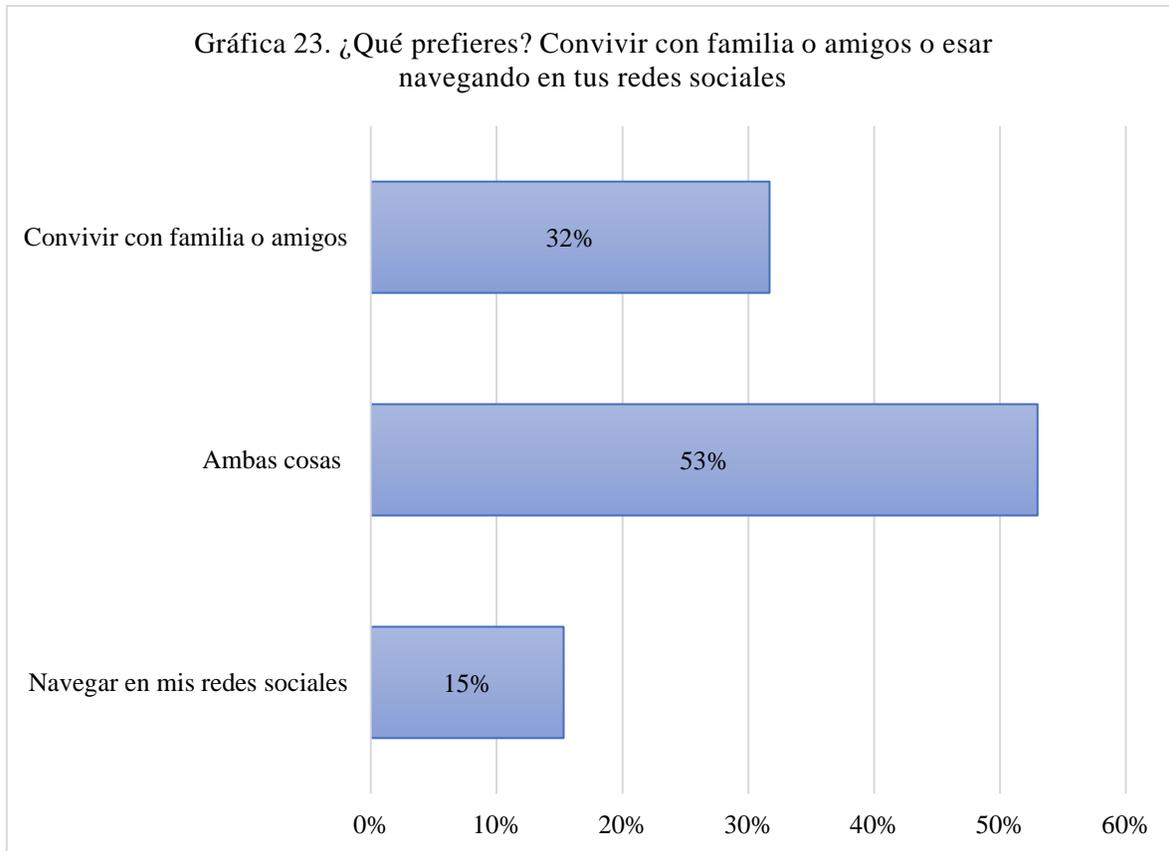
Por lo que en el mundo virtual proporciona al individuo crear identidades, donde puede modificar el nombre, edad, rasgos físicos, esto, para adoptar identidades que en ocasiones no coincide con la real, estas creaciones imaginarias forman parte del yo del individuo, porque la interioriza para legitimarlas como verdaderas, teniendo como resultado una correlación entre ambas realidades.

Hasta este punto se ha analizado porqué el individuo ha decidido usar una o varias redes sociales para comunicarse, así como para interactuar con otros. También sobre la información que comparte en ella y cómo la transmite, al igual sobre la presentación que utiliza para navegar en las redes. Ahora se prosigue a analizar cuál ha sido el impacto de las redes sociales en el comportamiento del individuo; para medir este indicador se les cuestionó a los encuestados si revisaban sus redes sociales cuando se encontraban en alguna reunión familiar o de amigos, y se obtuvo que el 72 por ciento de la población encuestada contestó que “algunas veces” revisan sus redes; el 25 por ciento que “siempre” las revisa y el 3 por ciento indicó que “nunca” las revisan (gráfica 22).



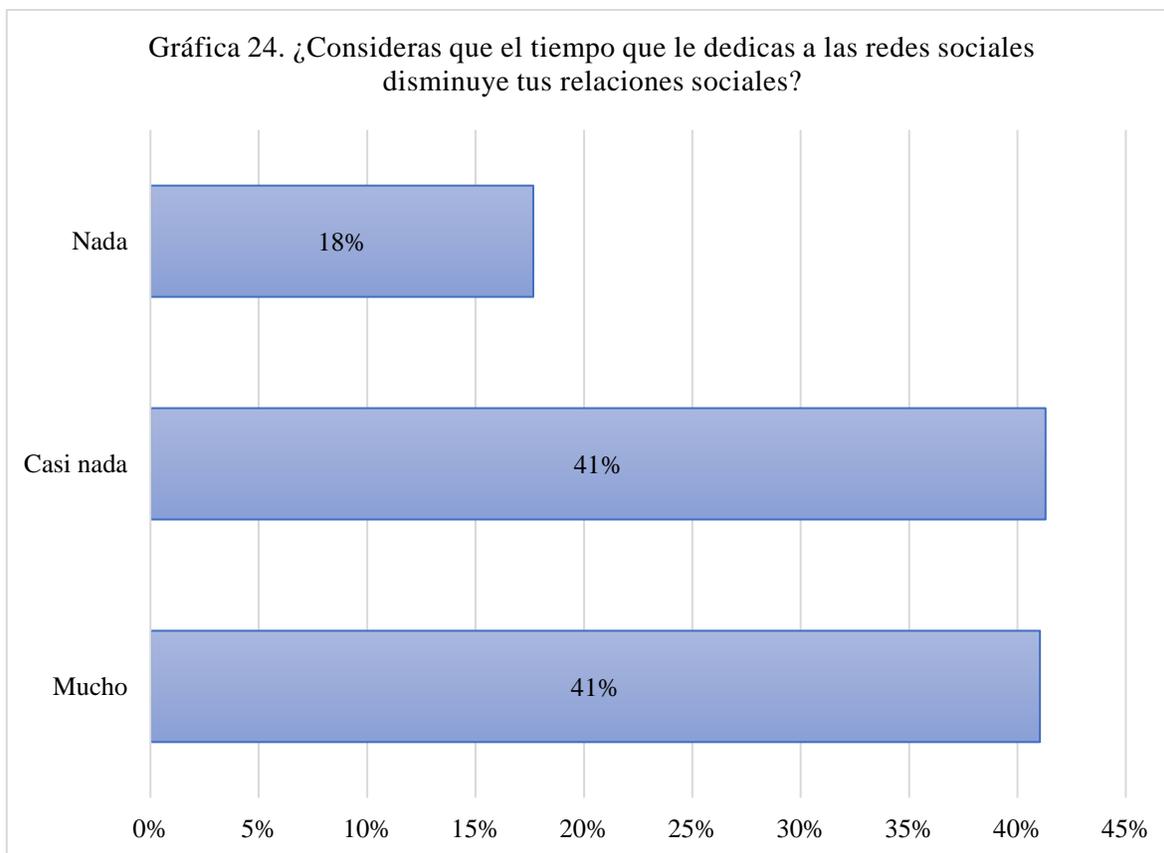
Fuente: Elaboración propia.

Siguiendo en la misma línea en la gráfica 23 se expone la preferencia de los encuestados en relación sobre que favorecían más “pasar más tiempo con amigos y/o familia” o “estar conectados en las redes sociales”, y por lo que se percata el 53 por ciento eligen realizar ambas cosas, el 32 por ciento prefieren convivir con familia o amigos y el 15 por ciento deciden estar navegando en sus redes sociales.



Fuente: Elaboración propia.

En vista de lo anterior es pertinente analizar si navegar en las redes sociales afectan las relaciones sociales de los encuestados por lo que la gráfica 24 ilustra que existe una paridad entre los que consideran que sí les afecta y los que creen que “casi nada” les afecta (41 por ciento), se podría decir que al mayor contacto con las redes sociales la interactividad social del individuo se verá afectada, en otras palabras, la interacción del individuo con el otro va disminuyendo al grado que el individuo decida aislarse de su entorno social real.



Fuente: Elaboración propia.

En las gráficas 22, 23 y 24 se observa el dinamismo del individuo en las redes sociales y es evidente que se encuentra en un estado activo, como se ha externado en el capítulo dos que la vinculación entre la tecnología y la sociedad ha dado origen a *la sociedad informacional*, la cual es la que se encuentra conectada a la red.

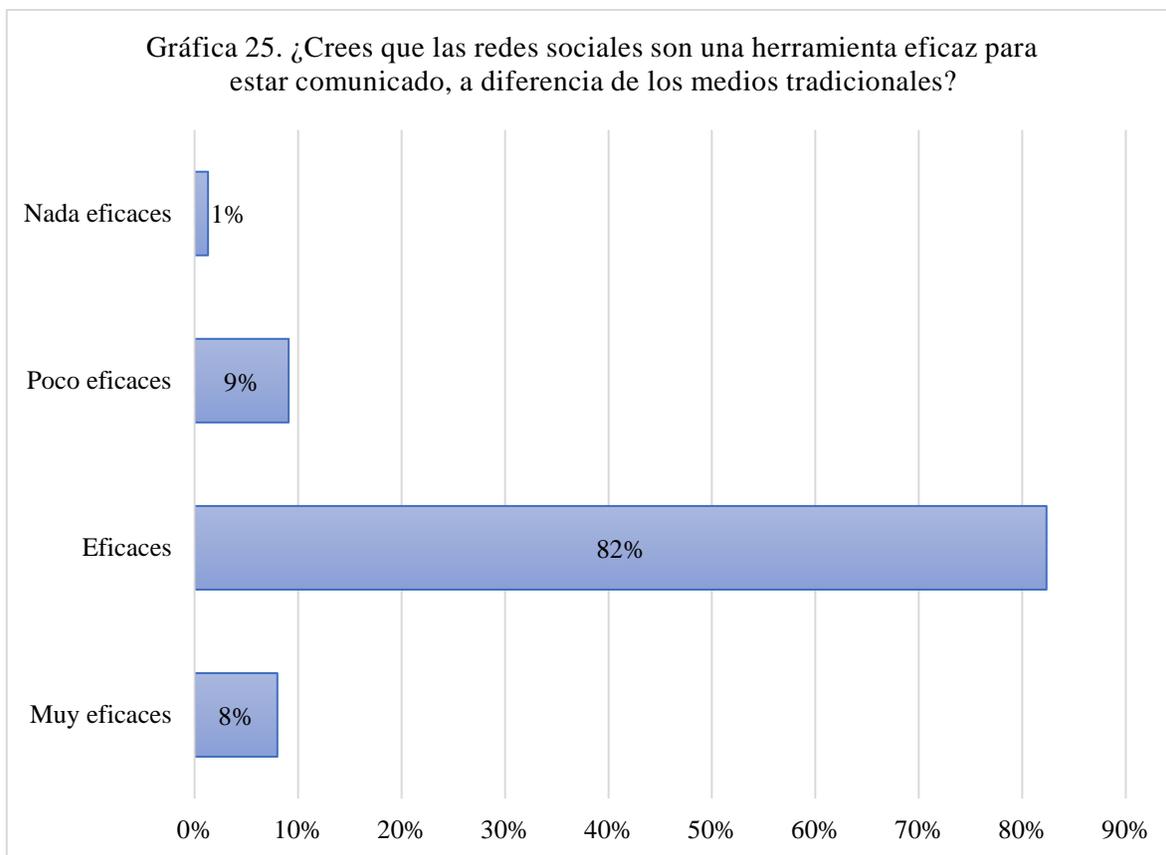
Esta sociedad es la que se encuentra relacionada con alguna innovación tecnológica y con la Internet, sin embargo, existe un paralelismo con otra estructura social denominada *sociedad red* la cual Manuel Castells menciona que es “aquella cuya estructura social está compuesta de redes potenciadas por tecnologías de la información y de la comunicación basadas en la microelectrónica.” (2006, p. 27) La diferencia entre ambas sociedades es que la sociedad informacional es la estructura social que vincula casi todas sus actividades cotidianas con alguna herramienta tecnológica o digital; y la sociedad red es la estructura social en donde su relación con la tecnología y la Internet es de forma más vital que en la primera, porque en la sociedad red todas las actividades que realice el individuo tendrán que estar vinculadas y

representadas en los medios electrónicos y en los medio digitales. Esta estructura social ha incorporado la Internet como una herramienta elemental para el desarrollo de sus actividades, en especial las redes sociales, ya que el individuo ha optado por utilizarlas como medios de comunicación, de interacción, entretenimiento, de manifestación de ideas, de ideologías, como fuente de información, entre otras.

El vínculo que han establecido los individuos con las redes sociales puede asemejarse como una necesidad primaria, ya que desde que se despiertan hasta que duermen el individuo se encuentra conectado ya sea a través de un mensaje de buenos días, de un comentario, de un me gusta o una reacción; por medio de la información que comparte en imagen, video, meme, actividades y/o pensamientos. Esta conectividad es lo que hace al individuo vivir en la realidad virtual, en donde ser activo es una nueva forma de existir.

Para concluir con el análisis de la encuesta se finiquitó con la pregunta ¿crees que las redes sociales son una herramienta eficaz para estar comunicado, a diferencia de los medios tradicionales? A lo que se respondió que el 82 por ciento que las consideran eficaces, el 9 por ciento poco eficaces, el 8 por ciento muy eficaces y sólo el uno por ciento las considera nada eficaces (gráfica 25).

En comparación con los medios de comunicación tradicionales (televisión, radio, periódico y/o revistas) una de las ventajas más representativas de las redes sociales antes los medios convencionales es que la difusión de las noticias en las redes se da de forma instantánea, es decir, se publican a los pocos minutos de haber sucedido el acontecimiento y esto es gracias a que la gran mayoría de las personas poseen un teléfono celular con cámara (smartphone), este pequeño artefacto es el que ha ayudado a que los internautas se conviertan en vigías, solo esperando a que algo suceda para poder grabarlo o transmitirlo en el preciso momento, todo ello con el propósito de informar, manifestar alguna inconformidad, denunciar algún abuso o sólo convertir un suceso en algo viral.



Fuente: Elaboración propia.

Durante la ejecución de esta investigación se observó que los individuos encuestados se encuentran vinculados fuertemente con sus redes sociales, esto porque lo ven como una herramienta indispensable para relacionarse con sus semejantes y comunicarse con ellos, asimismo, el tiempo y el espacio juegan un papel importante para que estas acciones se faciliten, ya que las líneas de espacio y tiempo se ven borrosas porque ahora la interacción y la comunicación del individuo se exponen en espacios y tiempos diferentes.

Actualmente las redes sociales se han convertido en estilo de vida para los individuos ya que se involucran en el desarrollo de sus actividades, podría decirse que son nueva extensión del desarrollo del individuo ya que a través de ellas pueden integrarse a un sin número de colectividades donde se identifican por medio de algún interés en común, asimismo construyen su propio lenguaje el cual se sirve para entrar en sintonía en el mundo virtual que ofrecen las redes sociales.

CONCLUSIONES

Ante los resultados obtenidos en la encuesta anterior permite construir un perfil del internauta de la Zona Metropolitana del Valle de México el cual es el siguiente:

El internauta promedio de la ZMVM es hombre de 27 a 30 años de edad con un nivel educativo de medio superior y que es procedente del Estado de México, la red social de su preferencia es Facebook y la emplea en su mayoría para su entretenimiento señalando que le proporciona aproximadamente siete horas diarias, su actividad se deduce que es activa ya que realiza de cuatro a seis publicaciones al día, asimismo la información que más comparte es la que tiene que ver con iconografías (memes), videos o gifs de humor; el motivo principal que lo lleva a compartir información es el deseo mismo de transmitirlo. Respecto a sus amigos y/o seguidores gran parte son conocidos por el usuario ya que pertenecen a su esfera local, la forma en que se comunica con ellos es a través de mensajes privados, pero también con mensajes públicos (comentarios en publicaciones); para el internauta le es importante que sus amigos y/o seguidores empaticen con sus publicaciones. Por otro lado, el perfil y la información que se expone en sus redes sociales difiere de la real, es decir, que es modificada principalmente en los intereses, nombre y edad; finalmente el usuario combina su vida y actividades de la vida real con su interactividad en las redes sociales, sin embargo, menciono que el tiempo que le proporciona a estos medios cada vez incrementa más, entonces, es el propio internauta el que menciona que si afecta en el establecimiento de relaciones sociales físicas.

Las redes sociales son un fenómeno que ha explotado a lo máximo la era de la información ya que, en toda la historia del desarrollo de la sociedad, nunca antes se había visto tal magnitud de flujo información. No cabe duda que estos medios se encuentran revolucionando todos los aspectos en la vida del individuo, algunos de estos son en el ámbito de la comunicación que incluye la manera de cómo nos expresamos a través de los medios digitales, en la interacción y del establecimiento de las relaciones sociales, así como en la construcción de la identidad del individuo; las redes sociales son el canal idóneo donde el individuo tiene el mejor acceso a la información.

Referente al flujo de información que se encuentra cada día en la red es importante de señalar, ya que esta información (gustos de películas, música, intereses, pensamientos, ideologías o estados de ánimo) que se comparte en las redes sociales se convierte en información pública aunque esta siga siendo de índole personal, en otras palabras, cuando una persona comparte su estado de ánimo en alguna red social como Facebook esta queda plasmada de forma pública, esto es porque la información que el usuario compartió en su red social queda a disponibilidad del otro (amigo y/o seguidor) para que pueda ser compartida y al momento que el otro la comparte esta información queda plasmada en dos fuentes (la del usuario original y de quien la compartió) y también puede que en dos medios distintos (de Facebook a Twitter o viceversa) es así que a los usuarios que les agrada la información que se ha compartido, tienen la posibilidad de seguir compartiendo dicha información hasta que esta pierda su dirección de origen.

Actualmente las redes sociales se han convertido en parte esencial del día a día del individuo, debido a que casi todas las actividades que realiza se relacionan con ellas; desde que se despierta hasta que se duerme el individuo tiene la necesidad de publicar algo ya sea un mensaje de buenos días o de buenas noches, esta necesidad imperante puede traducirse en que el individuo siente satisfacción al sentirse presente en el mundo virtual, esta satisfacción a nivel emocional hace sentir al individuo importante y esta importancia es porque se sabe leído, es decir, aceptado. El saberse reconocido y legitimado por el otro hace que el individuo desarrolle el sentido de aceptación e identificación con el otro, todo ello gracias a los “me gusta” de las redes sociales.

La existencia del individuo en la realidad virtual provoca que éste se muestre públicamente tanto físicamente y emocionalmente, el describir cada actividad que se realice aunque ésta sea muy mínima produce que el individuo se vea obligado inconscientemente a estar revisando constantemente sus redes sociales para evaluar su presencia; esta evaluación se realiza a través de comentarios, las veces que se comparta y las reacciones que este provoque entre sus agregados; el nivel de presencia que produzca el individuo definirá la existencia de éste en la red, ya que actualmente existir en la sociedad red se ha convertido en una parte esencial de la vida cotidiana del individuo.

Como se ha mencionado las redes sociales han modificado varias áreas del desarrollo del individuo una de ellas es en la comunicación; también la comunicación entre los individuos se ha visto innovada, modificada y alterada. Como bien se explicó en el capítulo dos, el desarrollo de la tecnología ha traído consigo una multitud de innovaciones en la ciencia, en la electrónica y en la informática.

Hoy en día es muy difícil encontrar individuos que no cuenten con alguna red social, como lo he señalado una de las principales redes sociales es Facebook, seguida de Twitter e Instagram. Estos nuevos medios de comunicación han coadyuvado al asequible acceso de la información ya que esta se encuentra muy fácil a través de un clic. Con la facilidad con la que entramos a la Internet esta nueva forma de mantenerse informado se ha convertido en la más importante, ya que el tiempo y el espacio se han visto modificados, pues redes sociales como Facebook y Twitter brindan la oportunidad de poder transmitir y compartir cualquier acontecimiento que acontezca en la vida del individuo o en el mundo con amigos y/o seguidores no importando que estos se encuentren en otro lugar muy diferente al de él. Las líneas de espacio y tiempo cada vez más se vuelven intangibles debido a la accesibilidad que brindan las redes sociales para mantenerse comunicado; los medios digitales han permutado la forma de comunicarse del individuo con su sociedad tanto que lo han dotado de nuevos canales, códigos y lenguaje.

Respecto a la modificación y a la alteración que ha sufrido la comunicación humana gracias al auge de las redes sociales, es, como se mencionó en el párrafo anterior los medios digitales han proporcionado al individuo de tres características nuevas: el primero de ellos son los canales ya que la publicación de la información se figura en una base digital (muro, en caso de Facebook); en cuanto a los códigos he explicado que el individuo tiene la capacidad para otorgar significado e interpretaciones a símbolos, en el caso de las redes sociales el uso de emoticonos creados por el propio individuo para poder expresarse a través de ellos emociones, sensaciones o sentimientos que han originado que no se necesite palabras textuales para que el otro lo comprenda, puesto que es el individuo quien los crea éste ya los interioriza y los comprende al instante, sin embargo, hay que mencionar que la interpretación que les den a este tipo de simbologías dependerá del contexto en el que se encuentre el individuo para su apreciación. Simultáneamente la alteración del lenguaje en las redes

sociales reside en que se han producido nuevas palabras que derivan del uso de estas últimas: *stalkear, twitear, twit*.

El uso de algún medio electrónico digital ha contribuido a comunicarse con amigos, familiares y con conocidos sea de una forma más fácil, sencillo, rápido y práctico, puesto que las redes sociales ofrece la herramientas suficientes para que esto suceda, ya que hoy en día la mayoría de personas cuenta con un artefacto tecnológico que permite el acceso a redes sociales, es así que la publicación de información en estos medios es de forma inmediata, es decir, se informa al momento en que ocurrió o esté ocurriendo y es por eso que el individuo lo considera un medio de comunicación eficaz, y le proporciona ventajas respecto a los medios tradicionales, esta ventaja ha ocasionado que cada vez más crezca el número de usuarios de redes sociales, no obstante, se tiene que mencionar que no toda la información que circules en las redes es siempre verídica. Es así que los símbolos y el lenguaje abreviados se muestran como un signo de identidad de esta sociedad, el nuevo lenguaje, así como el uso emoticones, suministra el manejo de esta plataforma y condesciende a los individuos a situarse en grupos lo que les permite sentirse identificados con sus amigos y/o conocidos.

Dos temas que se relacionan con la comunicación en las redes sociales es la interacción y la construcción de relaciones sociales en ellas. La interactividad en la redes sociales se presenta con mayor fluidez gracias a la comunicación múltiple que se ostenta en ella, porque las redes sociales permiten que varios individuos se encuentren conectados al mismo tiempo consintiendo que puedan relacionarse al instante, esto es, que por medio de una noticia que se encuentre publicada o una que ellos mismo publiquen se interactúa de forma directa a través de los comentarios que se deriven de esta información, por ello puedo decir que el usuario no interactúa con la red social sino con la información que generan sus propios usuarios.

La interacción en Facebook, Twitter e Instagram es semejante a la que ocurre en la vida real, lo que diferencia es que en estos sitios no se necesita estar “cara a cara” para poder relacionarse, no obstante, el individuo lo legitima al momento de reconocerlo como “otro” sin necesidad de conocerlo físicamente ya que para él en esa realidad alterna es “real”. Los integrantes de estas redes sociales conforman lo que Manuel Castells (2006) llama sociedad red, puesto que siempre se encuentran conectados a la red, en este sentido esta sociedad crea

sus propias normatividades las cuales se encuentran de forma explícita e implícita las cuales determinan el comportamiento del individuo en ellas, en este sentido, la comunicación que se genera en ellas es de forma hipertextual lo que ha llevado que autores como Joseph Walther (2007) llamen a este tipo de comunicación híperpersonal.

Este tipo de comunicación le ha brindado al individuo interactuar sin necesidad de encontrarse cara a cara, pues encuentra en esta nueva forma de relacionarse mayor practicidad ya que no tienen que pasar con obstáculos o incomodidades como suele suceder en la interacción presencial, es por ello que uno de los motivos ocultos del consumo de redes sociales entre los individuos es la facilidad de relacionarse con el otro, puesto que se han apropiado de esas reglas lo que contribuye a que se puedan percibir y presentarse de formas diferente a la real, puedo deducir que es una nueva forma de ser. Esta nueva forma de ser beneficia al individuo al otorgarle la oportunidad de poder recrearse en diferentes roles lo que ayuda a poder apreciar de forma diferente el comportamiento del otro, así como manifestar sus emociones y sentimientos.

En esta lógica, la recreación en las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram cobran sentido cuando concede al individuo jugar con diferentes formas de ser y de hacer, esto debido a que éstas se prestan para la fabricación de identidades virtuales, las cuales sabemos que pueden ser muchas veces ficticias ya que sólo son la idealización del querer ser del individuo; estas identidades virtuales que convierten al individuo en el sujeto virtual favorecen la sensación de libertad al no sentirse presionado de cómo debería actuar en la interacción cara a cara. La intersubjetividad que adquirimos al manejar redes sociales nos habilita la capacidad de encontrarnos y reconocernos con el otro y viceversa dentro de un mismo contexto; con estas nuevas realidades alternas que favorecen la construcción de la identidad virtual origina nuevas formas de sociabilidad para el individuo.

La significación de las interacciones en las redes sociales se ven influenciadas por características de los individuos al sentirse existentes dentro de esta realidad, las manifestaciones que éste expresa en sus redes buscan un fin principal el cual es el reconocimiento social, ya que cada vez que reciben un “me gusta”, o recibe reacciones en sus estados así como las veces que es compartida, originan el sentido de pertenencia y aceptación y esto ayuda al establecimiento de relaciones sociales empáticas. Entonces se

presume que el simple “me gusta” tiene la capacidad y alcance del reconocimiento y de la aceptación social.

Las Tecnologías de Información y de la Comunicación han originado un nuevo paradigma y este es que a partir de estas nuevas formas de apropiación ha iniciado a entonarse nuevas formas de expresión y de interacción, puesto que la vinculación que realiza cada día el individuo con las redes sociales gesta la creación de nuevos entornos virtuales. En este sentido, el inconsciente social del individuo lo ha dirigido a entrar a estos entornos virtuales con el propósito de buscar la aceptación social apropiándose de una estructura de interacción determinada por los mismos sujetos virtuales, y que a través de la formación de identidades y del consumo de redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram han convertido a los medios digitales como la fuente principal de interacción.

En vista de lo revisado se concluye que las redes sociales no son entidades aisladas, sino que son un sistema de interrelaciones e interacciones, así como de comunicación complejas, en donde la representación social del individuo se construye a partir de las relaciones sociales que de ellas emanan. Cabe mencionar que estos medios digitales han ido en aumento por su practicidad para comunicarse, sin embargo, en cuestión de la interacción y de la construcción de relaciones sociales comienza modificarse, puesto que la configuración de identidades en el mundo virtual puede atraer como consecuencia que el individuo desconozca su yo real ya que la identidad virtual que construye en una proyección de lo que él quisiera ser, pues las redes sociales le permite desconectarse de *yo real* para conectar su *yo virtual* a la red.

Respecto a la interacción cara a cara, esta comienza a disminuir debido a que el individuo concentra su atención en un dispositivo móvil lo que provoca que no preste atención a quienes y qué este a su alrededor y se aisle de su entorno social físico. Sin en cambio, su sociabilidad aumenta debido a que las redes sociales abren el panorama para conocer a nuevos individuos, en cuanto a los individuos con los que ha establecido alguna relación social fuera de los medios sociales, sólo se han transfigurado a un plano digital para continuar con su interacción.

En el tema de la comunicación se visto transformada en el aspecto que se han surgido herramientas que han facilitado que esta se desarrolle de una forma más visual, a través de imágenes, emoticones, gifs y memes en donde el individuo le ha proporcionado un significado el cual es entendido por los miembros de las redes sociales. Lo único en lo que ha cambiado respecto al proceso comunicativo, es que el receptor del mensaje ya no sólo va dirigido a un solo individuo, sino que su recepción abarca a una audiencia más extensa y generalizada.

Para finalizar, esta investigación fue el primer acercamiento de un trabajo de campo y las dificultades que están traen, pero que deja un sin número de aprendizajes que ayudan a la formación de una investigadora social, el tema de redes sociales es extenso, el cual se puede mirar desde perspectivas y campos de estudios diferentes. Por ello abre un abanico de líneas para su estudio pues en el desarrollo se encontraron con diversas variables que se relacionaban con ella. Algunas de estas variables es que las líneas que dividen la esfera de lo privado y lo público quedan diseminadas al momento de que el individuo decide publicar información personal, es decir, que queda expuesto. También otra variable que surgió es como las redes sociales afectan en cuestiones de salud tanto físicas como psicológicas, puesto que en el momento de buscar fuentes de información se encontró que estas influyen en el estado de ánimo del individuo como siente felicidad, tristeza, frustración, ansiedad, entre otras; en cuanto a la salud física la falta de sueño y el colocarse en malas posturas. No hay duda de que el tema de las redes sociales abre un abanico de nuevos estudios que es su posterioridad puedan ser retomadas.

FUENTES DE CONSULTA

- Berger, P. y Luckmann, T. (2012). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Castells, M. (2004). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Vol. I: la sociedad red*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2006). *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Alianza Editorial.
- Giddens, A. (1998). Elementos de la teoría de la estructuración. En Giddens A., *La constitución de la sociedad*. (págs. 39-75). Buenos Aires: Amorrortu.
- Giddens, A. (2001). *Consecuencias de la modernidad*. Madrid: Alianza.
- Goffman, E. (1981). *La representación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Hampton, K. (2006). La sociabilidad en red dentro y fuera de la web. En Castells, M., *La sociedad red. una visión global*. (págs. 275-292). Madrid: Alianza Editorial.
- Heller, A. (1977). *Sociología de la vida cotidiana*. Barcelona: Península.
- Hernando, L. (1995). *Introducción a la teoría y estructura del lenguaje*. Madrid: Editorial Verbum.
- Kuhlmann, F y Alonso, A. (2002). *Información y telecomunicaciones*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Marqués, M. y Muños, M. (2014). Analisis de redes sociales: definición y conceptos básicos. En Del Fresno, M. Marqués M. y Punero, D. *Conectados por redes sociales. Introducción al análisis de redes sociales y casos prácticos* (págs. 21-55). Barcelona: UOC.
- Martínez, L., Leyva, M. y Félix, L. (2014). Qué es el ciberespacio. En Martínez L. Ceceñas, P. y Ontiveros, V. *Virtualidad, ciberespacio y comunidades virtuales* (págs. 44-92). México: Red de Durango de Investigadores Educativos A.C.

- Mason, R. (1990). Conferencias por computadora en educación a distancia. En Bates, T. *Medios y tecnología en la educación a distancia europea* (págs. 221-226). Heerlen: Asociación Europea de Universidades Docentes a Distancia.
- Sapir, E. (1954). *El lenguaje: introducción al estudio del habla*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Schütz, A. (2003). *El problema de la realidad social*. Buenos Aires : Amorrortu.
- Schütz, A. (2003). *Las estructuras del mundo de la vida*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Schutz, A. y Luckmann, T. (2003). El mundo de la vida cotidiana y la actitud natural. En *Las estructuras del mundo de la vida* (págs. 25-40). Buenos Aires: Amorrortu.
- Tubella, I. (2006). Televisión, Internet y elaboración de la identidad. . En M. Castells, *La sociedad red: una visión global* (págs. 465-483). Madrid: Alianza Editorial.
- Warley, J. (2010). *¿Qué es la comunicación? ¿Qué son los medios de comunicación?* Buenos Aires: Biblos.

MESOGRAFÍA

- Aguilar, D. y Said, E. (2010). Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook. *Revista del Instituto de Estudios en Educación Universidad del Norte*, (12), pp. 190-207. Obtenido el día 30 de mayo de 2015 en cientificas.uninorte.edu.co/index.php/zona/article/download/1145/725
- Aguirre, J. (2004). Ciberespacio y comunicación: nuevas formas de vertebración social en el siglo XXI. *Espéculo. Revista de estudios literarios*, (27). Se consultó el día 20 de junio de 2015 en <https://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero27/cibercom.html>
- Avogadro, M. (2007) Glosario de nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (en línea). *Revista Razón y Palabra*. (55). Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/comunicarte/2007/febrero.html>

- Bernete, F. (2010). Usos de las TIC, relaciones sociales y cambios en la socialización de los jóvenes. *Revista de Estudios de Juventud*, (88), pp. 97-114. Obtenido el 14 de octubre de 2016 en <http://www.injuve.es/sites/default/files/RJ88-08.pdf>
- Capilla, E. y Cubo, S. (2017) Phubbing. conectados a la red y desconectados de la realidad. Un análisis en relación al bienestar psicológico. *Revista de Medios y Educación*, (50), pp. 173-185. Obtenido en la base de datos de Redalyc en <http://www.redalyc.org/pdf/368/36849882012.pdf>
- Campos, Y. (1999) Glosario de medios de Nuevas Tecnologías de la Información. (Ensayo) *Campos del conocimiento*. Consultado en <http://www.camposc.net/0repositorio/ensayos/99glosariomediosnt.pdf>
- Cornejo, M. y Tapia, M. (2011) Redes sociales y relaciones interpersonales en internet. *Fundamentos en Humanidades*, XII (24) pp. 219-229. Obtenida de la base de datos de Redalyc en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18426920010>
- Delgado, M. (2009) Mass Media. *Revista Digital Innovación y Experiencia Educativas* (18), pp. 1-8. Obtenida el 10 de julio de 2015 en http://www.csi-csif.es/andalucia/modules/mod_ense/revista/pdf/Numero_18/MAGDALENA_DEL_GADO_REIFS01.pdf
- Flavian, C. y Guinaliu M. (2005). La comunidad virtual en la nueva gestión empresarial. *Revista Investigación y Marketing*, (86) pp. 39-47. Obtenido el 24 de junio de 2015 de la base de datos AEDEMO en <http://old.aedemo.es/socios/revista86/ad-86-05.pdf>
- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (2006). Comunicación, desarrollo y derechos humanos, *EDUPAS*, (1) pp. 18-29. Obtenido el día 24 de junio de 2015 de la base de datos de UNICEF en [http://www.unicef.org/argentina/spanish/EDUPAScuadernillo-1\(1\).pdf](http://www.unicef.org/argentina/spanish/EDUPAScuadernillo-1(1).pdf)
- Lattanzi, J. (2013) ¿El poder de las nuevas tecnologías o las nuevas tecnologías y el poder? *Cuaderno del Centro de Estudios y Diseño y Comunicación*, 14 (45). Obtenido el 04 de junio de 2015 en http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/421_libro.pdf

- Lévy, P. (2004) *Inteligencia colectiva: por una antropología del ciberespacio*. (libro en línea) Centro Nacional de Información de Ciencias Médicas. Consultado el día 16 de febrero de 2016. Obtenido en <http://inteligencia colectiva.bvsalud.org/public/documents/pdf/es/inteligenciaColectiva.pdf>
- Loría, R. (2011) *Comunicación oral y escrita*. (guía de estudio). Universidad Estatal a Distancia. Consultado el 17 de febrero de 2017. Obtenido en <https://www.uned.ac.cr/ecsh/images/documentos/LitGramma/guiADIDActica-709-2012-3.pdf>
- Marcelo, C. y Perera, V. (2007) Comunicación y aprendizaje electrónico: la interacción didáctica en los nuevos espacios virtuales de aprendizaje. *Revista de Educación*, (343), pp. 381-429. Obtenido el 23 de junio de 2015 de la base de datos de Revista Educación en http://www.revistaeducacion.mec.es/re343/re343_17.pdf
- Martínez, J. (2007) Emoticonos o la codificación emotiva de la comunicación Hipertextual. *Revista Digital Universitaria* 8 (8), pp. 2-18. Obtenido el 22 de junio de 2015 en la base de datos de Revistas UNAM en http://www.revista.unam.mx/vol.8/num8/art57/ago_art57.pdf
- Martínez, J. (2012) *Creando una comunidad en Community Manager: Gestión de comunidades virtuales*. (libro en línea). Asociación española de responsables de comunidad y profesionales de sociedad media. Consultado el día 20 de junio de 2015. Obtenido de la base de datos de AERCO-PSM en <http://www.aercomunidad.org/2012/06/21/aerco-psm-comparte-su-libro-gestion-de-comunidades-virtuales/>
- Moirano, C. (2005) *Internet, Intranet, Extranet y Redes privadas virtuales (Túneles). Conceptos e interrelaciones*. (libro en línea) Facultad de Ciencias Económicas y de Administración. Consultado el día 20 de junio de 2015. Obtenido en <http://www.ccee.edu.uy/ensenian/catcomp/material/Internet8.pdf>
- Muros, B. (2011). El concepto de identidad en el mundo virtual: el yo online. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 14 (2), pp. 49-56.

Obtenida el 27 de abril de 2016 en http://www.aufop.com/aufop/uploaded_files/articulos/1311954432.pdf

- Naranjo, V. (2009) *La realidad virtual al servicio del bienestar social*. (Catedra en línea). Instituto Interuniversitario de Investigación en Bioingeniería y Tecnología Orientada al Ser Humano, Universidad Politécnica de Valencia. Consultado el día 04 de marzo de 2016. Recuperado de http://catttelefonica.webs.upv.es/documents/Informe_Realidad_Virtual.pdf
- Ochoa, P. y Uribe, J. (2015). Sentido de la interacción social mediada por Facebook en un grupo de adolescentes, estudiantes de bachilleratos públicos de Colima, México. *Revista de investigación y análisis: Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, XXI (42) pp. 9-37 . Recuperado el día 28 de noviembre de 2016 en <http://www.culturascontemporaneas.com/contenidos/02%20Interaccion%20mediada%20por%20Facebook%20pp%209-37.pdf>
- Pérez Martínez, F. (2011) Presente y futuro de la tecnología de la realidad virtual. *Revista Creatividad y Sociedad*. 5 (15) pp. 1-39. Obtenido el 20 de febrero de 2016 en <http://www.creatividadysociedad.com/articulos/16/4-Realidad%20Virtual.pdf>
- Silva, A. (2008) La globalización cultural y las tecnologías de información comunicación en la cibersociedad. *Revista Razón y Palabra*. 13 (64). Obtenido el 10 de abril de 2017 en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520727016>
- Walther, J. (2007). Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and cognition. *Computers in Human Behavior* 23, pp. 2538-2557. Traducido el día 11 de julio de 2017. Obtenido en https://pdfs.semanticscholar.org/7445/be9f99267248664b1c568a096e81b741c586.pdf?_ga=2.61751340.1884611413.1502475853-150797450.1502475853
- Zayas, P. (2012) *La comunicación interpersonal*. (libro en línea). Ensayos y Pedagogía. Consultado el día 17 de febrero de 2017. Obtenido en http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros_internet/55772.pdf

ESTUDIOS

- Asociación de Internet.mx (2010). *Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2010*. Obtenido el día 10 de junio de 2015 en la base de datos de la Asociación de Internet.mx en <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Habitos-deInternet/Estudio-sobre-los-habitos-de-los-usuarios-de-internet-en-Mexico-2010/lang,es-es/?Itemid=>
- Asociación de Internet.mx (2016). *12º Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2016*. Obtenido el día 10 de junio de 2015 en la base de datos de la Asociación de Internet.mx en <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Comercio-Electronico/Estudio-de-Comercio-Electronico-en-Mexico-2017/lang,es-es/?Itemid=>
- Asociación de Internet.mx (2017). *13º Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2017*. Consultado el día 10 de junio de 2015. Obtenido de la base de datos de la Asociación de Internet.mx <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Habitos-de-Internet/13-Estudio-sobre-los-Habitos-de-los-Usuarios-de-Internet-en-Mexico-2017/lang,es-es/?Itemid=>
- BBVA Innovation Center (2015) *La inmersión total en un mundo cada vez más a tu alcance*. Consultado el 25 de abril de 2016. Obtenido de la base de datos de Serie Innovation Trends en http://catttelefonica.webs.upv.es/documents/Informe_Realidad_Virtual.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI] (2010) *Censo de Población y Vivienda 2010*. Consultado el día 20 de noviembre de 2016. Obtenido de la base de datos del INEGI en http://www.inegi.org.mx/est/lista_cubos/consulta.aspx?p=pob&c=1
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI] (2017) *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2016*. Consultado el día 14 de septiembre de 2016. Obtenido de la base

de datos del INEGI en http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2017/internet2017_Nal.pdf

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI] (2014) Cuaderno estadístico y geográfico de la zona metropolitana del Valle de México 2014. Obtenido el 03 de marzo de 2017 en http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/valle_mex/702825068318.pdf
- Observatorio Nacional de la Telecomunicaciones y de las SI [ONTSI] (2011) *Las Redes Sociales en Internet*. Fondo Europeo de Desarrollo Regional. Obtenido el 20 de junio de 2015 en http://www.osimga.gal/export/sites/osimga/gl/documentos/d/20111201_ontsi_redes_sociais.pdf
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE] (2015) *Estudios Territoriales de la OCDE Valle de México, México*. Obtenido el 20 de febrero de 2017 en <https://www.oecd.org/regional/regional-policy/valle-de-mexico-highlights-english.pdf>

PERIÓDICOS EN LÍNEA

- Ampudia, M. (20, mayo, 2016). México tendrá 8.1 millones de usuarios de Twitter al 2015. *El Economista*. Recuperado de <http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2015/05/20/mexico-tendra-81-millones-usuarios-twitter-2015>

PÁGINAS DE INTERNET

- Alegs.com.ar (2010) *Diccionario de informática y tecnología*. Consultado en <http://www.alegsa.com.ar/Dic/virtual.php>

- Ortega, J. (2016) *Un repaso a la historia de la realidad virtual*. IGN España. Recuperado de <http://es.ign.com/realidad-virtual/109691/feature/un-repaso-a-la-historia-de-la-realidad-virtual>
- Real Academia Española (2015) *Diccionario de la lengua española*. (edc. 300) Consultado en <http://lema.rae.es/drae/?val=tecnologia>
- Real Academia Española (2017) *Diccionario de la lengua española*. (edc. 300) Consultado <http://dle.rae.es/?id=LvqsKVK>
- Regalado, O. (2016). *Usuarios de Instagram en México*. Consultado el 22 de agosto de 2016. Recuperado de <http://octavioregalado.com/usuarios-de-instagram-en-mexico/>
- Statista (2017). *Ranking mundial de los 20 países con más usuarios de Facebook a fecha 2 de marzo de 2016 (en miles)*. Consultado el día 03 de febrero de 2017. Obtenido en <https://es.statista.com/estadisticas/518638/ranking-de-los-20-paises-con-mas-usuarios-de-facebook-a-nivel-mundial/>
- Sutherland, I. (1965) *The Ultimate Display*. Information Processing Techniques Office. Recuperado de <http://worrydream.com/refs/Sutherland%20-%20The%20Ultimate%20Display.pdf>
- Unión Internacional de Telecomunicaciones (2015). *La UIT publica datos mundiales anuales sobre las TIC y clasificaciones de los países según el Índice de Desarrollo de las TIC*. Consultado el 28 de mayo de 2016. Obtenido en http://www.itu.int/net/pressoffice/press_releases/2015/57-es.aspx#.WSPUd2g19di
- Zommer, L. (2014) *Seis tipos de usuarios en redes sociales ¿Cuál eres tú? Mirada 360° Marketing para abogados*. Recuperado de <https://marketingparaabogados.eu/tipos-de-usuarios-en-redes-sociales/>

CURSOS

- De la Fraga, L. (2012) *Realidad Virtual: introducción a la realidad virtual*. Departamento de Computación Cinvestav Zacatenco. Consultado el día 20 de febrero de 2016 en <http://cs.cinvestav.mx/~fraga/Cursos/RealidadVirtual/2012/rv1.pdf>

- Gil, P. (2010-2011) Ingeniería Técnica en Informática de Sistemas (plan 2001). *Grupo de Innovación Educativa en Automática, Universidad de Alicante*. Consultado 25 de mayo de 2016 en https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/15586/8/Redes_tema8_sistemas10-11.pdf

IMÁGENES

- Logos Rated (2016) *Logo de Blog*. [imagen]. Recuperado de <http://logosrated.net/blog-logo/>
- Userlogos (2009) *Antiguo logo de Messenger*. [imagen]. Recuperado de <http://www.userlogos.org/logo/zigzag/03072009/hotmailcom>
- Technologyc, (2010). *Servicios de listas de correos*. [imagen]. Recuperado de <https://technologyc.com/servicios-de-listas-de-correos/>

ANEXOS

Anexo 1. Delegaciones y municipios que conforman a la Zona Metropolitana del Valle de México.

Distrito Federal (D.F)	1. Álvaro Obregón 2. Azcapotzalco 3. Benito Juárez 4. Coyoacán 5. Cuajimalpa de Morelos 6. Cuauhtémoc 7. Gustavo A. Madero 8. Iztacalco	9. Iztapalapa 10. La Magdalena Contreras 11. Miguel Hidalgo 12. Milpa Alta 13. Tláhuac 14. Tlalpan 15. Venustiano Carranza 16. Xochimilco	
Estado de México (Edomex)	1. Acolman 2. Amecameca 3. Apaxco 4. Atenco 5. Atizapán de Zaragoza 6. Atlautla 7. Axapusco 8. Ayapango 9. Coacalco de Berriozábal 10. Cocotitlán 11. Coyotepec 12. Cuautitlán 13. Cuautitlán Izcalli 14. Chalco 15. Chiautla 16. Chicoloapan 17. Chiconcuac 18. Chimalhuacán 19. Ecatepec de Morelos 20. Ecatzingo	21. Huehuetoca 22. Hueypoxtla 23. Huixquilucan 24. Isidro Fabela 25. Ixtapaluca 26. Jaltenco 27. Jilotzingo 28. Juchitepec 29. Melchor Ocampo 30. Naucalpan de Juárez 31. Nextlalpan 32. Nezahualcóyotl 33. Nicolás Romero 34. Nopaltepec 35. Otumba 36. Ozumba 37. Papalotla 38. La Paz 39. San Martín de las Pirámides 40. Tecámac	41. Temamatla 42. Temascalapa 43. Tenango del Aire 44. Teoloyucán 45. Teotihuacán 46. Tepetlaoxtoc 47. Tepetlixpa 48. Tepetzotlán 49. Tequixquiac 50. Texcoco 51. Tezoyuca 52. Tlalmanalco 53. Tlalnepantla de Baz 54. Tonanitla 55. Tultepec 56. Tultitlán 57. Valle de Chalco Solidaridad 58. Villa del Carbón 59. Zumpango
Estado de Hidalgo	1. Tizayuca		

4.- ¿Cuánto tiempo le dedicas a tus redes sociales al día?

- a) Menos de dos horas b) De 3 a 6 horas c) Más de 7 horas

5.- Aproximadamente cuántas publicaciones haces al día en tus redes sociales

- a) De 2 a 4 al día b) De 4- 6 al día c) Más de 7 al día d) Ninguna

III. Comunicación en línea

6.- ¿Qué tipo de publicaciones realizas en tus redes sociales? Puedes marcar más de una opción

- a) Estados de ánimo f) Fotos con amigos o familia
b) Comparto estado de otros perfiles g) Ubicaciones
c) Imágenes con frases de reflexión h) Actividades. Especifica cuales: _____
d) Memes, videos o gifs de humor i) Momentos en familia o amigos
e) Noticias o artículos de divulgación h) Todas las anteriores

7.- ¿Cuál es el motivo por el que compartes información en tus redes sociales? Puedes marcar más de una opción.

- a) Para que mis contactos sepan que estoy haciendo o pensando e) Lo que comparto es información importante
b) Porque mis publicaciones son importantes f) Porque lo quiero compartir
c) Para obtener más me gusta g) Por generar controversia
d) Para ganar más seguidores y/o amigos h) Otro:

8.- ¿Qué herramientas utilizas para comunicarte? Puedes marcar más de una opción.

- a) Emoticonos e) Texto i) Todas las anteriores
b) Video f) Gifs j) Otra:
c) Imágenes g) memes
d) Transmisiones en vivo h) Foto

15.- ¿Eres miembro de algún grupo en tus redes sociales? (SI) (NO), en caso de haber dicho que sí pasar a la siguiente pregunta, en caso de decir no pasar a la pregunta 16.

15.1.- ¿A qué tipo de grupos te perteneces o haz pertenecido? Puedes marcar más de una opción.

- | | | | |
|---------------|---------------|---------------|----------------|
| a) Ejercicio | e) Arte | i) Tecnología | n) Videojuegos |
| b) Música | f) Juegos | j) Familia | o) Noticias |
| c) Fotografía | g) Maternidad | k) Literatura | p) Belleza |
| d) Salud | h) Cocina | m) Escolar | q) Otro: |

16.- Cuando te encuentras en reuniones familiares o con amigos ¿revisas tus redes sociales?

- a) Siempre b) Algunas veces c) Nunca

17.- ¿Qué prefieres? pasar tiempo con tus amigos o familia o estar navegando en tus redes sociales

- a) Estar conectado b) Ambas cosas c) Pasar tiempo con mis amigos o familia

18.- ¿Consideras que el tiempo que le dedicas a las redes sociales disminuye tus relaciones físicas?

- a) Mucho b) Casi nada c) Nada

19.- ¿Crees que las redes sociales son una herramienta eficaz para estar comunicado, a diferencia de los medios tradicionales?

- a) Eficaces b) Poco eficaces c) Nada eficaces

Gracias por tu cooperación.