



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

---

---

## FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ZARAGOZA

**Análisis del sentido de pertenencia a comunidades virtuales en  
jóvenes**

### TESIS

Para obtener el título de  
**Licenciado en Psicología**

### PRESENTA

Acuña Barrón Luis Rogelio

### COMITÉ DE TESIS

Directora: Dra. Méndez Sánchez María del Pilar

Sinodales: Lic. Romero Uribe Leonel

Dr. Peñaloza Gómez Rafael

Dra. García Torres Michelle

Dr. Miranda Rodríguez Rubén Andrés



Investigación realizada gracias al programa UNAM-PAPIIT IN306821

Ciudad de México, enero 2022



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**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.

## **Agradecimientos**

**A mis padres**

**Gracias por todo el sacrificio que han realizado para que goce de una vida digna y feliz. Son una pieza fundamental para que esto se lograra.**

**A mi abuela**

**Gracias por tanto apoyo y confianza.**

**A mis hermanos**

**Gracias por confiar en mí.**

**A mis tíos.**

**Gracias por el apoyo y motivación. Sergio Barrón Ortega, aunque ya no está con nosotros, espero que este logro te hiciera feliz.**

**A mis amigos**

**Gracias por la motivación. Cada uno de ustedes es una parte de quien soy.**

**A la Dra. Mendez Sanchez María del Pilar.**

**Gracias por guiarme a lo largo de todo este proceso, fue un honor aprender de usted.**

**Al proyecto PAPIIT-UNAM IN306821.**

## Índice

<b>Resumen</b>	5
<b>Introducción</b>	6
<b>Historia origen de Internet y redes sociales</b>	8
Redes sociales	10
<b>Usuarios de internet en México</b>	12
Usos de internet	13
<b>Sentido de pertenencia</b>	15
Comunidad y sentido de pertenencia	18
<b>Comunidades virtuales</b>	22
Sentido de pertenencia en las comunidades virtuales	27
<b>Los jóvenes en las comunidades virtuales</b>	30
<b>La Técnica de Redes Semánticas</b>	33
<b>Justificación</b>	37
<b>Pregunta de investigación</b>	38
<b>Diseño de estudio</b>	38
<b>Definición conceptual de la variable</b>	38
<b>Método</b>	39
Participantes	39
Instrumento	39
Procedimiento	40
<b>Consideraciones éticas</b>	40
<b>Resultados</b>	40
Análisis de resultados	40

<b>Discusión y conclusión</b>	52
<b>Recomendaciones</b>	57
<b>Limitaciones</b>	58
<b>Referencias</b>	59

## Resumen

Internet ha permitido nuevas formas de interacción entre sus usuarios, entre ellas se encuentran las comunidades virtuales, las cuales son grupos fuera de un espacio geográfico en donde los participantes interactúan, comparten gustos y objetivos en común, a través de ellas se generan vínculos afectivos entre sus integrantes y a la comunidad misma, creando sentido de pertenencia entre sus miembros. La presente investigación tuvo como objetivo analizar el sentido de pertenencia a comunidades virtuales en jóvenes. El diseño de la investigación fue cualitativo de tipo exploratorio, la muestra fue no probabilística intencional, integrada por 242 participantes en un rango de edad de 15 a 24 años. Para obtener los datos se utilizó la técnica de redes semánticas naturales modificadas de Reyes-Lagunes (1993), se diseñaron e implementaron estímulos-frase. Los resultados indicaron que para el estímulo 1 se obtuvieron las definidoras de: "Grupos", "Personas", e "Internet". En el 2 las definidoras fueron: "Intereses", "Gustos", y "Diversión". En el 3 se encontró: "Aprendizaje", "Divertido" seguido de "Conocer". En cuanto al 4, las definidoras fueron "Alegría" "Felicidad" y "Enojo". En el 5, se hallaron: "Gustos", "Interés", tanto como "Amistades". Para el 6, se detectaron "Conocimiento", "Amigos", al igual que "Aprender". Respecto al 7, se ubicaron "Compartir", "Información" e "Interactuar". Para el 8, se observó "Aprendo", "Conocimiento" tanto como "Conocer", en el 9 se localizaron "Diversión", "Aprender", e "Información", por último, en el 10, se encontró: "Acoso", "Información" así como "Fraude/Estafa". Al comparar los resultados con los estudios citados en este trabajo, se concluyó que los jóvenes relacionan el sentido de pertenencia a las comunidades virtuales con los siguientes conceptos; Intereses, Conocimiento, Información, Amistad, Socializar, Compartir e Interacción.

Palabras clave: Comunidad, Virtual, Redes semánticas, Jóvenes, Pertenencia.

## Introducción

Desde el origen de lo que se nombró la red 2.0, la cual se creó y desarrolló en internet, la forma de socializar e interactuar en los seres humanos ha cambiado de manera significativa, se han encontrado y utilizado nuevas formas de comunicación con su llegada, a las cuales se le atribuye la responsabilidad de este cambio. Su uso permite a los “internautas” mantener conversaciones con otros usuarios, rebasando la limitante del espacio geográfico (Larrea, 2017).

Esto ha permitido a los usuarios interactuar y crear una convivencia similar a la que se desarrolla en una comunidad, pero estas comunidades se desempeñan en la virtualidad, lo que permite establecer lo que se conoce como comunidades virtuales (CV), en donde se generan nuevas formas de vinculación que exceden los lazos presenciales entre las personas conocidas o algunas veces desconocidas, en estos espacios, que son redes transitorias, se flexibilizan los criterios de pertenencia y el margen de lealtad al grupo (Cáceres, et al. 2017).

Respecto al sentido de pertenencia, Maslow lo identifica en el tercer eslabón de la pirámide de las necesidades humanas puesto que cuando las necesidades fisiológicas y de seguridad se satisfacen, emerge la necesidad de amor, afecto y pertenencia. Esta última necesidad genera la creación de un vínculo con una persona, grupo, lugar o comunidad, en donde se comparten experiencias, que instituyen compromiso, lealtad, admiración y respeto (Medina, 2017). En el caso de las comunidades virtuales, tener acceso a una, facilita la creación de un vínculo entre sus miembros que remite a un sentido de pertenencia entre ellos (Buriticá, 2019).

Estas interacciones y en especial el sentido de pertenencia en las comunidades virtuales son los factores principales que pretende analizar este estudio, esto se realizará con el uso de las redes semánticas naturales, las cuales se aplicó a la población juvenil

perteneciente a las CV. Esta investigación pretende aportar información significativa para el conocimiento y descripción de estos grupos, dando un acercamiento a futuras investigaciones que se propongan estudiar temas relacionados a este tipo de comunidades.

En este estudio se explica en primer lugar, la historia de la herramienta que permite la existencia de las comunidades virtuales, la cual es el internet, acompañado de lo que se conoce como las redes sociales, después se muestra el uso de internet en el país, al igual que el porcentaje de usuarios que forman parte de las redes sociales. De igual forma se describe, con base a diversos estudios, lo que es el sentido de pertenencia, y se explica lo que se considera una comunidad y cómo se genera el sentido de pertenencia en ella, para continuar, se especificó lo que es una comunidad virtual y lo que se puede encontrar en ellas.

Para consiguiente se va a especificar como se podría generar el sentido de pertenencia en una comunidad virtual, para ello se tomará en cuenta las similitudes que presente con una comunidad fuera de la virtualidad y así comenzar una analogía en cómo se podría desarrollar este sentimiento en una CV. De igual forma, basándose en diversos autores se explicará acerca de las actividades e interés de los jóvenes en este tipo de comunidades en línea. Después se realizará una descripción sobre lo que son las redes semánticas naturales, se describirá su función y aplicación. Para continuar se muestran los resultados obtenidos, así como la justificación, pregunta de investigación, diseño de investigación, la definición de variables y el método empleado para el estudio. Por último, se mencionarán las consideraciones éticas que, la discusión y conclusión de la investigación, recomendaciones y limitaciones del estudio.



## Historia origen de Internet y redes sociales

Internet brinda numerosas ventajas, desde la manera en la que hay un desplazamiento de un lugar a otro por medio del *Global Positioning System* (GPS), hasta la facilidad de recabar información de manera sencilla y actualizada (investigación). También, ofrecen diversas actividades de entretenimiento (juegos en línea) y la forma de relacionarse entre las personas manteniéndolas informadas en tiempo real, por medio del uso y acceso a plataformas destinadas a redes sociales, chats y videollamadas (Valenzuela, 2017).

El origen de la palabra Internet proviene de la palabra en inglés *interconnected Networks* (Interconexión de redes), la cual se forma por una interconexión mundial, que está compuesta por diferentes medios y equipos de comunicación, esto hace que sea el medio de comunicación, interacción e información más grande en toda la historia de la humanidad (Quintero, 2019a). Facilita la comunicación entre las personas sin un límite de tiempo, espacio, idioma o cultura. También comparte una manera sorprendente de proveer la información que se solicita por medio de palabras e imágenes permitiendo el acceso a entretenimiento, educación y comercio (Heredia, 2017).

Respecto a sus orígenes, los cuales se remontan a 1958, donde el departamento de Defensa de Estados Unidos fundó la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada, (ARPA), por sus siglas en inglés, su función principal fue movilizar los recursos procedentes del mundo universitario, a fin de alcanzar la superioridad tecnológica militar sobre la Unión Soviética, la cual logró lanzar su primer Sputnik en 1957. En esta agencia surge un programa menor por parte de la Oficina de Técnicas de procesamiento de información, la (IPTO), denominado ARPANET. El objetivo según Joseph Licklider, un psicólogo reconvertido en informático era estimular la investigación en el campo de la información interactiva y su construcción se justificó como un medio de compartir el tiempo de computación *online* de la agencia (Larrea, 2017).

Para el año de 1964 Paul Baran, quien es considerado una de las figuras clave para la creación de internet, notó la vulnerabilidad de tener un sistema centralizado, el cual corría el peligro de cortar todas las comunicaciones si era destruido desde su núcleo, ya que detectó este defecto se le ocurrió la idea de crear una red enorme en forma de telaraña (Larrea, 2017).

Y para poder interconectar este tipo de redes heterogéneas de una manera única Vinton Gray Cerf, a quien se le considera como uno de los padres de internet, creó un protocolo junto a Robert Kahn, al cual se le nombró TCP/IP permitiendo la globalización de internet en sus orígenes. En 1983 Paul Mockapetris crea el Sistema de nombres de dominio (DNS por sus siglas en inglés), lo que permite navegar por internet mediante el uso de palabras en lugar de números, esto significa que se puede acceder a plataformas o sitios web por su nombre y no por un código numérico. El DNS contiene la información de forma global en diferentes lugares de internet y se actualiza dinámicamente (García, 2019).

Posteriormente en 1990, Tim Berners-Lee, un investigador del CERN en Ginebra, diseñó un sistema de navegación de hipertexto, diez años más tarde terminó el protocolo *HTTP* (Protocolo de transferencia de hipertexto) y el protocolo *HTML* (Lenguaje de marcado de hipertexto) para navegar por las redes a través de hipervínculos, así nació la *World Wide Web*. La palabra “web” es el término más usado para referirse al *World Wide Web* que es la Red mundial de páginas o documentos de texto entrelazados (Larrea, 2017).

Tiempo después apareció la web 2.0. La primera vez que se nombró, fue en una conferencia realizada en octubre del 2004, esta conferencia se encontraba dirigida por la empresa O’Reilly Media. Meses después el fundador de la empresa Tim O’Reilly, definió el concepto y lo dio a conocer (Delgado, 2021).

Esta web 2.0 se forma por plataformas para publicación de contenidos como blogs, micro blogs (como Twitter), redes sociales como Facebook, los servicios conocidos como wikis (por ejemplo, Wikipedia) o videos (YouTube, Vimeo, etc.). Lo más importante de estas herramientas es que brindan la oportunidad y posibilidad de interactuar con usuarios, dialogar, intercambiar opiniones, leer publicaciones, comentar, discutir, etc., sin importar donde se encuentren (Larrea, 2017).

### **Redes sociales**

Las redes sociales son comunidades creadas en internet, en las que se crea un perfil virtual que permite relacionarse e interactuar por medio de contenido audiovisual, necesidades, o compartir información. Esto con diversos objetivos, pero el principal es generar comunicación en dichos sitios. Sus orígenes remontan a 1994 año en el que se crea *GeoCities*, siendo esta una de las primeras redes sociales, la cual fue comprada por Yahoo! Con la idea de que se convertiría en un éxito, pero al final sucedió lo contrario y poco tiempo después fue cerrado por el poco interés de los internautas (Balderas, 2020).

Por su parte Soler (2019) menciona que una de las primeras redes sociales en ser conocida como tal, fue *Clasmates.com*, misma que hizo su aparición en el año de 1995. En Julio de 1996, se creó Hotmail, y en la actualidad el servicio de correo electrónico es la base para crear una cuenta en cualquier red social, posteriormente Microsoft compra Hotmail en 1997. La plataforma sumaba 9 millones de usuarios para diciembre de ese mismo año, se convirtió en uno de los sitios más populares y utilizados de la época. Esto provocó que el constante intercambio de información se volviera más frecuente y en su defecto generó una mayor comunicación (Balderas, 2020).

Para 1997 se dio el lanzamiento de *SixDegrees.com*, la cual apareció como la primera red social reconocida. Ofrecía a sus usuarios la oportunidad de crear sus propios

perfiles y listas de amigos. En el 2004, Google lanzó la red social conocida como *Orkut*, una red que solo tuvo éxito en Brasil (Soler 2019).

Fue hasta 2003 cuando las redes sociales comenzaron a sonar con más fuerza, plataformas como *Myspace*, *Hi5*, y *LinkedIn*, comenzaron a aparecer y para el 2004, nace una de las redes sociales más utilizada y conocida en el mundo, se trata de Facebook. YouTube hace su aparición en el 2005 y en el 2012 llegó a ganar ochocientos millones de usuarios al mes, para el 2009 se crea WhatsApp, Hecha por Jan Koum, ex empleado de Yahoo, y en el 2014 Facebook hace la compra por la suma de 19.000 millones de dólares, lo que la convierte en una de las transacciones más grandes de la historia (Balderas, 2020).

En cuanto algunas de las actividades que pueden realizar los usuarios de las redes sociales son descritas por García, et al. (2020) quienes mencionan que entre las acciones que más llevan a cabo los adolescentes en las redes sociales son; hablar con amigos y/o familiares, ver videos y escuchar música. En su estudio explican que la red social más utilizada para actividades como: publicar contenidos personales con un 93.3%, el 91.1% realizar actualizaciones sobre lo que hacen y donde están, 86.4% ve videos o fotos de amigos y familiares, 91.6% ve videos o fotos de desconocidos o perfiles abiertos, 86.2% habla con amigos, 45.5% habla con familiares, y 77.45% busca información sobre famosos en Instagram.

También comentan que la red social YouTube, destaca en la categoría de ver videos y música 90.1%, buscar contenidos sobre los hobbies 72.1%, buscar contenido deportivo 66,7%, buscar información sobre ocio 58.8%, buscar series, películas o programas de televisión 70.3% y buscar información sobre salud /nutrición y bienestar 54% (García, et al. 2020).

## Usuarios de internet en México

A nivel mundial, Fernández (2020) reportó que los usuarios de internet llegaron a ser 4540 millones de personas en línea, entre los cuales el 45% está representado por mujeres. La población que tiene más usuarios en el mundo es la de Filipinas quienes pasan en promedio 9 horas y 45 minutos por día en línea. Los sitios *web* más visitadas son Google y YouTube.

En México según datos de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnología de la información, realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2020), en el 2019 el 70.1% de la población de seis años o más hace uso de internet, 20.1 millones de hogares disponen de conexión a internet, 56.4% del total nacional, la población con estudios universitarios el 96.4% se conecta a la red, mientras que las personas con educación básica se conectan el 59.1%, también reportan una diferencia del 28.9% entre los usuarios por zona urbano-rural, ya que en las zonas urbanas hay 76.6% y en las zonas rurales un 47.7% de usuarios.

Gómez (2019) reportó que en la zona centro sur de México el 26% son usuarios de internet, 13% están en la zona Este, 12% en el Oeste, un 11% se encuentra en el Noreste, 15% está en el Noroeste, un 10% pertenece al centro norte, 7% procede del suroeste y 6% en el sureste. Los estados con mayor actividad son: Morelos, Ciudad de México y Estado de México. Respecto a los hogares que cuentan con acceso a internet los porcentajes son:

- Noreste: 43.11%
- Noroeste: 42.53%
- Centro sur: 42.87%
- Oeste: 36.80%
- Sureste: 33.49%
- Este: 24.31%

- Centro Norte: 30.57%
- Suroeste: 15.13%

Respecto al sexo de los usuarios de internet en México, el 50.08% son hombres y el 49.91% se trata de mujeres. La edad de los internautas nacionales es de 45 a 54 años con un 7.86%, personas de 55 años representan el 4.36%, 13.56% tiene entre 35 y 44 años, el 12.18% se encuentra entre los 6 y 11 años, el 18.32% está entre los 25 y 34 años, el 23.41% son jóvenes de entre 12 a 17 años y el 20.32% tiene de 18 a 24 años (Gómez, 2019).

### **Usos de internet**

El INEGI, por medio de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnología de la Información en los Hogares (ENDUTIH), 2019 explicó que los principales tipos actividades en internet durante 2019 en el país son:

- Para entretenimiento 91.5%
- Acceder a contenidos audiovisuales 80.5%
- Para leer periódicos, revistas o libros 47.3%
- Para obtener información 90.7%
- Para acceder a redes sociales 90.6%
- Para apoyar la educación/capacitación 87.8 %
- Para descargar software 83.8%
- Para interactuar con el gobierno 48%
- Para ordenar o comprar productos 22.1%
- Para utilizar servicios en la nube 19.4%
- Para operaciones bancarias en línea 16.8%
- Para ventas por internet 9.3%

Son diversas las motivaciones para usar internet. En las de carácter social se encuentra la existencia de ansiedad social, relacionada en muchos casos con la soledad del individuo. Existen personas que presentan una fuerte ansiedad en determinados ámbitos sociales, por ejemplo, al conocer o tener que hablar con personas desconocidas; Internet, facilita el evitar esas sensaciones, esto con ayuda del anonimato visual de los comunicadores y la carencia de la presencia de los participantes, lo que aumenta las posibilidades de interacción y constituye para muchos la magia de las relaciones en línea. Este tipo de relaciones se convierten como un atajo para conocer a alguien, el cual permite evitar el tiempo y el esfuerzo que implica una interacción frente a frente, otro de los motivos sociales para acudir a Internet es llevar un tipo de vida muy agitado, mandar un correo electrónico o entrar en Facebook puede hacerse sin tener que levantarse de la mesa (Aparicio y Rodríguez, 2014).

Otro tipo de motivaciones, son las individuales, que se asocian a la identidad del individuo, se toma en cuenta lo importante que es para cada persona el cómo se ve a sí mismo al igual que como lo perciben los demás socialmente, por ejemplo; aspectos y rasgos de la personalidad que algunas veces se quieren ocultar por miedo a ser estigmatizado, pueden ocultarse al estar en línea, lo que también incita al usuario a buscar más personas y grupos con las o en los que pueda congeniar o manifestar su verdadero yo (Aparicio y Rodríguez, 2014).

Con los datos anteriores, se puede notar que, los usuarios en México con mayor presencia en la red son los jóvenes de 12 a 24 años, con un 41.73%. y una de las actividades que más se realizan en el país tienen que ver con interactuar con otros usuarios, por ejemplo, el uso de las redes sociales, donde los internautas mantienen conversaciones e interacciones con otros, por ello se puede notar que en internet se da mucho el acceso a la que se conoce como red 2.0, la cual como se explicó con anterioridad, permite interactuar

con usuarios, dialogar e intercambiar opiniones, rebasando los límites del espacio geográfico.

### **Sentido de pertenencia**

Para la Real Academia Española (RAE), un grupo es una pluralidad de seres o cosas que forman un conjunto, material o mentalmente considerado. Villareal (2018) explicó que un grupo es una entidad o institución social y cultural, la cual constituye la forma básica para la convivencia comunitaria, también menciona que la humanidad está constituida por pequeños, medianos y grandes grupos que después conforman a las comunidades. El grupo, al ser una estructura social, otorga identidad y pertenencia a los individuos, formando así, sujetos sociales.

Respecto a la pertenencia y lo que se significa, la palabra proviene del latín *pertinetia*, que se refiere a la relación que tiene una cosa con quien posee un derecho sobre ella, esto permite usar el concepto para nombrar a aquello que es propiedad de alguna persona y a nivel social, se trata sobre formar parte de un grupo, una comunidad u otro tipo de conjunto (Matus et al. 2016).

Ya que los seres humanos viven en espacios con sistemas sociales y todo sistema social implica relaciones e interacciones entre los individuos, están inclinados a generar vínculos entre ellos y en su defecto nace el concepto de sentido de pertenencia, dicho sentido genera que el ser humano se sienta importante en el grupo o grupos donde se encuentra y a su vez debe presentar responsabilidad y compromiso hacia este (Tejada, Santiago y Parra, 2019).

En cuanto a las interacciones entre las personas, desde que nace un individuo, se encuentra sumergida en la interacción con otros, el primer grupo en que se encuentra es la familia, la cual se vuelve sumamente importante durante toda su infancia y con el pasar del



tiempo empiezan a pertenecer a otros grupos, como los amigos o los compañeros de estudios. En estos grupos comienza a generarse el sentido de pertenencia provocando que el individuo sienta que forma o es parte de algo más grande y comienza a reconocer a los demás integrantes como iguales. Esto tiene un efecto positivo en su autoestima, y es muy relevante para los jóvenes. El sentirse parte de un grupo también conlleva una ideología, lo que se convierte en algo fundamental para la construcción de la identidad de un individuo. Por ello el sentido de pertenencia puede provocar que los integrantes adquieran nuevos valores, actitudes, creencias y formas de actuar (Cueva, 2016).

Trejo (2021) explicó que cuando un individuo forma parte de un grupo, el sentido de pertenencia hace función como un componente, que ayuda para su desarrollo individual. Es a partir de las interacciones, cuando el individuo refuerza los valores, principios con los que se auto percibe y por defecto se define, con base en ello rige su comportamiento dentro del grupo y frente a miembros de otros grupos.

Montero (2018) define que el pertenecer y sentirse identificado con un grupo de personas que a su vez comparten los mismos códigos simbólicos, implica un mejor autoconcepto de la persona que se encuentra en el mismo, y comienza a experimentar estima hacia los demás integrantes, esto se genera por los vínculos que se forjan por la interacción. Aquello es culpable de provocar en el individuo un compromiso por participar de forma activa en la conversación de esos elementos que caracterizan e identifican a su entorno lo que significa que no se ve limitado, al simple hecho de sentirse familiarizado o identificado por algo, sino que busca operar coherentemente en beneficio de aquello por lo que se siente valorado. Se apodera de sus recursos y del significado que pueden representar para una comunidad.

Para Matus et al. (2016) el sentido de pertenencia es entendido como el grado de vinculación e identificación que un individuo manifiesta con la sociedad, con las instituciones

y grupos que la conforman, también lo describen como algo fundamental para la cooperación social, con el fin de que las sociedades puedan afrontar las posibilidades de desintegración y para reforzar la inclusión y cohesión social. También explican que se trata de una dimensión subjetiva de la cohesión social, se constituye como un conjunto de percepciones, valoraciones y disposiciones.

Autores como Baumeister y Leary (1995) indican que la motivación por pertenecer comprende procesos cognitivos, patrones emocionales, comportamientos, salud y bienestar, lo que significa que el sentido de pertenencia es un proceso que permea en todos los sentidos del desarrollo. Morrison, Epstude y Roesse (2012) coinciden con que pertenecer es un núcleo central en el ser humano y que, cuando se satisface, se asocia potencialmente al bienestar y a la salud mental.

Esto hace que, el sentido de pertenencia pueda visualizarse como un sentimiento personal e íntimo, pero al mismo tiempo es colectivo donde todos participan ya que es el resultado de las afiliaciones, creencias e ideologías compartidas y es a través de esta experiencia donde surge el sentimiento de vinculación al grupo (Medina, 2017).

Una persona puede tener varios vínculos de pertenencia, esto se debe a la diversidad de roles e interacciones que experimenten o de los que sean partícipes a lo largo de su vida, por ejemplo, la familia, las organizaciones sociales, la comunidad, pueden ser medios en los que el sujeto sienta pertenencia. Estos vínculos afectivos ya sean individuales o colectivos son tan fuertes que, en casos, en los que cesa la relación activa con el medio que los origina, puede que se sigan manteniendo la identificación con sus valores representativos, siempre y cuando estos no entren en conflicto con los valores más arraigados a la identidad personal del sujeto (Cueva, 2016).

Entonces con la información anteriormente descrita, se puede notar que el sentido de pertenencia es inherente en los seres humanos, incluso se le puede considerar una necesidad, al grado que se presenta como un factor importante durante su desarrollo. El mantenerse en interacción entre sí, les permite generar vínculos con otros, a los cuales comienzan a reconocer y mediante su identificación empiezan a compartir ideologías, valores, comportamientos y creencias, en común, o en ocasiones se crean nuevas durante las interacciones, generando un bienestar integral a lo largo de su vida.

### **Comunidad y sentido de pertenencia**

Valentin (2019) indicó que el concepto de comunidad, padece de un carácter dinámico y controversial, lo cual provoca una polisemia, esto se puede notar ya que se habla de comunidades indígenas, comunidades vecinales, de la comunidad islámica, de la comunidad Europea, de la comunidad católica, de las comunidades virtuales, de las comunidades científicas e internacionales, como si la palabra “comunidad” tuviera la capacidad de explicarse por sí sola, negando así la necesidad de reflexionar sobre su significado.

Asimismo, Gil (2020) mencionó que el concepto de comunidad se ha visto en constante desarrollo a lo largo de la historia por algunas construcciones teóricas. Que van desde asumirla como un lugar que otorga tranquilidad, como aquel lugar que confiere seguridad, hasta asumirla bajo ciertas sospechas, por ser un lugar donde es susceptible que se produzca desestabilización de órdenes sociales y políticas. En cambio, otras miradas la aprecian como aquel espacio geográfico estandarizado administrativamente donde es común que las culturas y etnias compartan sus necesidades y problemas sociales.

Para Alvarez (2021) las comunidades empezaron siendo aquellos grupos de personas que se encontraban en un mismo territorio y adquirieron un papel dentro de este, en donde el único fin en común era sobrevivir, después con el paso del tiempo la evolución

de la sociedad y de los territorios, género que el término comunidad se ampliará y diversificará, dando pie a diferentes escenarios que dependen del grupo de individuos al que se relacione.

Otra definición sobre lo que es una comunidad, es la que da Causse (2009) quien explica que, para fines de su proyecto de estudio, se trata de un grupo humano enmarcado, en un espacio geográfico determinado que comparte, en lo fundamental, comunión de actitudes, sentimientos, tradiciones, usos y patrones lingüísticos comunes, también comentó que en los procesos comunitarios aparece con fuerza la búsqueda o el reencuentro de las raíces, es decir el pasado común. Esto da pie a que sus miembros lleguen a comprenderse, generando su identidad como un grupo específico y como un conjunto dinámico de valores donde de manera cotidiana, se recrea la cultura, o que permite la diferenciación con otras comunidades

Triana (2016) describe que en ellas se genera un sentimiento de pertenencia interpretado como el sentimiento psicológico de la comunidad, en el que los participantes deben sentirse miembros de esta. Lo cual se convierte en algo determinante para la identidad del sujeto. También menciona que existe un sentimiento de conciencia, participación y una vinculación a un territorio común. Además, agrega tres formas en las que se apoya la división clásica de las comunidades, las cuales son: comunidades de sangre (de origen biológico, como la tribu, la familia o el clan), comunidades de lugar (cuyo origen es la vecindad, como las aldeas y asentamientos rurales) y comunidades de espíritu (su origen es la amistad, la tradición y la cohesión de espíritu o ideología).

“Una comunidad es un grupo en constante transformación y evolución (su tamaño puede variar), que en su interrelación genera un sentido de pertenencia e identidad social, tomando sus integrantes conciencia de sí como grupo, y fortaleciéndose como unidad y potencialidad social” (Montero, 2004, p. 95). Con esta definición se puede reafirmar lo que

anteriormente se ha explicado sobre las comunidades, demostrando que en efecto se trata de grupos en los cuales los integrantes o participantes de este, interactúan, y de esta actividad se va generando un sentido de arraigo o mejor dicho de pertenencia hacia la comunidad donde se encuentran.

Y en el campo de la psicología una comunidad es entendida como un tipo especial de grupo social, en el cual se persigue un fin común, donde se establece una red de relaciones como resultado de la interacción y comunicación, provocando que se definan una serie de reglas de conducta que permiten compartir intereses, creencias y valores comunes. Estas normas, intereses, creencias y valores se encargan de establecer la identidad y los límites del grupo, permitiendo así diferenciar de su entorno, agregando un componente afectivo, de solidaridad mutua y de pertenencia al grupo (Triana, 2016).

En una comunidad se puede desarrollar lo que se conoce como sentido de pertenencia. Montero (2006) mencionó que una comunidad es un grupo de individuos en constante transformación y evolución, quienes en su interrelación generan pertenencia, identidad social y consciencia de sí como comunidad, en esta se presentan redes de apoyo mutuo en las que se puede confiar, generando un sentimiento en los participantes de que son importantes para el grupo y los integrantes de este, incluyendo una conexión emocional basada en intereses y preocupaciones mutuas al igual que la satisfacción de las necesidades individuales de cada integrante y las que demande la comunidad.

Para Matus et al. (2016) existen componentes en el sentido de pertenencia hacia la comunidad, como la membresía, la cual abarca la historia, la identidad social, el compromiso, los símbolos comunes, la seguridad, el apoyo emocional, la inversión personal, los derechos y deberes, las gratificaciones y los límites. También está la influencia, que hace referencia a la capacidad de inducir a actuar de determinada manera, hace sentir a los miembros de la comunidad que su opinión será escuchada y abre paso a

la bidireccionalidad de la información. En estos componentes también se encuentra la integración y satisfacción de necesidades, éstos son los beneficios que un individuo puede recibir por formar parte de una comunidad, por ejemplo: estatus, popularidad, respeto, ayuda material o psicológica, etc. Y por último está la relación al compromiso y los lazos emocionales que se comparten se refiere a conocer a los individuos, compartir, mantener relaciones estrechas y afectivas, saber que se cuenta con los miembros en momentos de aflicción y alegría.

Otro significado sobre el sentido de pertenencia es el que describen Autores como Hopenhayn y Sojo (2011) quienes explican que es un factor que permite a las personas ejercer su vida dentro de una comunidad y que, al obtener un reconocimiento de los otros, los individuos logran definir sus proyectos de vida y llevarlos a cabo, lo que otorga un sentido de seguridad personal y fuerza colectiva.

Una definición que se asemeja a la anterior es la de Sarason quien describe el sentido de comunidad como la percepción de similitud con otros, el reconocimiento de la interdependencia con los demás, la voluntad de mantener esa interdependencia dando o haciendo por otros lo que uno espera de ellos y el sentimiento de que uno es parte de una estructura más amplia, estable y fiable (Espinosa y González, 2017).

Por lo tanto, el propósito de toda comunidad es compartir aspectos que representen a los integrantes y dentro de ellos crear una identidad, las relaciones que suelen generarse parten de hechos en común que surgen entre uno o más individuos. Al mismo tiempo hay una serie de reglas y patrones de comportamiento, en donde se establecen acuerdos mutuos entre los miembros para interactuar de una forma cómoda al socializar. También se encuentran posiciones jerárquicas en donde podemos ver líderes y subordinados (Torres, 2017).

## Comunidades virtuales

Para comenzar a describir lo que son las comunidades virtuales es necesario tomar en cuenta lo que describe Lévy (1999) quien comenta que la palabra virtual procede del latín *virtualis*, que a su vez deriva de *virtus*: fuerza, potencia y que, en la filosofía escolástica, lo virtual es aquello que existe en potencia, pero no en acto, en donde lo virtual, desde un sentido estricto, tiene poca cercanía con lo falso o ficticio ya que lo virtual no es, de ninguna forma, algo opuesto a lo real.

Martínez et al. (2014) mencionaron que la virtualidad que se da en los espacios de interacción se forma por personas que cuentan con la capacidad de sentir y expresarse siempre, desde luego con responsabilidad y bajo valores éticos. En ese espacio irracional las personas se comunican, interactúan e intercambian información. Para los autores esto significa que se puede observar una semejanza en cómo actúan las personas en la virtualidad con respecto a las acciones en otros espacios de nuestras vidas, ya que la virtualidad de por sí no los hace diferentes.

En cuanto a los orígenes, definiciones y acercamientos a este concepto, Rivera y Miño (2018) indicaron que la primera mención del término comunidades virtuales aparece en la obra de Rheingold, *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier* en 1993, en la cual se definen estos espacios como “agregados sociales que emergen desde Internet. Cuya particularidad recae en el hecho de portar discusiones públicas, con suficiente sentido humano para crear relaciones sociales en el ciberespacio”. Urbina (2019) afirmó que el concepto de comunidades virtuales fue acuñado en Estados Unidos en la década de 1970, justo cuando se comenzó a gestar la idealización de todos los problemas que la tecnología aparentemente podría resolver.

La consolidación de Internet ha cambiado las formas de interactuar entre las personas, por ejemplo, las tecnologías informáticas interactivas son un recurso más para

que los sujetos logren consolidar y satisfacer sus necesidades; en el caso de las redes sociales digitales, se habla de la búsqueda por vínculos para la supervivencia, la conformación de identidad y la pertenencia a un grupo que los represente (Urbina, 2019). También se ve como un espacio para el desarrollo de procesos comunicativos e interacciones, actualmente, se habla de comunidades virtuales; es decir, colectividades con objetivos comunes y vínculos en un espacio no físico y atemporal.

Triana (2016) afirmó que la existencia de las comunidades virtuales se debe gracias a las grandes posibilidades de socialización y de intercambio personal que brindan los adelantos de las tecnologías de información y comunicación y el gran nivel de penetración que tiene el internet en la sociedad, de igual forma mencionó que el ciberespacio se ha convertido en el territorio de las comunidades virtuales, un territorio cuyo espacio no es geográfico, sino electrónico.

El concepto de comunidad virtual es complicado de definir por su carácter “virtual” es decir fuera de lo “real”, ya que se trata de un espacio que no puede existir sin la presencia de una red, un espacio de interacción, mezclas de habla y comportamiento (Torres, 2017).

Tomando en cuenta la opinión de otro autor, el cual nos menciona que:

“Es importante entender que una comunidad virtual se forma a partir de un grupo de personas reales, una comunidad real que puede ser de profesionales, estudiantes o un grupo con aficiones comunes quienes usan la tecnología para mantener y ampliar la comunicación. Es el hecho de la no presencia física de personas reales quienes interactúan por medio de diferentes canales de comunicación soportados por la tecnología, lo que lleva a hablar de comunidades virtuales” (Triana, 2016, p.32).

Continuando con las descripciones sobre lo que son estas comunidades virtuales, Robles (2009) las define como redes de lazos interpersonales que proporcionan



sociabilidad, apoyo, información, sentido de pertenencia y una identidad social. Todo esto significa que representan una extensión del mundo real, y si bien se desarrollan en un medio intangible, se van fortaleciendo a través de las mismas relaciones sociales que se pueden observar en el mundo físico (Ramírez y Amaro, 2013).

Estos espacios virtuales que ofrece Internet se prestan para la creación de plataformas, que se convierten en las mediadoras de la interacción entre diferentes usuarios. De ahí, que se puede observar en dichos entornos a personas que, con determinado interés, expresan sus opiniones y preguntas, recibe respuestas, solicitudes de información, discuten e intercambian no sólo conocimientos, sino además chistes, conversaciones, llegan a hacer amistades, emprenden actividades, incluso desarrollan matrices de opinión (Ramírez y Amaro, 2013). Por ello, se entiende que las comunidades virtuales pueden ser un grupo de personas que se comunican e interactúan, desarrollan relaciones colectiva e individualmente, buscando alcanzar algunas metas en un espacio virtual (Mamonov et al. 2016).

También en estos espacios, los usuarios encuentran apoyo, entre sus círculos de amigos, ante problemáticas de su vida cotidiana, si tienen algún problema o requieren de un consejo, para ellos es práctico entrar y comentarlo con los integrantes que ellos consideren más íntimos y esto funciona igual que en la vida cotidiana, la diferencia radica en no conocer físicamente a la persona (Torres, 2017), además, Álvarez (2021) menciona que las comunidades virtuales fueron creadas para satisfacer la necesidad de las personas por comunicarse entre ellas sobre algún tema en común, lo que crea una relación que puede compararse a las relaciones que se presentan en la vida real.

Pero también se presentan como espacios donde se promueva e intercambie el aprendizaje, esto es algo que explican autores como Cano, et al. (2017) en su investigación sobre este tipo de comunidades, nos mencionan que se trata de entornos que dan la

posibilidad de diseñar, crear, colaborar, y compartir la convicción de que es factible aprender de los demás y junto a ellos, ya que se aprende mejor cuando se facilita compartir lo aprendido ya que esto ayuda a reconceptualizar el aprendizaje.

Quintero (2019b) menciona que hay beneficios de ser un miembro o partícipe de una comunidad virtual, los cuales van desde siempre estar conectado, tener acceso a cursos, talleres y material para alguna capacitación; en otras palabras, se adquiere el poder del conocimiento. También, está la oportunidad de colaborar, brindando ayuda a otros usuarios de la misma comunidad y por último se adquiere la oportunidad de otorgar premios a los participantes. Además, los participantes cuentan con compromisos, como llevar actividades de interés dentro de la misma, la capacidad de crear una identidad, lo que significa contar con algo que los distinga ante los demás. Finalmente deben implementar objetivos que sean benéficos para los usuarios y que cumplan con los fines por el cual fue creada.

Para Cano et al. (2017) estas comunidades cuentan con una estructura y organización interna y normas más o menos explícitas de funcionamiento. En estos espacios se encuentra la necesidad de tener seguridad, por ello hay roles de mediación, admisión y expulsión de miembros. Aquellas que estudiaron en su investigación cuentan con relaciones jerárquicas o de autoridad y administradores que tienen como tarea mediar y organizar el cumplimiento de las normas.

Herrera y Rodríguez (2020) describen algunos de los tipos de comunidades virtuales los cuales son:

- Foros de discusión: se trata de un espacio en el cual diversas personas tienen la posibilidad de conectarse, con el objetivo de discutir e intercambiar opiniones sobre un tema que es de interés común. Su origen proviene de la

antigua Grecia, en donde existía el llamado ágora o foro público que se realizaba en una plaza o un parlamento. Ahora, la organización de un foro de discusión puede realizarse en espacios físicos (congresos, plazas, parques, calles, salas, instalaciones gubernamentales e incluso viviendas privadas) o en espacios virtuales.

- Redes sociales: Contienen dos elementos fundamentales: los contactos y los vínculos existentes entre dichos contactos. Mantener muchos contactos provoca que la red crezca y que el sentido de “utilidad” aumente (Para este contexto, ser útil se considera como la capacidad de transmitir información y en ocasiones conocimiento).
- Correo electrónico: El concepto de correo electrónico proviene de una analogía con el correo postal, ya que ambos cumplen con la función de enviar y recibir mensajes los cuales son depositados en buzones. Comúnmente se le conoce como email, y es un servicio que ofrece internet para que usuarios previamente registrados puedan enviar y recibir mensajes.
- Grupos de noticias: se trata de un medio que permite la comunicación dentro de un sistema en red formada por usuarios (*Usenet-Users Network*), permitiendo leer o enviar mensajes a los que les denomina artículos y son publicados través de distintos grupos de noticias, ordenándolos de forma jerárquica.
- Videoconferencias: También conocidas como videollamadas es la manera de comunicarse a través del *hardware* y *software*, permitiendo una conexión simultánea y la transmisión de audio y video de forma bidireccional, es decir, sincroniza a personas que se encuentran en diferentes espacios geográficos.
- Chats: Comparte la similitud de la videollamada ya que es una herramienta que sincroniza la comunicación, brindando la posibilidad de tener una

conversación escrita de manera instantánea. Existen dos variantes en esta herramienta: aquellas que se pueden encontrar dentro de un sitio *web* y los sistemas situados en un *software* específico.

Sobre el acceso a las comunidades virtuales Bosco, et al. (2016) identifican cuatro tipos de comunidades:

1. Abiertas: Implican la creación de un perfil de usuario (registro) con el fin de tener acceso a publicar o consultar contenido, esto último se trata de algo opcional.
2. Semiabiertas: en estas no es necesario el registro para acceder a los contenidos, pero si se requiere para poder publicar e interactuar con otros usuarios.
3. Por inscripción: En este caso a diferencia de las comunidades abiertas, el registro es necesario para poder publicar, consultar contenido e interactuar con otros miembros.
4. Por invitación: la posibilidad de registrarse en una comunidad de esta tipología se limita a los administradores, moderadores y/o miembros de la comunidad.

### **Sentido de pertenencia en las comunidades virtuales**

Como se ha explicado con anterioridad, el sentido de pertenencia se va desarrollando en los seres humanos conforme vayan interactuando entre sí. De esta manera se mantienen en la búsqueda de grupos en los cuales, los temas o razones que los orillen a querer ser parte de ellos deben ser de su interés, y en su defecto del resto de los integrantes con los que, claro está, mantendrá interacción.

Y como se ha descrito sobre lo que es una comunidad y cómo se genera el sentido de pertenencia en ella, se puede notar que esta comienza con una búsqueda, enfocada a encontrar individuos con gustos en común. Provocando que cuando se encuentran a esas personas, pueden ser parte de lo que se conoce como una comunidad. Durante el tiempo en el que se encuentra dentro de una, se genera un sentido de pertenencia hacia ella. Esto se debe a que los temas, interacciones y en sí lo que es la misma comunidad, se toma como parte del sujeto, es decir, lo considera de su propiedad.

Pero ¿Cómo es que se genera el sentido de pertenencia en las comunidades virtuales? Puentes (2016) mencionó que a diferencia de lo que se concibe en las comunidades reales, el sentido de pertenencia en las comunidades virtuales no es invisible, ya que se manifiesta en los contenidos que circulan en la misma. A lo que se le considera como un contenido sin función, espontáneo y sin intención, en realidad es lo que construye un sentido de pertenencia.

“Las comunidades virtuales están definidas por un interés compartido entre sus miembros. Esta afinidad por un tema (Música, Artes plásticas, Artes digitales, Literatura, Cine, Makers/DIY, Salud, Deportes, Moda, Videojuegos, Otros) es el fundamento sobre el que se desarrolla la interacción entre los miembros y sobre el cual se construye la comunidad” (Bosco, et al. 2016, p.28). Se puede notar con esta definición que, en las CV, los participantes se unifican por intereses en común.

Continuando con la información que se presentó con anterioridad sobre lo que es una comunidad, y una comunidad virtual, puede notarse que existen similitudes entre ambas, por ejemplo; cada una de ellas se conforma por individuos con intereses en común, los cuales permanecen en interacción los unos con los otros. En ambas se comparte información, conocimiento, hay conversaciones y discusiones sobre el motivo que los mantiene en su comunidad. Otra cuestión en la cual son parecidas es que ambas surgen

de la necesidad de las personas por socializar y encontrar pertenencia a un grupo que los represente.

Y en cuestión del sentido de pertenencia autores como Cano et al. (2017) mencionan que estas comunidades posibilitan un sentimiento de comunidad, pertenencia al grupo, confianza y de respetos, debido a la posibilidad de compartir intereses, pasiones, hobbies y procesos creativos, así que igual que en las comunidades fuera de la virtualidad, el interés, la posibilidad de compartir y crear vínculos afectivos son los culpables del sentido de pertenencia en las CV.

Tomando en cuenta estas similitudes, se puede considerar que el sentido de pertenencia en las comunidades virtuales se presente de manera parecida a las comunidades que se desarrollan en el ámbito físico. Esto puede ser más evidente al considerar que ambas se conforman por personas situadas en un espacio geográfico determinado. Pero en las comunidades virtuales exista la diferencia de que el lugar donde se desarrollan todas las interacciones entre sus miembros no cuenta con un espacio geográfico determinado.

Estas personas en ambas comunidades comienzan a generar vínculos entre ellas, debido a la interacción que se genera en las mismas. Por ejemplo; los miembros de ambas comunidades encuentran redes de apoyo entre ellos, esto provoca que se sientan parte de sus comunidades y por ello los integrantes empiezan a tener un compromiso con ellas al igual que responsabilidad hacia sus compañeros y la comunidad misma.

En ambas comunidades los integrantes se benefician de ser partícipes. En las dos encuentran espacios donde se pueden expresar y compartir aspectos que los representen, dando así la posibilidad de crear una identidad social. De igual forma se encuentran círculos de amigos que funcionan como redes de apoyo ante problemáticas de la cotidianidad.

## Los jóvenes en las comunidades virtuales

La manera en la que los jóvenes acceden a internet y por defecto en la mayoría de los casos se convierten en miembros de una comunidad virtual, es mediante el uso de aparatos tecnológicos, siendo el más popular entre ellos el teléfono celular o *Smartpone*. Murden y Cadenasso (2018) asumen que los jóvenes cuyas edades se encuentran en un rango de los dieciséis y veintinueve años se conectan a internet mediante el uso de su *Smartphone*, a diferencia de las personas de mayor edad, quienes prefieren la computadora personal o PC. Por su parte, un estudio realizado por Roig, Antolí, et al. (2019) en población de jóvenes mexicanos, arrojó como resultado que un 77.6 % utiliza el teléfono celular.

Los datos recopilados por el INEGI, ENDUTIH (2019) reportan que en el país un total de 86.5 millones de personas son usuarios de un teléfono celular de las cuales 44.7 millones son mujeres y 41.8 millones son hombres y entre ellos el 88.1 % cuenta al menos con uno de los llamados teléfonos inteligentes o *Smartphone*, el 10.9% únicamente cuenta con un celular común y el 1.0% tiene ambos equipos.

Algunas de las posibles causas más comunes por las que el uso del teléfono celular o *Smartphone* es tan popular, son explicadas por Abesú y Piña (2017) estas van desde las numerosas campañas de mercadotecnia que se encargan de ofrecer este artefacto, las facilidades de pago para su adquisición, así como la oferta de tarjetas o planes mensuales de tiempo aire y libre acceso a internet en espacios públicos. También, estos dispositivos permiten el acceso a espacios en la red los cuales no provocan que las relaciones personales convencionales, por ejemplo, el trato directo desaparezca, pero permiten la comunicación y la convivencia virtual. Esta nueva forma de comunicación es inmediata, por ejemplo: basta con enviar un mensaje a uno o a varios amigos para encontrar respuesta en pocos minutos. Las redes sociales permiten conformar comunidades con intereses específicos donde se agrupan numerosas personas de diferentes lugares, con el propósito

de socializar conversando sobre un libro, una canción, una película, algún acontecimiento, o comparten fotografías, videos, noticias, memes, publicidad, etcétera. Por lo que se puede notar, la existencia de comunidades en estos espacios virtuales ya que cuenta con personas cuyos intereses son comunes, esto los une a una causa afín, dándole a los jóvenes un espacio para el intercambio de numerosas situaciones que atañen de modo directo en ellos.

“Las comunidades virtuales son espacios que emplazan diariamente a miles de jóvenes que se aproximan a estos escenarios con la finalidad de compartir intereses, temáticas, experiencias y saberes. La virtualidad aporta flexibilidad temporal, espacial, expresiva y de dedicación e implicación de los jóvenes que participan en estos espacios” (Cano et al., 2017, p.84).

Rivera y Miño (2018) exponen que los jóvenes describen a las comunidades como espacios para compartir, discutir e intercambiar ideas, información y activismo, mostrar sus obras de arte al mundo, difundir conocimientos, promover valores relacionados con la transformación social y crear un punto de encuentro para compartir experiencias y dar a conocer ideas. También explican que la razón principal que los motivó a sentirse parte de una comunidad virtual y participar en ella es intercambiar conocimientos al interactuar con otras personas con las que compartían un interés. “Las comunidades virtuales son espacios que emplazan diariamente a miles de jóvenes que usan escenarios para compartir intereses culturales en el ámbito del arte (música, literatura); la creación (movimientos como el *Maker* o el *Do It Yourself*); la participación y movilización social; o la reivindicación postmaterialista (ecologistas, pacifistas...). Comunidades de jóvenes creadores, prosumidores o consumidores avanzados” (Bosco, et al. 2016, p. 28).

Una característica que encontraron Rivera y Miño (2018) fue que en estas comunidades virtuales se crean conjuntos de normas para la convivencia y así asegurar el



respeto mutuo en la interacción entre sus miembros. También, se utilizan mecanismos para que los participantes sigan las reglas, como la figura de un administrador quien modera las discusiones cuando un miembro se vuelve agresivo e irrespetuoso, volver 'cerrado' el sitio web o del grupo para elegir quién podría formar parte de este y la posibilidad de expulsar a un miembro que infrinja las reglas.

Estudios como el que realizó Torres (2020) sobre la participación de los jóvenes en línea, identifica que esta población realiza actividades, en lo que se conoce como ciberespacio, las cuales son; participación en comunidades digitales universitarias con un 19.2% que expresó pertenecer a este tipo de comunidades virtuales. Pero también se encontró que el 80.8% de los participantes del estudio no pertenece a alguna comunidad digital universitaria en la que publiquen sugerencias, propuestas o demandas relativas a su ámbito educativo.

Otra actividad es la colaboración en plataformas y sitios web. Los resultados que obtuvieron fueron que el 65.4% de los jóvenes manifestó no elaborar propuestas dirigidas a cambio social, económico o político en plataformas especializadas, en cuanto al 34.6% restante, expresó un interés por elaborar este tipo de propuestas. Por último, la actividad de publicar en línea y el activismo arrojó que el 46.8% de los jóvenes no se identifica participando en debates sobre asuntos públicos en sitios web y el 53.2% restante, parece estar identificado haciendo este tipo de participación virtual (Torres 2020).

En cuanto a los jóvenes que son parte de comunidades virtuales que se desempeñan en el ámbito artístico y creativo, toman estos espacios como lugares idóneos para compartir sus procesos fallidos, frustraciones, momentos de interacción y de duda, ya que los miembros son conscientes de complejidad que lleva un proceso de creación artístico, esto hace que se presenten respetuosos y con intenciones de ayudar a sus compañeros en sus proyectos (Cano et al., 2017).

Debido a que la presente investigación se realizó mediante la técnica de redes semánticas, a continuación, la revisión teórica de la técnica, para realizar la investigación cualitativa.

### **La Técnica de Redes Semánticas**

La técnica de redes semánticas surge dentro del campo de la psicología cognoscitivista, y más específicamente dentro de los estudios realizados en cuanto a la memoria semántica. Su verdadero precursor fue Quillian (1968) al elaborar un programa en computadora que simulaba el funcionamiento de la memoria semántica de los humanos, diciendo que toda la información se encontraba almacenada y ligada por nodos conceptuales en forma de red.

Posteriormente Collins y Loftus (1975) plantearon que la estructura de la información no está almacenada de una forma desordenada, sino que dependiendo de la relación que tenga ésta con el nodo conceptual central del que se trate, habrá una distancia semántica entre los conceptos. Los modelos de redes semánticas se han clasificado en tres tipos, que son descritos como el Modelo de Atributos (Rips, et al. 1973), el Modelos de Redes Jerárquicas (Collins y Quillian, 1969) y, los Modelos de Simulación de conocimiento en computadoras.

Independientemente del modelo que se utilice, se puede encontrar que la forma clásica en que se trabajan las redes es por medio de clasificaciones o taxonomías artificiales, como en el caso de Collins y Quillian (1969) quienes utilizaron una taxonomía biológica o por medio de listas de atributos o relaciones que el investigador presupone que forma una red semántica.

Sin embargo, los modelos antes mencionados son artificiales, por lo que Figueroa, et al. (1981) plantea la creación de redes semánticas naturales para hacer investigación

con humanos, y no seguir dependiendo de los modelos en computadora. Esta técnica, con el tiempo ha sido depurada y actualizada, hasta llegar a las categorías semánticas que incluyen una modificación a la técnica original de Figueroa que implica el manejo de relaciones de sinonimia entre las palabras definidoras que utilizan los sujetos para definir una palabra estímulo, además consiguen definir numéricamente los atributos de la red y así comparar las diferentes investigaciones realizadas (Hernández, 1998).

Uno de los postulados básicos de las redes semánticas es que debe haber alguna organización interna de la información contenida en la memoria a largo plazo, en forma de red, en donde las palabras o eventos forman relaciones, las cuales como conjunto dan el significado. Otra de las características primordiales de la idea de redes semánticas (Collins y Quillian, 1969) es que los elementos se encuentran separados en alguna forma que permita hacer predicciones.

Las categorías semánticas son utilizadas para evaluar el significado psicológico, que es una unidad fundamental de la organización cognoscitiva compuesta de elementos afectivos y de conocimiento, que crean un código subjetivo de reacción, la cual refleja la imagen del universo y la cultura subjetiva de la persona (Valdez, 1991).

La investigación actual en Psicología, especialmente, con el modelo de redes semánticas; le da un énfasis preponderante al estudio de los procesos cognitivos y la forma en que se estructura la información aprendida (Vera, et al. 2005). Además, el postulado básico de las redes semánticas menciona que hay una organización interna de la información contenida en la memoria a largo plazo, en forma de red, en donde las palabras o eventos forman relaciones, mismas que en conjunto dan el significado (Reyes-Lagunes, 1993).

En otras palabras, la red total generada para un concepto en particular indica que: "Las redes determinan el significado de un concepto" y que entre mayor sea la red se podrá tener una mejor comprensión y conocimiento acerca de lo que para los sujetos significa la idea definida" (Reyes-Lagunes, 1993). Para obtener una red semántica, es necesario solicitarle con toda claridad a los participantes, que realicen dos tareas fundamentales:

- Que definan con la mayor precisión posible al estímulo, mediante la utilización de un mínimo de cinco palabras sueltas, que pueden ser: verbos, adverbios, sustantivos, adjetivos, nombres, pronombres, etc., sin utilizar artículos, preposiciones ni ningún otro tipo de partícula gramatical, que consideren relacionadas con ésta.
- Una vez definido el estímulo, se les solicita que, de manera individual, jerarquicen todas las palabras que dieron como definidoras, en función de la relación, importancia o cercanía que consideren que tiene cada una de ellas a partir del estímulo definido. De esta forma, le asignarán el número 1 a la palabra más cercana o relacionada con la palabra estímulo, el 2 a la que sigue en importancia, y así sucesivamente hasta terminar de jerarquizar todas las palabras que dieron como definidoras.

A través de las Redes Semánticas Naturales y, tomando la versión modificada de estas (Reyes Lagunes, 1993), se obtendrán los siguientes valores:

- Tamaño de la red (TR). Corresponde al número total de las diferentes definidoras producidas por los sujetos, reflejando, de esta manera el tamaño o riqueza de la red y de aquí el nombre de este puntaje.
- Peso semántico (PS). El Peso Semántico de cada una de las definidoras es el resultado de la suma de la ponderación de la frecuencia por la jerarquización dada a la palabra y se obtiene asignando el mayor puntaje a la definidora que obtuvo el

primer lugar por el participante (10), el siguiente puntaje a la que se señaló en segundo lugar (9), y así sucesivamente, hasta llegar al valor más bajo para la palabra ordenada en último lugar.

- Núcleo de la red (NR). Este conjunto busca identificar aquellos elementos que definen al estímulo y, por lo tanto, agrupa a aquellas definidoras con pesos semánticos más altos mismos que se delimitan a través del llamado punto de quiebre. Este último se obtiene al graficar los pesos semánticos en forma descendente y hacer el corte cuando la pendiente de la curva adquiera su carácter asintótico en relación con el eje de las X's. Se construye así el Núcleo de la Red (NR).
- Distancia semántica cuantitativa (OSC). Esta se da entre los elementos que conforman el Núcleo de la Red (NR) y se obtiene asignándole a la definidora con Peso Semántico (PS) más alto el 100%. Los siguientes valores se obtienen a través de una regla de tres simples a partir de este valor.
- Índice de consenso grupal (ICG). Se obtiene a través del porcentaje total de las definidoras en las que concuerdan los sujetos de los diferentes grupos en estudio.
- Carga afectiva (CA). - Corresponde a la clasificación que se hace de las definidoras, tomando como punto de referencia el estímulo, en positivas (+), negativas (-) o descriptivas (d). Si bien el análisis de las frecuencias indica el tipo de evaluación predominante en el concepto estudiado se debe establecer su significancia a través de la prueba de  $\chi^2$ .

## Justificación

Un estudio realizado por Garibay, et al. (2019) explica que la polarización en las sociedades es un problema que genera gran preocupación y que dicho contratiempo se traslada y desarrolla en las redes sociales en línea. Por ejemplo, los temas de polarización pueden ser de diferentes áreas de la sociedad, ya sea un discurso político o la desigualdad económica. Lee, et al. (2014) explicaron que la heterogeneidad en las redes sociales a menudo está asociada con la exposición a puntos de vista y redes de comunicación afines o diversos, y que cuanto más o menos expuestos estén los usuarios a diversas perspectivas menor o mayor será el nivel de polarización.

Pasa lo contrario cuando se habla del sentido de pertenencia el cual es: una necesidad innata del ser humano, y este lo busca en algún, grupo, persona, objeto o ideología, con la cual él pueda compartir intereses mutuos, puntos de vista similares y en el caso de los grupos o comunidades crear redes de apoyo, en donde se establecen valores, reglas de convivencia estilos de comunicación, etc. (Buriticá, 2019). Garibay, et al. (2019) mencionaron que las redes sociales en línea han traído una manera diferente en la que los seres humanos pueden comunicarse, trayendo consigo cambios de comportamiento, debido a una comunicación rápida y barata en todo el mundo. La posibilidad de compartir contenido en estos espacios hace que los usuarios se esfuercen por establecer su influencia, esperando a que sea apoyada por otros usuarios.

Y en cuanto a la comunicación en línea entre los seres humanos, Álvarez (2021), comentó que uno de los espacios en donde se puede realizar esta actividad son las comunidades virtuales. Estas comunidades han pasado a desarrollarse en el ciberespacio o realidad virtual, creando así las comunidades virtuales, las cuales son un espacio en línea donde varios internautas interactúan entre ellos, realizando actividades similares a las anteriormente mencionadas (Triana, 2016).

Tomando en cuentas la heterogeneidad de las redes sociales y la polarización que se provoca en las mismas, este trabajo de investigación pretende analizar la perspectiva que tienen los jóvenes sobre el uso, lo qué es, que se hace en una comunidad virtual, al igual que las motivaciones que los orillan a integrarse a una y el sentido de pertenencia a las mismas. Y de esta manera dejar un acercamiento a futuras investigaciones sobre este tema, al igual que aportar información que difiera la polarización en el ciberespacio.

Los participantes en los que esta investigación se enfoca, es la población juvenil, quienes cubren la mayor parte de internautas en lo que se conoce como el ciberespacio. Como se ha explicado con anterioridad, aquellos que acceden y hacen uso de internet incluso los jóvenes, interactúan, conversan, comparten información y buscan personas o grupos que empaticen con sus ideales, gustos, disgustos y de esta forma se incorporan a lo que se conoce como comunidades virtuales.

### **Pregunta de investigación**

¿Cómo es el sentido de pertenencia en las comunidades virtuales en jóvenes?

### **Objetivo**

Analizar el sentido de pertenencia a comunidades virtuales mediante la técnica de redes semánticas naturales modificadas en jóvenes.

### **Diseño de estudio**

La investigación es cualitativa de tipo exploratorio y transversal.

### **Definición conceptual de la variable**

Blanchard (2004) define las comunidades virtuales como grupos de personas que se encuentran en interacción con otros, están conectados por un interés específico, se

reúnen por medio de una plataforma técnica, a través de la cual es posible: apoyar la socialización, ofrecer una identidad a los participantes y un sentido de pertenencia.

Medina (2017) explicó el sentido de pertenencia como la creación de un vínculo con una persona, grupo, lugar o comunidad, en donde se comparten experiencias y se genera compromiso, lealtad, admiración y respeto hacia los valores y filosofía a los que son arraigados.

## **Método**

### **Participantes**

Se estudió una muestra no probabilística integrada por 242 jóvenes, tomando en cuenta como criterio de inclusión, el uso de comunidades virtuales y ser alumnos de grados media superior y superior. El rango de edad fue de 15 a 24 años, con una media de 19 años y una desviación estándar de 2.3. Entre ellos, 159 eran mujeres y 81 hombres. El 9.1 % manifestó tener una red social, 34.3% poseía dos redes sociales, el 33.9% disponía de tres y el 21.9%, contaba con cuatro o más. Entre las que más frecuentaban se encontró Facebook con un 65.1%, seguido de Instagram con el 23.2% y la mayoría era miembro de entre 5 a 10 comunidades virtuales.

### **Instrumento**

Se utilizó la técnica de redes semánticas naturales modificadas de Reyes-Lagunes (1993) la cual consistió en diez frases estímulos

1. Comunidad virtual
2. Pertenezco a comunidades virtuales debido a
3. Motivos para pertenecer a una comunidad virtual
4. Emociones y sentimientos que me genera pertenecer a una comunidad virtual
5. Me identifico con alguna comunidad virtual debido a



6. Los beneficios sociales de pertenecer a una comunidad virtual son
7. Lo que hacemos los miembros en la comunidad virtual es
8. Los beneficios personales de pertenecer a una comunidad virtual son
9. Lo que busco en una comunidad virtual es
10. Los riesgos de pertenecer a una comunidad virtual son

## **Procedimiento**

Se usó la plataforma JotForm para subir el instrumento en línea, y así realizar la aplicación en este medio, después se buscó la manera de acceder a grupos de jóvenes que estén cursando la educación media superior y superior a los cuales se les pidió su participación para resolver el cuestionario. Al comenzar se les explicó de manera breve el contenido del instrumento, al igual que la manera adecuada para su resolución, esto se realizó con un estímulo que sirvió como ejemplo, en este caso fue la palabra “manzana” y una vez que confirmaron haber entendido el procedimiento y fin del instrumento procedieron al llenado de este, y cuando terminaron se les agradeció por su colaboración.

## **Consideraciones éticas**

En un párrafo previo al cuestionario se explicó al participante el objetivo del estudio y se le solicitó su firma para participar en el estudio, las respuestas fueron anónimas. Las aplicaciones se realizaron considerando las recomendaciones éticas de la *American Psychological Association 2019*.

## **Resultados**

### **Análisis de resultados**

Una vez que se obtuvieron los resultados se realizó el vaciado en una base de Excel tomando como fundamento las indicaciones de las redes semánticas naturales de Reyes-Lagunes (1993). También se ordenaron las palabras con base en la frecuencia de estas, y

se juntaron aquellas palabras que tuvieran un significado similar, por ejemplo, “grupo” y “grupos”.

Para construir la base de datos, primero se hizo el llenado de esta. Ya que todos los datos son registrados, se obtuvo el tamaño de la red (TR) que es el total de las diferentes definidoras proporcionadas por los participantes. El llenado se realizó de la siguiente manera; primero se capturo la definidora, después se asignó el valor jerárquico en función de la relación, importancia o cercanía que los participantes consideraron tiene la definidora a partir del estímulo definido. Es decir, si el participante asigna a su definidora el número uno, se capturará en esa posición jerárquica.

Una vez obtenido el tamaño de la red, se calculó el Peso semántico (PS), se trata del resultado total de cada posición jerárquica, asignada a la definidora, multiplicado por el lugar que le corresponde. Siguiendo el siguiente orden, el primer lugar por el valor menor de la jerarquía, el cual en esta investigación es el Diez, el segundo por el Nueve, y así sucesivamente. Por ejemplo, la definidora, “interés” mostró una frecuencia de 37 en el primer lugar de la jerarquía, al estar en el primer lugar debe multiplicarse por Diez, dando como resultado 370.

Después se buscó el núcleo de la red (NR). Se identificaron los elementos que definen al estímulo y se agruparon las definidoras con pesos semánticos más altos, los cuales se delimitaron a partir del punto de quiebre. El punto de quiebre se encuentra al graficar los pesos semánticos de mayor a menor y se hace el corte cuando la pendiente presenta un carácter asintótico en relación con el eje de las X's

Por último, se calculó la distancia semántica cuantitativa (OSC). Esta se obtuvo de una multiplicación entre los pesos semánticos del núcleo de la red por 100, entre el peso semántico más alto de la red.

A continuación, se presentan las gráficas de los resultados obtenidos a través del análisis de datos y las palabras que más representaron cada red semántica.

En la figura 1 la red semántica para la base estímulo “comunidad virtual” mostró un tamaño de red compuesta por 11 definidoras, “Grupos” (PS=667), en segundo lugar, se encuentra “Personas” (PS=564), después “Internet” (PS=549), “Amigos” (PS= 529), “Interés” (PS=444), “Comunicación” (PS=367), “Interactuar” (PS=340), y finalmente se encuentra “Socializar” (PS=303), “Gustos” (PS=297), “Compartir” (PS=249) y “Red” (235).

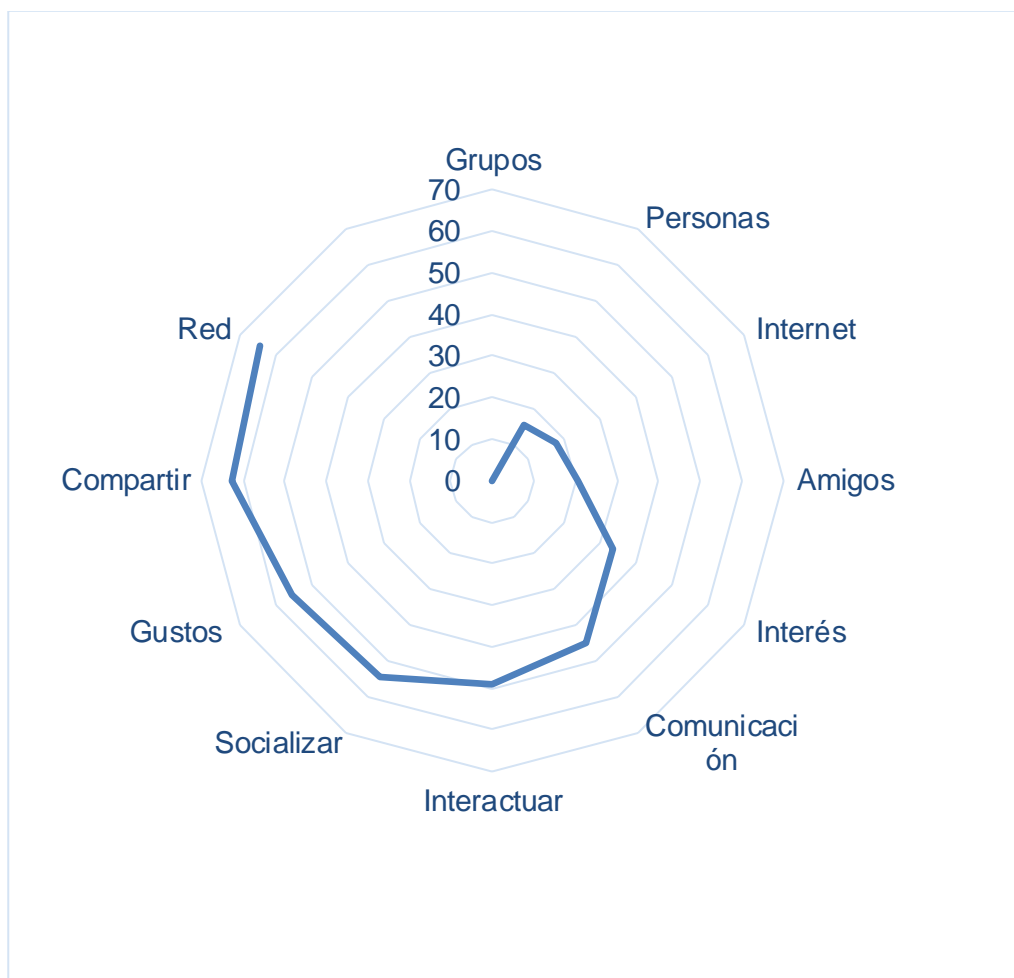


Figura 1.

Núcleo de red para la base estímulo “Comunidad virtual”.

En la figura 2 el núcleo de la red del estímulo “Pertenezco a comunidades virtuales debido a”, estuvo conformada por 10 definidoras, de las cuales “Intereses” tuvo el mayor peso semántico lo cual refleja que los participantes pertenecen a una comunidad virtual debido a “Intereses” (PS=891), “Gustos” (PS=748), “Diversión” (PS=619), “Conocimiento” (PS=534), seguido de, “Información” (PS=516), “Entretenimiento” (PS=477), “Amistad” (PS=472), y por último “Aprendizaje” (PS=422), “Escuela” (PS=337) y “Socializar” (PS=280).

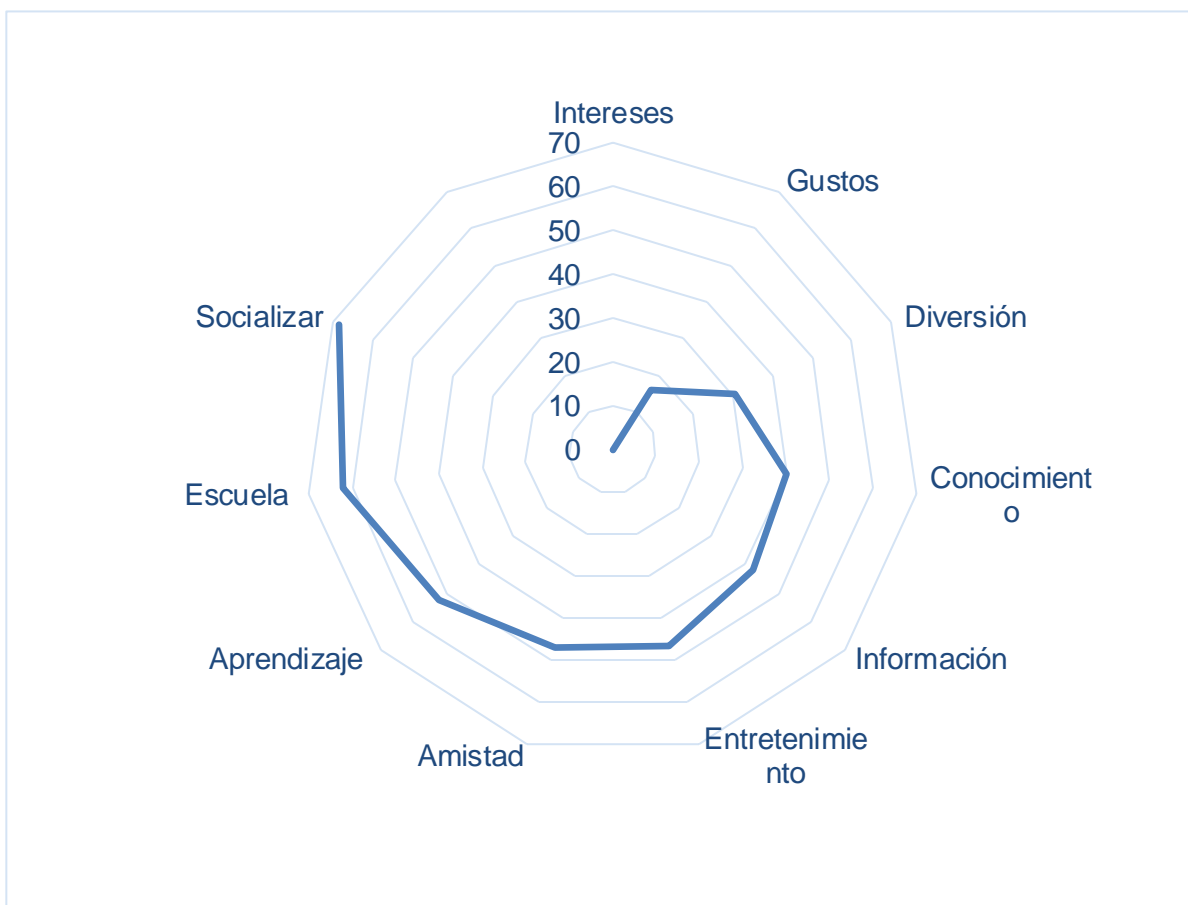


Figura 2.

Núcleo de red para la base estímulo “Pertenezco a comunidades virtuales debido a”.

En la figura 3 el núcleo de la red del estímulo “Motivos para pertenecer a una comunidad virtual”, estuvo conformada por 10 definidoras, entre las cuales Aprendizaje fue la que presentó mayor peso semántico, señalando que los motivos para pertenecer a una comunidad virtual son: “Aprendizaje” (PS=612), “Divertido” (PS=565), “Conocer” (PS=516), seguido de, “Información” (PS=500), “Interesante” (PS=439), “Entretenido” (PS=408), “Gusto” (PS=349), y por último “Compartir” (PS=340), “Socializar” (PS=301) e “Interacción” (PS=265)

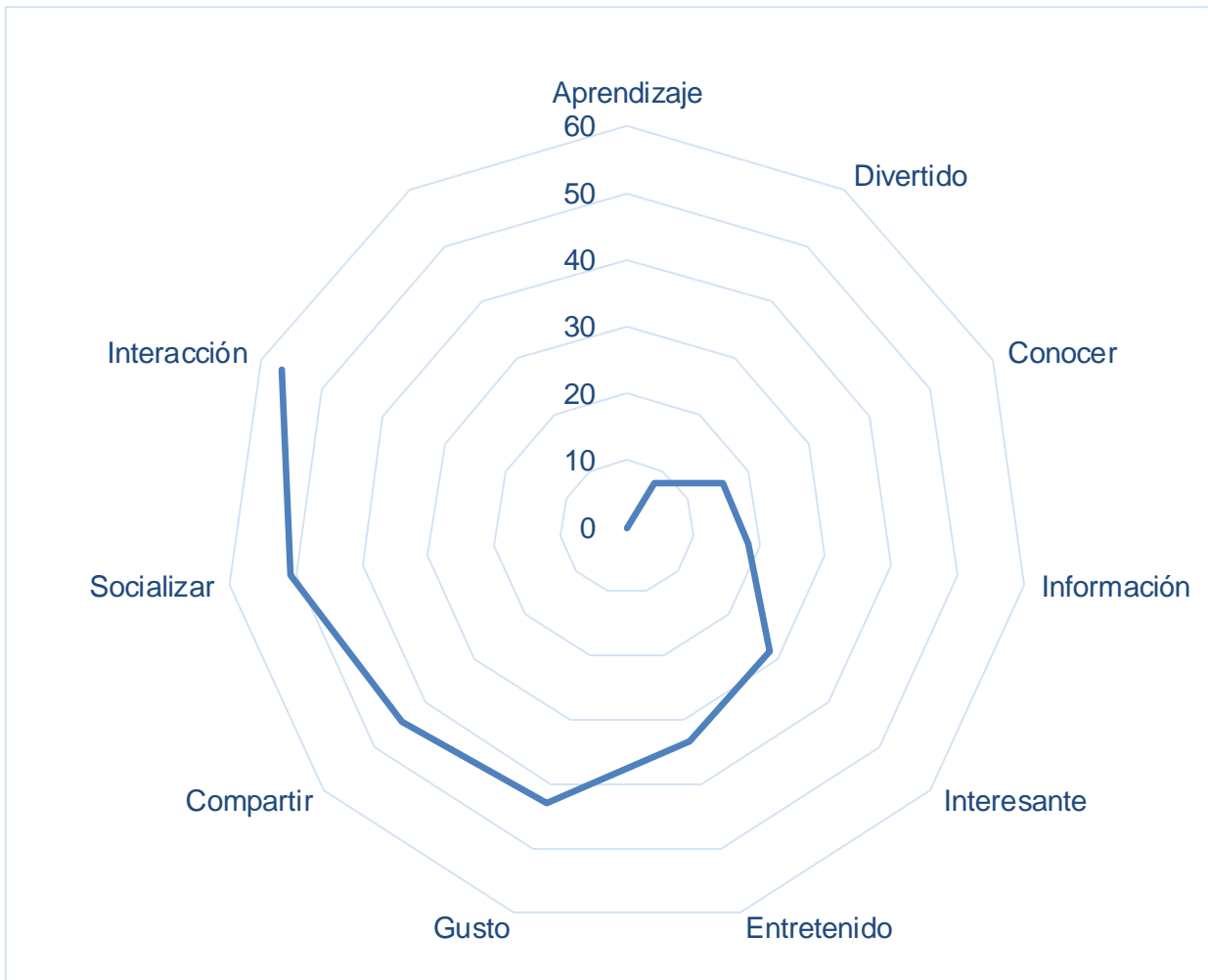


Figura 3.

Núcleo de red para la base estímulo “Motivos para pertenecer a una comunidad virtual”.

En la figura 4 la red muestra resultados para “Emociones y sentimientos que me genera pertenecer a una comunidad virtual”, estuvo conformada por 10 definidoras: “Alegría” (PS=1110), “Felicidad” (PS=1107), “Enojo” (PS=555), seguido de, “Emoción” (PS=449), “Diversión” (PS=476), “Empatía” (PS=392), “Tristeza” (PS=390), “Satisfacción” (PS=311), “Interés” (PS=305) y “Pertenencia” (PS=303).

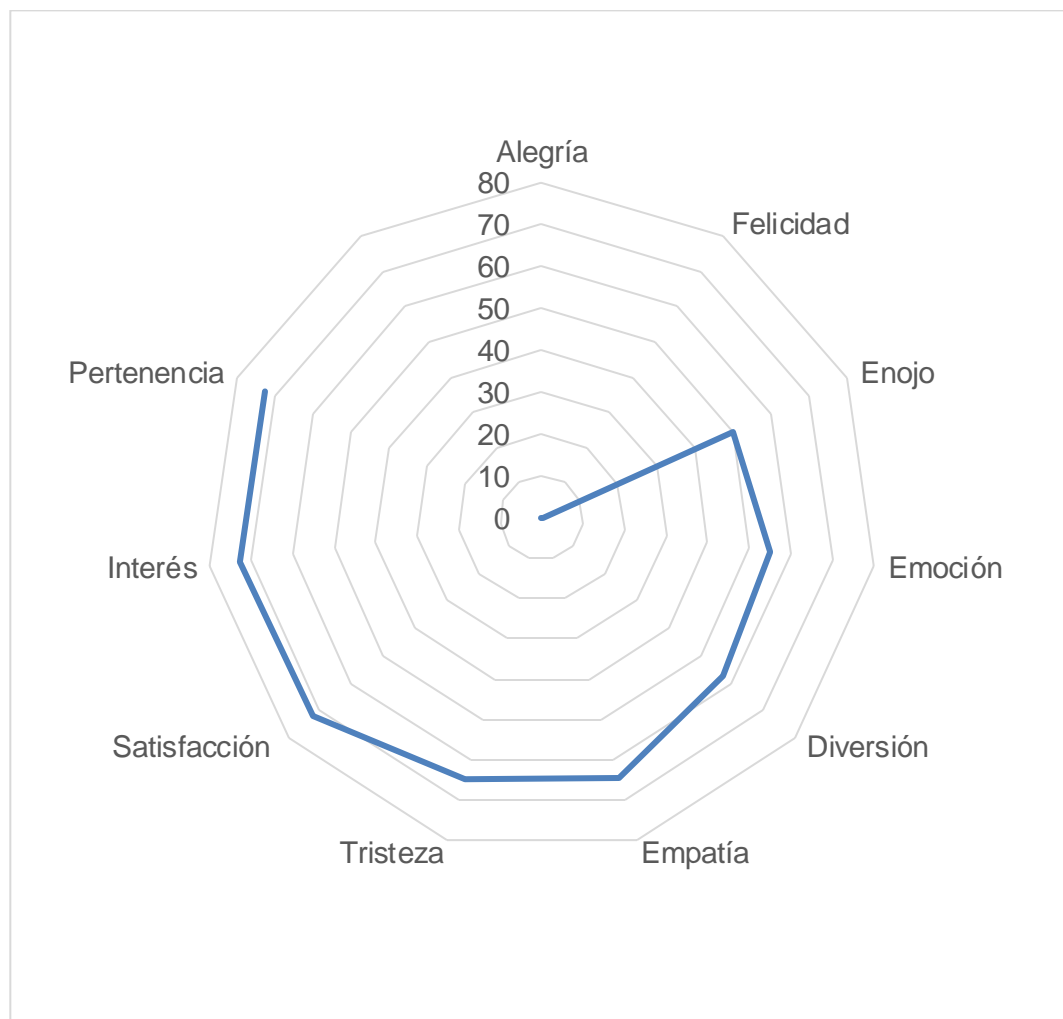


Figura 4.

Núcleo de red para la base estímulo “Emociones y sentimientos que me genera pertenecer a una comunidad virtual”.

Este núcleo muestra los resultados del estímulo “Me identifico con alguna comunidad virtual debido a” estuvo formada por 10 definidoras: “Gusto” (PS=1154), “Interés” (PS=869), “Amistades” (PS=309), “Diversión” (PS=265), “Pensamiento” (PS=228), seguido de: “Aprendizaje” (PS=225), “Información” (PS=219), “Temas” (215), “Comunidad” (PS=204) e “Ideas” (PS=196).

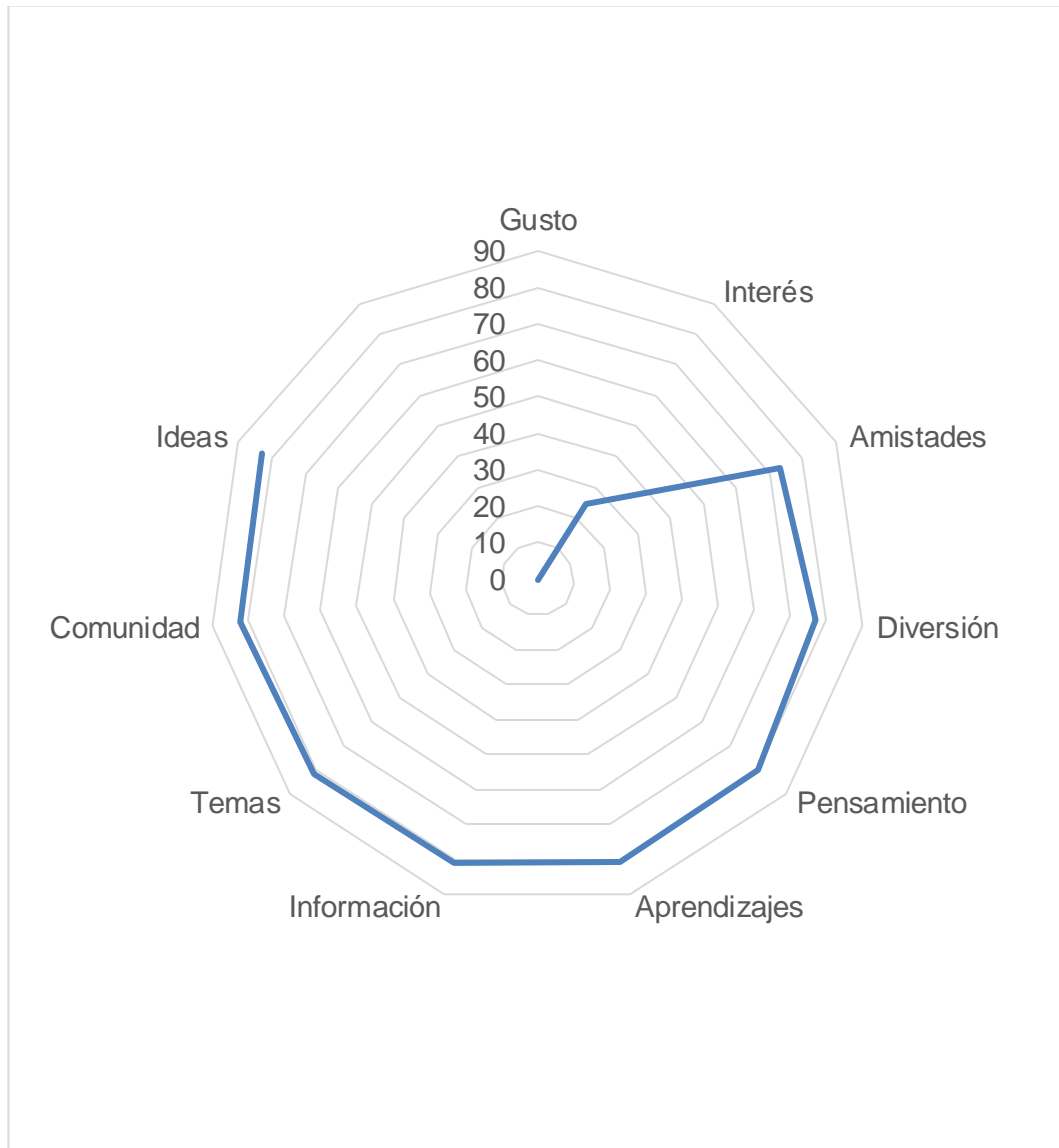


Figura 5.

Núcleo de red para la base estímulo “Me identifico con alguna comunidad virtual debido a”.

En la figura 6 el núcleo de la red del estímulo “Los beneficios sociales de pertenecer a una comunidad virtual son” estuvo formada por 11 definidoras: “Conocimiento” (PS=667), “Amigos” (PS=533), “Aprender” (PS=531), “Información” (PS=512), “Apoyo” (PS=450), “Social” (PS=444), seguido de: “Comunicación” (PS=333), “Compartir” (288), “Perteneceer” (PS=283), “Diversión” (PS=231), “Conversar” (PS=207) y “Entretenimiento” (PS=187).



Figura 6.

Núcleo de red para la base estímulo “Los beneficios sociales de pertenecer a una comunidad virtual son”.



Los resultados para el estímulo “Lo que hacemos los miembros en la comunidad virtual es” estuvo formada por 10 definidoras: “Compartir” (PS=959), “Información” (PS=464), “Interactuar” (PS=378), “Aprender” (PS=354), “Apoyar” (PS=336), seguido de: “Platicar” (PS=335), “Conocer” (PS=308), “Ayuda” (PS=294), “Divertir” (PS=292) y “Debatir” (PS=275).

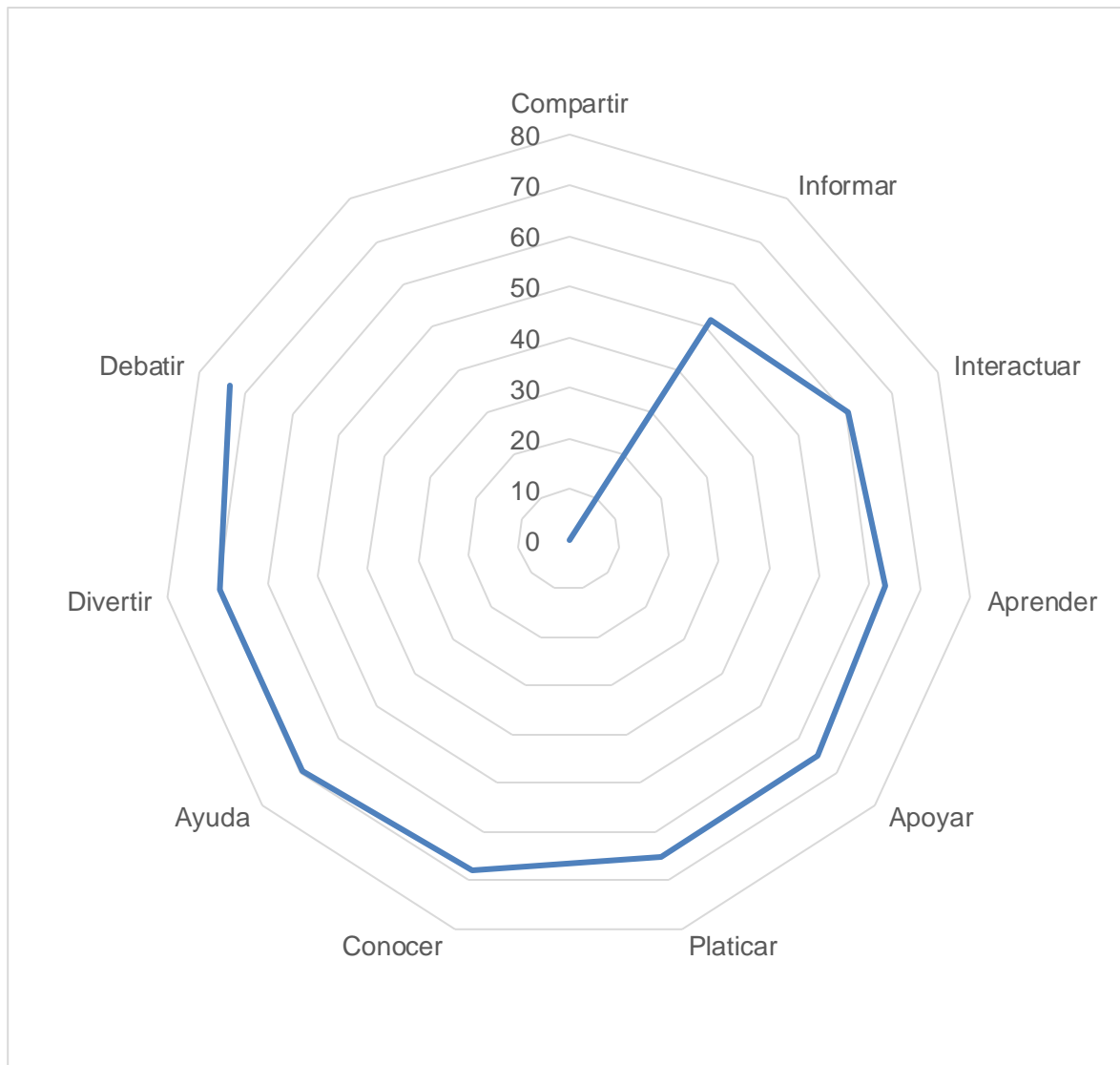


Figura 7.

Núcleo de red para la base estímulo “Lo que hacemos los miembros en la comunidad virtual es”.

En la figura 8 el núcleo de la red del estímulo “Los beneficios personales de pertenecer a una comunidad virtual son” estuvo formada por 10 definidoras: “Aprendo” (PS=704), “Conocimiento” (PS=569), “Conocer” (PS=499), “Información” (PS=421), “Amistad” (PS=317), seguido de: “Diversión” (PS=309), “Entretenimiento” (PS=286), “Apoyo” (PS=213), “Distracción” (PS=197) y “Comunicación” (PS=193).

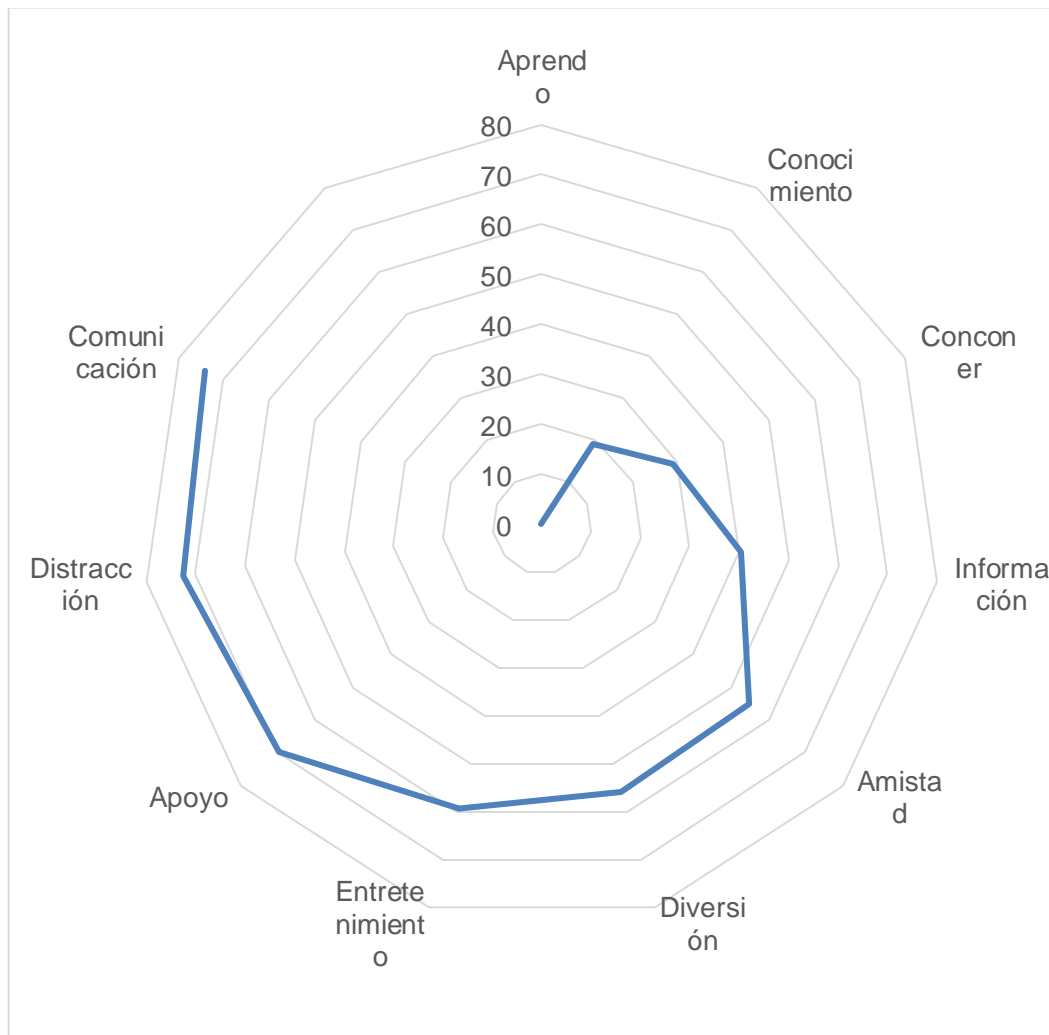


Figura 8.

Núcleo de red para la base estímulo “Los beneficios personales de pertenecer a una comunidad virtual son”.

En la figura 9 el núcleo de la red del estímulo “Lo que busco en una comunidad virtual es” estuvo formada por 11 definidoras: “Diversión” (PS=593), “Aprender” (PS=512), “Información” (PS=502), “Respeto” (PS=486), “Amigos” (PS=470), seguido de: “Conocer” (PS=377), “Entretenimiento” (PS=313), “Conocimiento” (PS=312), “Apoyo” (PS=307), “Compartir” (PS=301) e “Interactuar” (PS=209).



Figura 9.

Núcleo de red para la base estímulo “Lo que busco en una comunidad virtual es”.

En la figura 10 el núcleo de la red del estímulo “Los riesgos de pertenecer a una comunidad virtual son” estuvo formada por 10 definidoras: “Acoso” (PS=510), “Información” (PS=503), “Fraude/Estafa” (PS=402), “Falsedad” (270), “Ciberbullyng” (PS=253), seguido de: “Robo” (PS=234), “Desconocidos” (PS=205), “Engaños” (PS=203), “Exposición” (PS=203) e “inseguridades” (PS=200).



Figura 10.

Núcleo de red para la base estímulo “Los riesgos de pertenecer a una comunidad virtual son”.

## Discusión y conclusión

La investigación contenía el objetivo de analizar el sentido de pertenencia a comunidades virtuales mediante la técnica de redes semánticas naturales modificadas en jóvenes (Reyes-Lagunes 1993). En una muestra de estudiantes mexicanos que cursan el nivel media superior y superior.

Rivera y Miño (2018) explicaron que los jóvenes describen a las comunidades virtuales como espacios para compartir ideas e información. En el estímulo “comunidades virtuales” una de las definidoras más representativas fue “Compartir” lo cual refleja una concordancia entre los estudios sobre lo que los jóvenes definen y consideran como una comunidad virtual, y en la base estímulo “Me identifico con alguna comunidad virtual debido a” se encuentran los conceptos “información” e “Ideas” mostrando otra similitud entre lo que los autores explican sobre la población juvenil que pertenece a estas comunidades y la investigación.

Entre otras cosas comentan que una de las razones que orilla a esta población a ser parte de una CV es el interés en especial por compartir. Por su parte el estudio con relación a la base estímulo “Pertenezco a comunidades virtuales debido a” presenta como una de las definidoras más representativas la palabra “interés” reflejando así otra concordancia en los motivos para ser parte de una CV.

En la investigación los jóvenes definen a la comunidad virtual con palabras como; Interactuar, socializar, gustos, comunicación, grupos y compartir, estos conceptos son semejantes a lo que autores como Triana (2016) utiliza para definir lo que es una CV, o como también lo menciona Urbina (2019), estos espacios son grupos creados para la representación de sus miembros, y esto se logra con el uso de las nuevas tecnologías interactivas, entonces se puede considerar que las CV, están relacionadas con los conceptos anteriormente mencionados.

El estímulo relacionado a “Pertenezco a comunidades virtuales debido a” las definidoras más representativas fueron; intereses, gustos, diversión, conocimiento, información, entretenimiento, amistad, aprendizaje y socializar, estos conceptos se presentan en las comunidades virtuales, por ejemplo, autores como Ramírez y Amaro (2013), explican que en estas plataformas se pueden llegar a crear lazos de amistad y se encuentra formada por personas con intereses determinados.

También se asemeja a lo que Robles (2009) menciona sobre estos grupos los cuales proporcionan sociabilidad e información. En la red de estímulo “Me identifico con alguna comunidad virtual debido a” se presenta la palabra “información”, mostrando así otra similitud entre el estudio y la investigación del autor sobre las CV.

En el estímulo “Motivos para pertenecer a una comunidad virtual” se encontró entre las definidoras más representativas, conceptos como; socializar e interactuar y en palabras de Triana (2016), las comunidades virtuales permiten la interacción por medio de diferentes canales de comunicación. También comenta que estas plataformas permiten la socialización y estas posibilidades según el estudio son algunas de las motivaciones que los jóvenes tienen para ser parte de una CV. Rivera y Miño (2018), mencionan que la razón principal que motiva a los jóvenes a ser parte de una CV, es intercambiar conocimiento con otras personas que compartan un interés y en la investigación, los conceptos, “Interesante”, “Conocer” y “Compartir” son los mismos que se presentan entre los participantes.

Urbina (2019) describe que las Comunidades virtuales fueron consolidadas para satisfacer la necesidad de pertenencia a un grupo que represente a sus participantes, y en la red del estímulo “Emociones y sentimientos que me genera pertenecer a una comunidad virtual” la palabra “pertenencia” fue uno de los conceptos más representativos entre los jóvenes. Desde este punto de vista se puede notar que las CV generan pertenencia entre sus usuarios, otra de las palabras que se presentan en este estímulo es “interés” algo que

según el autor también satisface el hecho de estar en una CV y que de igual forma se encuentra en la red del estímulo “Me identifico con alguna comunidad virtual debido a”.

En la base estímulo “Los beneficios sociales de pertenecer a una comunidad virtual son”. La palabra “Apoyo” fue una de las más representativas para los participantes, y autores como Torres (2017), explican que, en estas comunidades, los usuarios encuentran apoyo entre los integrantes que ellos consideran más íntimos. Algo similar a este concepto es lo que describe Quintero (2019), quien comenta que, entre los beneficios de ser parte de una CV, está la oportunidad de colaborar, brindando ayuda a los integrantes de este grupo y en la base estímulo. “Lo que hacemos los miembros en la comunidad virtual es” aparece entre las definidoras más significativas la palabra “Ayudar” esto permite presumir una similitud entre los resultados de la investigación y los estudios de otros autores.

En el núcleo de la red estímulo, “Lo que hacemos los miembros de una comunidad virtual es”, “Los beneficios personales de pertenecer a una comunidad virtual son”, y “Lo que busco en una comunidad virtual”, también se presenta la palabra “Apoyo”, entonces tomando como base lo que los autores anteriormente mencionados, explican sobre lo que hay y pasa en una CV, se puede llegar a un acuerdo sobre que los usuarios de estos grupos brindan apoyo y ayuda entre ellos. Por ejemplo, Cano et al. (2017) describe que en las CV que se enfocan a procesos creativos y artísticos, los jóvenes usuarios encuentran ayuda en estos sitios.

El estímulo, “Los beneficios personales de pertenecer a una comunidad virtual son”, “Lo que busco en una comunidad virtual es” y “Pertenezco a comunidades virtuales debido a”, se encontró como una de las definidoras la palabra, “Amistad” y autores como Torres (2017), Ramírez y Amaro (2013), concuerdan con que en estos grupos se encuentran amistades, con las cuales los usuarios aprenden y encuentran apoyo, esto refleja que en las CV, existe la posibilidad de desarrollar una amistad con integrantes de la misma, y de

acuerdo con ellos, se trata de un beneficio y algo que los jóvenes buscan al ser partícipe de una, pero más importante aún parece ser uno de los factores que los orilla a pertenecer a la CV.

Tomando como base lo anteriormente explicado, se puede decir que el interés es uno de los conceptos que más relacionan los jóvenes respecto a una comunidad virtual, ya que se ha presentado en la mayoría de las redes de estímulo y la mayoría de los autores que se han tomado como referencia para este estudio, concuerdan en que este factor se presenta en las CV.

Incluso el interés puede llegar a formar el tipo de comunidad virtual, conocida como foros de discusión, la cual, en palabras de Herrera y Rodríguez (2020), tiene como objetivo dar la posibilidad de conectarse para intercambiar y discutir opiniones sobre un tema que sea de interés común. Para reafirmarlo, también se puede sustentar de lo que Bosco, et al. (2016), escriben sobre como el interés compartido entre los miembros de una CV es el fundamento para su construcción.

De igual forma en las comunidades que no son de carácter virtual, el interés se presenta en sus componentes, por ejemplo, Triana (2016) comenta que, en ellas se establece una red de relaciones que arrojan como resultado interacción y comunicación, lo que desemboca en una serie de reglas y conductas que permitan compartir sus intereses entre los participantes. Montero (2006) también menciona una conexión emocional que se basa en los intereses mutuos que cada integrante y los de la comunidad y Cano et al. (2017) explica que en estas comunidades se encuentran miles de jóvenes que tienen como fin obtener la posibilidad de compartir intereses en común.

Con esta información se puede notar no solo una semejanza entre los resultados de la investigación sobre las comunidades virtuales y lo que autores enfocados a su estudio



encontraron sobre ellas, sino también hay una similitud entre lo que es una CV, y una comunidad que no tiene un carácter virtual, entonces se puede señalar que esta concepción parece ser esencial para ambas.

En las bases estímulo, “Pertenezco a comunidades virtuales debido a” y “Motivos para pertenecer a una comunidad virtual”, Se encontraron definidoras como; “Intereses”, “Conocimiento”, “Información”, “Amistad”, “Socializar”, “Compartir” e “Interacción”, estos conceptos para los autores Medina (2017), Cueva (2016), Trejo (2021), Montero (2018) y Tejada et al. (2019), son factores que forman parte del desarrollo del sentido de pertenencia.

Y para autores como Montero (2006), Triana (2016) y Torres (2017), los conceptos interés, compartir, interacción y socializar, se presentan en lo que ellos describen como una comunidad, por su parte Rivera y Miño (2018), Urbina, (2019), Triana, (2016) y Cano et al. (2017). Conciernen en que estas ideas forman parte de lo que definen como una comunidad virtual.

Resaltando lo que comentan Ramírez y Amaro (2013) sobre que las CV, representan una extensión del mundo real, las cuales fortalecen las mismas relaciones sociales que en el mundo físico, se puede señalar que el desarrollo del sentido de pertenencia a una comunidad virtual entre los jóvenes a factores como interés, compartir, interacción y socializar.

Estas comparaciones permiten señalar que los jóvenes tienen una perspectiva sobre lo que son las comunidades virtuales similar a lo que autores e investigadores del tema describen sobre ellas, pero también por otro lado se encontraron conceptos e ideas que no se relacionan con la información que se encuentra en el marco teórico del estudio.

Algunos de estos conceptos no están relacionados con lo que se encontró sobre los riesgos de pertenecer a una comunidad virtual, en el estudio factores como el acoso,

fraude/estafa, falsedad, *ciberbullying*, robo, desconocidos, engaños, exposición e inseguridades, fueron las ideas más representativas entre la población juvenil sobre el tema. Puede que la causa por la que estos conceptos no se encontraron en los estudios sobre las comunidades virtuales, sea que no están ligados a lo que se considera una CV, ya que estos factores están inclinados a provocar lo que se conoce como polarización.

Otro ejemplo es lo que se encontró respecto a las emociones y sentimientos que les generaba al ser parte de una comunidad virtual, ideas como la alegría, felicidad, el enojo, emoción, diversión, empatía, tristeza, satisfacción, interés y el aspecto más relevante del estudio, la pertenencia, fueron los conceptos más significativos entre los participantes del estudio. Al menos en los estudios revisados y citados en este proyecto, las emociones y sentimientos en las CV, no han sido analizados.

De igual forma se encontró que los participantes encuentran en las comunidades virtuales el aprender, la diversión, entretenimiento, el conversar y sobre todo pertenecer como beneficios sociales que les proporciona este tipo de comunidades, estas ideas excepto la pertenencia también se asocia a lo que los jóvenes relacionan como beneficios personales por ser partícipes de una CV.

### **Recomendaciones**

En futuras investigaciones se puede profundizar sobre los motivos que orillan a los jóvenes a ser parte de una comunidad virtual, que es lo que comparten, como se comportan, los factores emocionales y sociales que se presentan en las comunidades virtuales y como estos afectan a los usuarios. La psicología puede contribuir a entender como se componen estas comunidades y no solo eso, sino también encontrar la forma de crear espacios comunitarios en línea que sean favorables para los usuarios. Y de esta forma tratar de disminuir la polarización que se genera en estos espacios en línea.

El campo de la psicología también podría enfocarse en estudiar las emociones y sentimientos que se generan dentro de una comunidad virtual, ya que en los estudios que se revisaron para el proyecto, no se encontró información relacionada a estos temas.

### **Limitaciones**

El tema que se abordó tiene pocas investigaciones sobre lo que se conoce como “Comunidades virtuales” ya que la información que se encuentra es de varios años atrás, en donde describen lo que son y sus componentes, en la actualidad las definiciones no presentan nuevos componentes a este fenómeno, solo se describe un poco más a detalle la información anteriormente escrita, lo que originaba una dificultad para encontrar y recabar información.

En el caso del concepto “comunidad” la dificultad de describir en una manera concreta de lo que se trata erradica en la polisemia de definiciones que envuelve este tema, provocando el mismo inconveniente y el conflicto se ve acrecentado cuando se intenta buscar fuentes que relacionen estos conceptos con la población juvenil.

Otro impedimento fue la Pandemia provocada por el virus Covid-19 que se originó en China en el año 2019 y mantuvo al país en confinamiento desde 2020 extendiéndose al 2021, provocando que el instrumento de medición se incorporara a una plataforma en línea, ya que no se contaba con la posibilidad de aplicaciones de manera presencial, esto demandó la búsqueda de una aplicación que permitiera subir este instrumento y ayudara a la aplicación y registro de las respuestas de los participantes, impidiendo la posibilidad de asistir a los participantes de manera directa durante la resolución del mismo, o la verificación de que los individuos contestara con la debida atención que se les solicitaba.

## Referencias

- Abesú, M., y Piña, J. (2017). *Redes sociales, empatía y solidaridad ciudadana en jóvenes universitarios. Ciudad de México 2017*. Sinética revista electrónica de investigación, 55. Doi: 10.31391/S2007-7033(2020)0055-012
- Álvarez, C. (2021). *La comunidad hispanohablante de fanfiction.net: anime y manga*. (Tesis de pregrado). Universidad Autónoma de México. <https://tesiunam.dgb.unam.mx/F/5K9GD219HTFEKCKASYNKJLKL6LBVUPG7HXLFL4C97GRII6YN28-18273?func=short-jump&jump=000041>
- Aparicio., V. y Rodríguez., M. (2014) *La construcción de la identidad adolescentes en internet*. INFAD Revista de psicología, 7(1). <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=349851791058>
- Baumeister, R., y Leary, M. (1995). *The need to belong: Desire for interpersonal Attachments as a Fundamental Human Motivation*. Psychological Bulletin, 117(3).
- Balderas, M. (2020). *Las redes sociales digitales como medio de comunicación interna en instituciones gubernamentales: Estrategias para la secretaria de Desarrollo Económico (SEDECO)*. (Tesina de Pregrado). [https://tesiunam.dgb.unam.mx/F?func=find-b-0&local\\_base=TES01](https://tesiunam.dgb.unam.mx/F?func=find-b-0&local_base=TES01)
- Bosco, A., Miño, R., Rivera, P. y Cano, C. (2016). *Comunidades virtuales y aprendizaje. La complejidad de una categorización*. Journal for educators, Teachers and Trainners,7(2). <https://core.ac.uk/reader/156906420>
- Buriticá, A. (2019). *La pintura como estrategia para mejorar sentido de pertenencia en los estudiantes de grado noveno de la Institución Educativa de Santa Librada de la ciudad de Santiago Cali*. (Tesis de pregrado). Facultad de Ciencias Humanas y Sociales. Colombia. <https://repository.libertadores.edu.co/handle/11371/1917>

- Blanchard, A. (2004). The Effects of Dispersed Virtual Communities on Face to Face Social Capital. En Huysman, M. & Wulf, V. (Eds.) Social Capital and Information Technology. MIT Press. London: Massachusetts Institute of Technology.  
<https://ieeexplore.ieee.org/document/6289660>
- Cáceres, M., Brändle, G., y Ruiz, J. (2017). *Sociabilidad virtual: la intención social en ecosistema digital*. Ediciones complutenses, 22 (1).  
<http://dx.doi.org/10.5209/HICS.55910>
- Causse, M. (2009). *El concepto de comunidad desde el punto de vista socio-histórico-cultural y lingüístico*. Centro de Información y Gestión Tecnológica de Santiago de Cuba Cuba. 3. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181321553002>
- Collins, A. y Quillian, M. (1969) *Retrieval time for Semantic Memory*. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*. 8, 240-247.
- Collins, A. y Loftus, E. (1975). *A spreading activation theory of semantic processing*. *Psychological Review*. 5, 85-88.
- Cueva, E. (2016). *Expresa su sentido de pertenencia a un grupo familiar, escolar y comunal*. (Tesis de pregrado). Perú. <https://1library.co/document/dy4oep5z-expresa-pertenencia-grupo-familiar-escolar-comunal.html>
- Cano, C., Salazar, C., Bosco, A., Carrasco, S., Castro, J., Giró, X., Hernández, F., Herraiz, F., Miño, R., Rivera, P., Sancho, J y Sánchez, J. (2017) *Comunidades virtuales de jóvenes: hacer visibles sus aprendizajes y saberes*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fad. DOI: 10.5281/zenodo.3648690
- Delgado, H. (08/06/2021). Web 2.0 historia, evolución y características. *Akus.net*. *Diseño web*. <https://disenowebakus.net/la-web-2.php>
- Espinosa, I., y González, A. (2017). *Diagnostico e implementación de identidad y el sentido de pertenencia en los medios de comunicación interna (gaceta tranviari, página de internet, Facebook, twitter)* (Tesis de pregrado). México.

[https://repositorio.unam.mx/contenidos?c=4vO86B&d=false&q=gaceta&i=1&v=1&t=search\\_0&as=0](https://repositorio.unam.mx/contenidos?c=4vO86B&d=false&q=gaceta&i=1&v=1&t=search_0&as=0)

Fernández, J. (30 de junio de 2020). *Digital 2020: El uso de las redes sociales abarca casi la mitad de la población mundial. We are social.*  
<https://wearesocial.com/es/blog/2020/01/digital-2020-el-uso-de-las-redes-sociales-abarca-casi-la-mitad-de-la-poblacion-mundial>

Figuroa, N. J., González, E. Y Solis, V. (1981). *Una Aproximación al problema de significado: Las Redes Semánticas.* Revista Latinoamericana de Psicología, 13 (3), 447-458.

Heredia, E. (2017). *Posibles riesgos del uso de las redes sociales en adolescentes.* Revista de estudios e investigación en psicología y educación, (13), 7.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6348949>

Herrera, M. y Rodríguez, C. (2020). *Módulo II Hardware y comunicaciones.* MAPEO.

Hernández, F. (1998). *Aplicación de la técnica de redes semánticas a tres conceptos asociados a las relaciones de pareja: amor, celos y temor.*

Hopenhayn, M., y Sojo, A. (2011). *Sentido de Pertenencia en sociedades fragmentadas: America Latina en una perspectiva global.* Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.  
<https://www.cepal.org/es/publicaciones/2027-sentido-pertenencia-sociedades-fragmentadas-america-latina-perspectiva-global>

Instituto nacional de Estadística y Geografía. (2020). *Estadística a propósito del día mundial del internet (17 de mayo) datos nacionales.* Comunicado de Prensa Núm. 216/20, 2019, 1–8.

García, T. (2019). *50 aniversario de internet.* <http://hdl.handle.net/11000/5413>

García, A., López, C., y Montes, M. (2020). *Características y percepciones sobre el uso de las plataformas de redes sociales y dispositivos tecnológicos por parte de los*

- adolescentes*. ZER: Revista De Estudios De Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria, 25(48). <https://doi.org/10.1387/zer.21556>
- Garibay, I., Mantzaris, A., Rajabi, A. y Taylor, C. (2019). *Polarization in social media assist influencers to become more influential: analysis and two inoculation strategies*. Scientific reports, 9. <https://doi.org/10.1038/s41598-019-55178-8>
- Gómez, A. (2019). *El internet en México y su comportamiento a futuro*. (Tesis de pregrado). <http://132.248.9.195/ptd2019/octubre/0797018/Index.html>
- Gil, M. (2020). *Comunidad, pedagogía y subjetividad*. Grupos de investigación Humanidades y Universidad, Grupo REDIPE. 9(7). <https://revista.redipe.org/index.php/1/article/view/1013>
- Larrea, J. (2017). *Los sitios Web de las defensorías del pueblo de Argentina, Colombia, Ecuador y España*. (Tesis de Doctorado). Universidad Nacional de la Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/68060>
- Lévy, P. (1999). *¿Qué es lo virtual?* Barcelona, Paidós. <https://www.academia.edu/download/33717895/LevyPierre-QueEsLoVirtual.pdf>
- Lee, J., Choi, J. y Kim, Y. (2014). *Social media, network heterogeneity, and opinión polarization*. Journal of communication, 64. doi:10.1111/jcom.12077
- Mamonov, S., Koufaris, M. y Benbunan-Fich, R. (2016). *The Role of the Sense of Community in the Sustainability of Social Network Sites*. International Journal of Electronic Commerce, 20(4), 470–498. <https://doi.org/10.1080/10864415.2016.1171974>
- Martinez, L., Leyva, M. y Felix, L. (2014). *La realidad de la realidad (Reflexiones en torno a la educación virtual)*. Red Durango de Investigadores Educativos A.C, Primera edición. <https://docplayer.es/60435680-Luis-manuel-martinez-hernandez-maria-elizabeth-leyva-arellano-luisa-fernanda-felix-arellano.html>

- Matus, M., Rivera, D. y Zúniga, D. (2016). *Factores sociales, sentido de pertenencia y percepción social que tienen los pobladores mayores de 18 años de la comunidad de San Pedro del Municipio de Agosto 2015 a Enero 2016*. (Tesis de pregrado). Nicaragua. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. <https://repositorio.unan.edu.ni/2197/>
- Medina, A. (2017). *Estrategia de fortalecimiento del compromiso organizacional y sentido de pertenencia en los docentes de la Unidad Educativa Santo Domingo de Guzmán, Quito*, (Tesis de pregrado). Universidad Andina Simón Bolívar. Ecuador. <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/5615>
- Montero, M. (2004). *Introducción a la psicología comunitaria. Desarrollo, conceptos y procesos*. Paidós. <http://www.catedralibremartinbaro.org>
- Montero, M. (2006) *Teoría y Práctica de la Psicología Comunitaria: La tensión entre comunidad y sociedad*. Buenos Aires. Paidós.  
DOI: <https://doi.org/10.31052/1853.1180.v19.n2.11942>
- Montero, J. (2018). *La importancia de sentido de pertenencia en la elaboración de proyectos de vida de los jóvenes de la comunidad de Ñañoloma, parroquia Tupigachi. Periodo 2018-2019*. Universidad Central del Ecuador. (Tesis de pregrado). <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/20479>
- Morrison, M., Epstude, K., y Roese, N. (2012). Life regrets and the need to belong. *Social Psychological and Personality Science*, 3(6), 1-7. <https://doi.org/10.1177/1948550611435137>
- Murden, A. y Cadenasso, J. (2018). *Ser joven en la era digital. Una aproximación a los procesos de construcción de subjetividad*. CEPAL. <https://dds.cepal.org/redesoc/publicacion?id=4739>



- Puentes, M. (2016). *Facebook: consumo y comunidad*. (Tesis de Maestría). Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador. <http://hdl.handle.net/10644/4887>
- Quintero, E. (2019). *Comunidad digital*. Universidad Autónoma de Hidalgo. Con-Ciencia, 12(19-20). <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/prepa3/issue/archive>
- Quintero, E. (2019). *El mundo del internet*. Universidad Autónoma de Hidalgo. Con-Ciencia, 11(25-26).  
<https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/prepa3/issue/archive>
- Quillian, M. (1968). *Semantic memory*. Semantic information processing. 1, [https://ocw.mit.edu/courses/brain-and-cognitive-sciences/9-66j-computational-cognitive-science-fall-2004/lecture-notes/sept\\_30\\_2004\\_fin.pdf](https://ocw.mit.edu/courses/brain-and-cognitive-sciences/9-66j-computational-cognitive-science-fall-2004/lecture-notes/sept_30_2004_fin.pdf)
- Ramírez, D., y Amaro, J. (2013). *Comunidades virtuales, nuevos ambientes mismas inquietudes: el caso de Taringa!* Polis (Santiago), 12(34), 516-540  
<https://doi.org/10.4067/s0718-65682013000100025>
- Real Academia Española. (2014) Diccionario de la lengua española, 23.  
<https://dle.rae.es/grupo>
- Reyes Lagunes, I. (1993). *Redes semánticas para la construcción de instrumentos*. Revista de Psicología Social y Personalidad, Vol. IX, No.1, 81-97.
- Rips, LJ, Shoben, EJ y Smith, EE (1973). Distancia semántica y verificación de relaciones semánticas. *Journal of Verbal Learning & Verbal Behavior*, 12 (1), 1–20. [https://doi.org/10.1016/S0022-5371\(73\)80056-8](https://doi.org/10.1016/S0022-5371(73)80056-8)
- Rivera, P., y Miño, R. (2018). *Young People and Virtual Communities. New Ways of Learning and of Social Participation in the Digital Society*. Páginas de Educación, 11(6). <https://doi.org/10.22235/pe.v11i1.1554>
- Roig, R., Antolí, J., Lledo, A., y Pellín, N. (2019). *Redes de investigación e innovación en docencia universitaria. Volumen 2019*. Instituto de ciencias de la educación, 1  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=739992>

- Robles, J. (2009). *Ciudadanía digital. Una introducción a un nuevo concepto de ciudadano*. UOC, 1(11). <https://recyt.fecyt.es>
- Soler, C. (10/6/2019). Redes sociales: ¿De donde vienen y cómo han llegado hasta aquí? *Elogia*. <https://blog.elogia.net/historia-redes-sociales-origen/>
- Tejada, M., Santiago, M., Balandra, L. y Parra, J. (2019). *Modelo teórico general sobre los factores que inciden en el sentido de pertenencia*. Coloquio de investigación multidisciplinaria, 7(1). <https://www.tdx.cat>
- Torres, C. (2020). *Participación en línea de los jóvenes en México, Colombia y Perú*. Campus Virtuales. 9(1). <file:///C:/Users/roger/Downloads/594-2162-1-PB.pdf>
- Torres, P. (2017). *El desarrollo de la "Identidad Múltiple", a través de las Comunicaciones Virtuales: Caso IMVU Comunidad en México* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Autónoma de México, México. [https://repositorio.unam.mx/contenidos?c=4vO86B&d=false&q=gaceta&i=1&v=1&t=search\\_0&as=0](https://repositorio.unam.mx/contenidos?c=4vO86B&d=false&q=gaceta&i=1&v=1&t=search_0&as=0)
- Trejo, K. (2021). *Estrategias de comunicación institucional para el fortalecimiento del sentido de pertenencia de las y los miembros de la Escuela Nacional de Cuadros del Partido Revolucionario Institucional*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Autónoma de México. <https://tesiunam.dgb.unam.mx/F/5K9GD219HTFEKCKASYNKJLKL6LBVUPG7HXLFL4C97GRIL6YN28-18273?func=short-jump&jump=000041>
- Triana, (2016). *Las comunidades virtuales de aprendizaje*. Universidad Surcolombiana Neiva, Colombia. 27(30). <https://revistas.utp.ac.pa/index.php/memoutp/article/view/1269>
- Urbina, L. (2019). *La construcción de comunidades virtuales en la red social Facebook: una revisión a partir de la teoría de usos y gratificaciones*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Autónoma de México, México.

[https://repositorio.unam.mx/contenidos?c=4vO86B&d=false&q=gaceta&i=1&v=1&t=search\\_0&as=0](https://repositorio.unam.mx/contenidos?c=4vO86B&d=false&q=gaceta&i=1&v=1&t=search_0&as=0)

Valenzuela, A. (2017). *Uso excesivo del internet en estudiantes de bachillerato del Estado de México*. (Tesis de pregrado). Universidad insurgetes, <http://132.248.9.195/ptd2018/agosto/0778856/Index.html>

Valentin, L. (2019). *Un acercamiento al concepto de comunidad en el universo tradicional negroafricano*. Estudios de Asia y África, 55(2). <https://doi.org/10.24201/eea.v55i2.2488>

Valdez, M. (1991). *Las categorías Semánticas, Usos y Aplicaciones en Psicología Social en México*. 3. 139-143.

Valdez, M., y Reyes L. (1992). *Las categorías Semánticas y el Autoconcepto*. La Psicología Social en México. 4. México: Asociación Mexicana de Psicología Social.

Vera, J., Pimentel, C., y Batista, F. (2005). *Redes Semánticas: Aspectos Teóricos, Técnicos, Metodológicos y Analíticos*. Revista Ra Ximhai, Universidad Autónoma Indígena de México. 439-451.

Villareal, H. (2018). *Psicología de grupos*. Colombia: Fundación Universitaria del Área Andina, 12(55). <http://digitk.arendina.edu.co>