



**UNIVERSIDAD  
INSURGENTES**

Plantel Xola

**LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA CON  
INCORPORACIÓN A LA UNAM CLAVE 3315-25**

“INTERACCIÓN SOCIAL ENTRE GRUPOS ANÓNIMOS Y NO ANÓNIMOS  
EN LA RED SOCIAL DE FACEBOOK”

**T E S I S**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

**LICENCIADA EN PSICOLOGÍA**

P R E S E N T A

MARIA DE LOS ÁNGELES JASSO MARTÍNEZ

ASESORA: MTRA. CLAUDIA MONICA RAMÍREZ HERNÁNDEZ

CIUDAD DE MÉXICO

2020



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.

# ÍNDICE

RESUMEN	5
INTRODUCCIÓN	6
MARCO TEÓRICO	9
CAPITULO I INTERACCIÓN SOCIAL	9
1.1 Importancia de la Interacción social	9
1.2 Definición de Interacción social	10
1.3 Análisis de la Interacción social	13
1.3.1 Joseph Fichter Estatus, roles y procesos sociales	13
1.3.2 Marc & Picard Dinámica de las interacciones	19
CAPITULO II INTERNET Y REDES SOCIALES	24
2.1 Los comienzos del internet	24
2.2 Que son las redes sociales	30
CAPITULO III ANONIMATO	43
3.1 Definición de anonimato	43
3.2 Breve historia del anonimato	43
3.3 El anonimato en internet y su interacción	49
CAPITULO IV MÉTODO	59
4.1 Justificación	59

4.2 Problema de investigación	60
4.3 Objetivos	60
4.4 Hipótesis	61
4.5 Variables y Definiciones	61
4.5.1 Variables	61
4.5.2 Definiciones	61
4.5.2.1 Definiciones conceptuales	61
4.5.2.2 Definiciones operacionales	62
4.6 Diseño de investigación	62
4.7 Tipo de estudio	63
4.8 Muestra	63
4.9 Muestreo	63
4.10 Instrumento	64
4.11 Material	65
4.12 Procedimiento	65
<b>CAPITULO V RESULTADOS</b>	<b>67</b>
<b>CAPITULO VI ANÁLISIS DE RESULTADOS</b>	<b>81</b>
<b>CAPITULO VII DISCUSIÓN DE RESULTADOS</b>	<b>86</b>
<b>CONCLUSIONES VIII</b>	<b>90</b>
<b>CAPITULO IX SUGERENCIAS Y LIMITACIONES</b>	<b>91</b>

REFERENCIA BIBLIOGRAFICAS

92

ANEXOS

102

# RESUMEN

El propósito de la investigación fue conocer si había una diferencia en la interacción social entre personas anónimas y no anónimas en Facebook, con este fin se elaboró un cuestionario a partir de la teoría de Fichter sobre los procesos sociales, los cuales se dividían en conjuntivos y disyuntivos, los primeros tienden a la cooperación y respeto y el segundo habla sobre segregar a los individuos, de igual manera se agregó un apartado sobre la facilidad que tenían los usuarios para interactuar con otros usuarios. En el mismo cuestionario se incluyeron 5 preguntas para determinar si el participante tenía un perfil anónimo o no. La muestra se conformó por 60 participantes dividiéndose en 30 personas anónimas (Grupo A) y 30 no anónimas (Grupo NA) los individuos fueron mayores de edad, que pasaban 7 horas o más en Facebook a la semana, dicho de otro modo, más de 1 hora al día. Se encontró que, si existe diferencia en la interacción social entre grupos anónimos y no anónimos en la red social Facebook, ya que el Grupo NA mostro un puntaje más alto en la interacción social conjuntiva comparándolo con el Grupo A, mientras que el Grupo A obtuvo puntajes más altos en las interacciones disyuntivas y en la Facilidad de interacción. Del mismo se encontró que los usuarios en su mayoría (57%) tienen edades entre 18 a 22 años, pasan de 1 a 4 horas en Facebook, el dispositivo que usan con más frecuencia es el celular, y la actividad que más realizan es el ver imágenes.

## **Palabras Clave**

Grupo A: Grupo Anónimo

Grupo NA: Grupos No Anónimo

Facebook: Red Social en Internet

# INTRODUCCIÓN

La presente investigación se refiere al tema del anonimato en internet, esencialmente en la red social Facebook, y cómo este anonimato tiene relación con el tipo de interacción que muestran los usuarios. Se trabajó bajo la premisa de que el anonimato conlleva a comportamientos hostiles por parte de los usuarios debido a la desinhibición ya que en internet no hay manera de identificar al usuario y por lo tanto sus acciones no tienen consecuencias directas.

El anonimato se define como la capacidad de realizar cualquier acceso, comunicación o publicación en la red sin que terceros tengan la posibilidad de identificar o localizar el autor de dicha acción. Mientras que la interacción se define como el proceso social de intercambio entre dos o más personas en el que la participación de cada individuo ocurre en respuesta a la de otro(s) e implica considerar los procesos de retroalimentación por los que los individuos se influyen entre sí.

La investigación de esta problemática se realizó por el interés de analizar cómo se ha desarrollado la comunicación humana con los nuevos avances tecnológicos, dicho de otra manera, ¿Las personas hemos adaptado la tecnología a nuestras necesidades o nos hemos adaptado a ella?, ¿De qué manera cambiamos nuestros comportamientos estando dentro o fuera de la red?, ¿La tecnología sirve para unirnos o separarnos?, ¿La desinhibición en línea tiende a ser beneficiosa para las personas o se tiene un mal uso?. Dentro de este trabajo se abarcan algunas de estas ideas muy generalmente dado que es un gran campo de estudio y se enfoca en analizar el anonimato.

El anonimato existe y a su vez no en internet, existe porque el internet es una amplia red informática y se puede usar seudónimos, proporcionando una sensación de invisibilidad informática, por el contrario, no existe para las personas que cuentan con la

habilidad de extraer información (llamados hackers), ya que se ha aumentado el tiempo que las personas navegan en internet y del mismo modo cada vez más registran su datos dentro la red, vale decir que se introducen y se guardan diversos datos que sirven para identificar a otros usuarios.

Por consiguiente, para el objetivo de este proyecto escogimos el sitio web de Facebook debido a que ocupa el primer lugar en la lista de redes sociales más usadas en el mundo de acuerdo a la agencia We Are Social de Madrid, por lo tanto, en ella existe mayor información de los usuarios, de igual manera los usuarios tienen un mayor acceso a ella facilitando la recaudación de datos.

Para lograr los objetivos de la investigación se elaboró un cuestionario de 35 preguntas que aludían a los procesos sociales de interacción y a la facilidad de los usuarios para comunicarse en línea, dentro del mismo cuestionario se agregaron dos apartados, el primero sobre datos generales y los hábitos de los usuarios en línea y el segundo apartado fue cinco preguntas para determinar si el usuario era anónimo, es decir para dividir a la muestra en personas anónimas y no anónimas. El total de participantes fue de 60, los cuales fueron mayores de edad, la muestra se dividió en 30 personas anónimas y 30 no anónimas, el tipo de muestreo que se utilizó fue no probabilístico intencional.

En el capítulo I se habla sobre la importancia de la interacción social, por consiguiente, se presentan varios autores que definen qué es la interacción social y por último se describe dos teorías sobre como analizar las interacciones sociales.

En el capítulo II se hace un breve resumen sobre la creación del internet, algunos de los avances que llevaron a la creación del mismo, que son las redes sociales, cómo se fueron desarrollando, se mencionaran algunas redes sociales que fueron o son importantes, así como las más usadas en la actualidad.

El capítulo III está dedicado al anonimato, primero se mencionan varias definiciones, posteriormente se presentan algunos sucesos dentro de la historia donde el anonimato tuvo lugar, posteriormente, se agrupan los temas de anonimato en internet y la interacción social y al finalizar el capítulo se describen algunas investigaciones la comunicación en línea y el anonimato.

El capítulo IV esta propiamente conformado por el método, el cual incluye la importancia de la investigación, la problemática o interés a tratar en este trabajo, los objetivos para alcanzar dicha información, la hipótesis o supuesto que se cree como resultado, el tipo de análisis estadístico usado para obtener resultados, las características de la población, el cómo se recolectó los datos, los instrumentos utilizados y por el ultimo el procedimiento a seguir.

Del capítulo V al IV se describen los resultados obtenidos de los cuestionarios. Primero a modo de graficas se exponen los resultados de las encuestas, estos se presentan en su totalidad y posteriormente se dividen en Grupo A y Grupo NA, es decir, que en primer lugar se muestran las gráficas con el total de la población, 60 participantes, posteriormente estos datos se dividen en 30 encuestados anónimos y 30 no anónimos. Los datos recolectados son la edad y sexo, los hábitos en Facebook, el puntaje obtenido en los procesos sociales y el puntaje de la facilidad de interacción. Por consiguiente, se realizó el análisis de estos resultados y su contraste con el marco teórico, para finalizar se desarrolla un breve resumen de los datos alcanzados y sugerencias y limitaciones para próximas investigaciones

# CAPÍTULO I Interacción social

“Los hombres no tuvieron que inventar la sociedad: son por naturaleza una especie social” Maurice Godelier, 2014.

“Aquel que es incapaz de vivir en sociedad o que no tiene necesidad de ello por ser autosuficiente, ha de ser una bestia o un dios”

Aristóteles

## 1.1 Importancia de la Interacción social

El ser humano siempre se ha desarrollado en sociedad, desde las primeras comunidades de nómadas que se agrupaban para proporcionarse comida y protección hasta el desarrollo de las grandes urbes en la actualidad. Pues es así una inclinación nata del hombre el vivir en sociedad. De acuerdo a Mead (1982) el ser humano es una estructura social resultado de múltiples interacciones que ha presentado a lo largo de su vida. Se podría decir que el primer contacto con la sociedad es a través de la familia, puesto que en ella surgen las primeras interacciones reguladas por los padres que a su vez ya interiorizaron las normas, hábitos, costumbres y valores establecidos. Posteriormente este círculo primario se amplía con el desarrollo del individuo, ya que a través de las interacciones el ser humano desarrolla su identidad, permitiéndole convivir con sus iguales y desarrollar vínculos de familiaridad, compañerismo y lazos de cercanía con las que logra apoyo (Naranjo y Rodríguez, 2016).

Cabe mencionar que uno de los pilares para la existencia de las sociedades es la interacción ya que por este medio se establece la comunicación, no existe una sin la otra,

es decir, que al interactuar el ser humano comunica y al haber una comunicación se interactúa con otros seres. Es a través de este proceso donde se desarrolla la conciencia sobre sí mismo reflejando los diversos aspectos del proceso social (Mead, 1982). En 1967 Berger y Luckman establecen que no se puede existir en la vida cotidiana sin interactuar y comunicarse continuamente con otros. Por lo tanto, la comunicación y la interacción son esenciales para los individuos ya que sin ella perecería la persona y las sociedades dejarían de funcionar.

Del mismo modo la Sociología Fenomenológica (Rizo, 2006) menciona que sin interacción no existirían sujetos sociales, dado que la construcción de la realidad social requiere, inevitablemente, de la interacción, es decir, que el individuo a través de interacciones produce un contexto social que a su vez se integra como un miembro activo de la sociedad asumiendo roles, responsabilidad y obligaciones. Por tal motivo se puede entender a la sociedad como una compleja red de relaciones sociales, es decir, de modos de interacción.

## **1.2 Definición de Interacción social**

A continuación, se mencionarán algunas definiciones propuestas por diferentes autores acerca de la interacción social.

De acuerdo a O'Sullivan (1997) la interacción social puede ser comprendida como el “intercambio y la negociación del sentido entre dos o más participantes situados en contextos sociales, sólo hay interacción social si hay una reciprocidad observable por parte de otros” (p. 196).

La definición propuesta por Maisonneuve (1968) la interacción tiene lugar cuando una unidad de acción producida por el sujeto A actúa como estímulo de una unidad de respuesta en otro sujeto, B, y viceversa.

Para Montmollin (1977) es la reciprocidad, la conducta en retorno, lo que confiere a las conductas, a la consideración del otro, su carácter de interacción.

Sánchez (1996) la entiende como todo intercambio de comportamientos entre dos o más personas en el que la participación de cada individuo ocurre en respuesta a la de otro(s) e implica considerar los procesos de retroalimentación por los que los individuos se influyen entre sí.

Para el departamento de psicología de la Universidad de Alicante (2009) el proceso de interacción social está basado en la transmisión de mensajes de información de un ente a otro que expresa a través del nexo, relación o diálogo que se establece entre las personas y el enlace, donde las acciones de uno repercuten sobre las características de otros.

En el Manual para el Árbitro de Fútbol Amateur nivel 2 de la CONADE (1997) se define la interacción social como el comportamiento de comunicación global de sujetos relacionados entre sí. Del mismo modo expresa que la interacción puede ser entendida como la acción recíproca entre dos o más personas, lo cual tiene como resultado la modificación de los estados de ánimo y de personalidad de quienes participan en esta interacción.

Naranjo y Rodríguez (2006) reconocen la interacción como el proceso en que el individuo en una relación con otro obtiene una respuesta o produce algún efecto; éste no tiene carácter definido positivo o negativo, pero necesariamente se da entre individuos que puedan generar una reacción, de lo contrario no hay o termina la interacción.

De acuerdo al diccionario de la Real Academia Española (RAE) (2002) la interacción es la acción que se ejerce recíprocamente entre dos o más objetos, personas, agentes, fuerzas, funciones etc.

La Psicología Social define la interacción social como la conducta o comportamiento de un conjunto de individuos en los que la acción de cada uno de ellos está condicionada por la acción de otros (Rizo, 2006).

Siguiendo a Goffman (1972), las interacciones sociales son la realización regular y rutinaria de los encuentros, o, dicho de otra forma, son situaciones sociales completas, lo cual las aleja de los meros actos lineales de transmisión de información.

Estas definiciones establecen que la interacción se basa en la reciprocidad o feedback entre dos o más individuos, Marc y Picard (1992) enuncian que la definición de interacción social puede confundirse con la “influencia” que tiene el individuo A sobre el B, sin embargo, señala que, aunque se parecen, son las acciones o conductas de retorno que confieren el carácter de interacción. También distinguen que percibir a una persona no es interacción sino, más bien “en la medida en que la percepción del sujeto que percibe es modificada por la espera de una reciprocidad hay interacción social” (p. 45).

Para que exista interacción debe haber participantes y un contexto por el cual se desarrolla la interacción, del mismo modo este contexto estará aportando un conjunto de códigos, normas y modales que vuelven posible la comunicación y aseguran su regulación.

Por lo tanto, la definición de interacción social que se utilizará para fines de esta investigación será la propuesta por la Psicología Social que la establece como las conductas o comportamientos de un conjunto de individuos en los que la acción de cada uno de ellos está condicionada por la acción de otros.

Estableciendo así que cualquier acto que represente una reciprocidad entre los individuos puede considerarse como interacción.

### **1.3 Análisis de la Interacción social**

Con el fin de analizar esta amplia gama de interacciones que se desarrollan en la sociedad se describirán a continuación dos propuestas de diferentes autores que explican cómo examinaron la interacción social, primero Fichter en 1974 planteó que las personas y los grupos humanos interactúan a partir de las relaciones de status, los roles establecidos y los procesos sociales. Mientras que los autores Marc & Picard en 1992 se basaron en el análisis transaccional de la comunicación que describe a la comunicación como un sistema abierto de interacciones.

#### **1.3.1 Joseph Fichter Estatus, roles y procesos sociales**

Las personas dentro de una sociedad se encuentran organizadas en un sistema estructurado donde cada individuo ocupa una posición definida (estatus) que depende de la evaluación de la misma sociedad. La RAE (Real Academia Española) 2014 define al estatus como la posición que una persona ocupa en la sociedad o dentro de un grupo social, es decir, que un mismo individuo puede ocupar diferentes estatus dependiendo del contexto donde se desarrolle, por lo tanto, el individuo ocupa tantos estatus como grupos a los que pertenece. Fichter (1974) menciona que el estatus carece de sentido si no existe alguna comparación a otros estatus por ello las relaciones de estatus son la subordinación, la igualdad o la superioridad. Ejemplo, el estatus de un profesor en relación a sus alumnos es de superioridad, sin embargo, en un grupo administrativo el estatus del profesor sería de subordinación en relación al director, del mismo modo la relación entre maestros es de igualdad.

De acuerdo a Hernández y Tello (s.f.) el estatus se puede determinar con base en los siguientes criterios:

- a. El grado de riqueza: no solo se valora la cantidad sino la procedencia
- b. Nivel de instrucción: puede ser desde intelectual, profesional o técnico, también se valora a las instituciones de formación
- c. Utilidad funcional: Se evalúa a partir de las actividades que desarrolla en sociedad
- d. Caracteres biológicos: Puede ser el sexo, edad o raza.

Así mismo a cada status le corresponde un conjunto de pautas y normas de comportamiento ya establecidos y se espera que el individuo los cumpla. A este repertorio de conductas y pautas se le denomina rol, la RAE (2014) lo describe como la función que alguien o algo desempeña, por lo tanto, existen sanciones sociales para que los individuos cumplan sus roles, se puede decir que la sociedad aprueba ciertas actitudes y desaprueba otras (Hernández y Tello, s.f.). A su vez Fichter (1974) describe que las relaciones funcionales son aquellas donde los roles se complementan con las pautas propias del rol.

La sociedad califica el comportamiento de acuerdo a tres niveles (Fisher, 1974)

1. Comportamiento exigido, sin el cual no se podría desarrollar la función, por ejemplo, no se consideraría estudiante si no asiste a clases, entrega tareas o realiza exámenes.
2. Comportamiento permitido, no existen reglas fijas y no es rígido.
3. Comportamiento prohibido, en este la sociedad actúa imponiendo penas o sanciones.

El grado en que el individuo cumpla con las funciones del primer nivel, comportamiento exigido, evitará las sanciones del tercer nivel.

Por otra parte, los procesos sociales son formas básicas y tipificables de interacción social, que se cruzan a través de los numerosos roles desempeñados por los individuos (Fichter, 1974) y necesariamente están involucradas en el lenguaje ya sea verbal o gestual (Chernilo, 2004). Del mismo modo Horton en 1976 describe a los procesos sociales como pautas repetitivas de conducta desarrolladas en la vida social de tal manera que los seres humanos se relacionan a través de interacciones estandarizadas. Fichter (1974) destaca “El proceso social no es meramente la situación estática que ocupa una persona con referencia a las otras, ni las pautas de comportamiento que constituyen el rol, sino las maneras en que funcionan recíprocamente estos roles y personas” (p. 224).

De tal manera que se entiende como proceso social al conjunto de interacciones dinámicas que acompañadas con los roles establecidos dan como resultado formas de conducta, las cuales se desarrollan en situaciones sociales entre individuos o grupos que entran en contacto y aparecen de manera repetitiva dentro de una sociedad.

A grandes rasgos los procesos sociales se clasifican en dos apartados, conjuntivos y disyuntivos, los primeros tienden a reforzar la integración social, mientras que los segundos dan como resultado una mayor segregación social. Ambos procesos son comportamientos estandarizados en toda sociedad ya sea en mayor o menor medida, es decir, son universales.

Como se mencionó anteriormente los procesos conjuntivos son aquellos que posibilitan las interacciones sociales, favorecen el acercamiento y la aceptación, por lo tanto, sirven para mantener y perpetuar la sociedad. Los individuos que participan en estos procesos logran un objetivo considerado beneficioso o deseable (Fichter, 1976). Los procesos conjuntivos son la cooperación, acomodación y la asimilación.

La cooperación es el acto donde dos o más personas unen esfuerzos para llegar a un objetivo en común, se explica como la forma más común para las relaciones sociales y es indispensable para el mantenimiento y continuidad de los grupos y las sociedades. La cooperación no puede ser unilateral, aunque con frecuencia la cantidad recibida o dada no es la misma. La cooperación puede ser más o menos intensa en diferentes contextos, como por ejemplo se espera que dentro de los grupos primarios exista una mayor cooperación entre sus miembros que en los grupos secundarios.

La acomodación al contrario de la cooperación (que es esencial) es un arreglo a nivel mínimo que permite a las personas continuar con la vida cotidiana aun sin estar completamente de acuerdo y en armonía mutua. Este proceso surge después de la superación de un conflicto. Los individuos a lo largo de vida van participando en diferentes grupos, ya sea que en algunos exista la cooperación o en otros solo la acomodación, básicamente Fichter (1974) la define como el proceso donde los integrantes actúan mutuamente con el fin de impedir, reducir o eliminar conflictos. Se podría pensar que la acomodación es un proceso negativo de conformidad sin embargo es un medio para vivir en paz, de coexistir, que posteriormente puede inducir a la cooperación.

La asimilación es el proceso donde dos o más personas aceptan y realizan pautas de comportamiento, es decir, los sujetos se adaptan y se ajustan para asimilar los rasgos y características de otros individuos. Una asimilación exitosa implica una combinación o fusión de las características de los individuos y sus culturas. Este proceso es común en lugares donde hay un flujo constante de personas ya sean inmigrantes o turistas. Un ejemplo de ellos es la Navidad donde se conjuntan diferentes culturas.

Estos dos conceptos de acomodación y asimilación pueden parecer similares, sin embargo, la diferencia radica en que en la acomodación los individuos sólo adoptan

ciertas características para la convivencia mientras que en la asimilación es cuando se produce una integración por parte de las personas.

Por el contrario, los procesos disyuntivos son aquellos que reflejan alejamiento o rechazo. Rojas (2012) se refiere a los procesos disyuntivos como los que se encuentran relacionados con los procesos de interacción negativa que expresan los vicios de la sociedad, como la hostilidad, el egoísmo, la injusticia y el odio. Se llaman disyuntivos por que separan a las personas que interactúan. Los procesos disyuntivos son la competencia, el conflicto y la obstrucción.

La competencia es un proceso social que fomenta la rivalidad entre los participantes que se esfuerzan por lograr un mismo objetivo, aplicándose correctamente puede incrementar la productividad de los sujetos, sin embargo, en los procesos que implican más detalle y carecen de una reglamentación apropiada puede resultar menos adecuada y generar conflicto (Carrillo, E. S., Bernal, A., Pérez, A., Flores, S. E. & Romero, D., 2009).

El conflicto, del mismo modo que la competencia manejado adecuadamente puede ser generador de cambio social, así mismo promueve el desarrollo y la diversidad. Se define como la forma de interacción donde ambas partes intentan eliminarse o minimizarse unas de las otras.

La obstrucción es el proceso por el cual los participantes tratan de impedir que la otra parte logre su objetivo, al contrario del conflicto no se ataca directamente. Esto último es la base entre la diferencia entre conflicto y obstrucción ya que el conflicto interactúa dos o más personas que tienen una problemática en común, es decir, que luchan por algo mientras que la obstrucción es un proceso donde uno o más sujetos frenan o entorpecen a otros y que no necesariamente están relacionados.

Se pone como ejemplo donde dos grupos que intentan cruzar un puente, ambos tienen un objetivo específico que es cruzar el puente el cual genera un conflicto, en cambio sí un grupo quiere cruzar y otro grupo cierra la entrada hablaríamos de obstrucción porque no necesariamente el segundo grupo, que impide el paso, tiene como objetivo cruzar el puente.

Cabe aclarar que los procesos sociales no se encuentran en su forma pura, el conflicto puede tener matices de competición y desarrollarse como una obstrucción y del mismo modo en los procesos conjuntivos. De igual manera, una persona o un grupo pueden interactuar al mismo tiempo con dos procesos que son contradictorios. Por ejemplo, dos hermanos compiten por ser los mejores en la clase y a la vez cooperan en el equipo de fútbol.

Es importante destacar que la influencia de la cultura es un factor importante, en ella se determinan las reglas y los límites de los diferentes procesos. En otras palabras, la sociedad exige conformidad con sus más importantes pautas de comportamiento, como por ejemplo en los países orientales tiene más valor la cooperación entre los ciudadanos que en países occidentales. Del mismo modo el maltrato hacia la mujer está más penado en algunos países que otros.

En resumen, se debe destacar que los individuos interactúan en relación a su estatus, que es la posición del sujeto que depende del contexto social donde se encuentra; los roles los cuales determinan las pautas de comportamiento exigido y los procesos sociales (CONJUNTIVOS Y DISYUNTIVOS) que en conjunto con el status y el rol dan como resultado formas de conducta.

### 1.3.2 Marc & Picard Dinámica de las interacciones

Los autores Marc y Picard (1992) se enfocaron en la teoría de análisis transaccional de Eric Berne para examinar la dinámica de las interacciones la cual comprende la comunicación en situaciones de transacción, refiriéndose a los intercambios de acción/reacción donde los individuos desempeñan el papel de estímulo respuesta. El objetivo es determinar la naturaleza de las interacciones mediante la división de la personalidad en tres instancias del Yo las cuales se exteriorizan en cada interacción, momento o circunstancia. Dicho de otra forma, estudian cómo estas estructuras de personalidad intervienen en las interacciones (Naranjo, 2011). De acuerdo a Rizo (2006) la personalidad tiene fuertes implicaciones en las interacciones ya que de acuerdo a ella el individuo adapta su comportamiento ante cualquier situación, pues es el ambiente que influye en cómo comportarse, teniendo en cuenta que los individuos son los únicos capaces de calificar y modificar su comportamiento ante la situación.

Las tres estructuras de la personalidad del Yo son:

- a. El estado Padre (P): Proviene de las interiorizaciones de las normas sociales y valores socioculturales dados por los padres durante la infancia, en esta parte de la personalidad se encuentran las normas, prohibiciones, críticas, prejuicios y estereotipos. Se orienta a dar órdenes, imponerse, dominar, pero también muestra conductas de protección, brinda apoyo, escucha o se solidariza, incluso puede llegar a la sobreprotección.
- b. El estado Adulto (A): Se orienta hacia la apreciación objetiva de la realidad a través de mensajes racionales, establece metas y objetivos realistas. En esta área se encuentra la toma de decisiones, busca soluciones adecuadas y se responsabiliza de sus acciones.

c. El estado Niño (N): Representan dos estados del Yo el niño adaptado y el niño natural, el primero hace referencia a la influencia parental mientras que el niño natural expresa espontáneamente sus necesidades, impulsos y deseos. Se encuentra la parte emocional de la persona, puede dejarse llevar por la emotividad, ser impulsivo o egocéntrico, reclama afecto, evade responsabilidades, sueña, fantasea y manipula, pero también intuye y crea.

Por lo tanto, dependiendo de la estructura del Yo que interactúe será el comportamiento y las actitudes de los participantes. Sin embargo, se debe aclarar que las interacciones sociales son procesos dinámicos, lo que quiere decir que están en constante movimiento, así que no solo participa una sola estructura del Yo dentro de la misma interacción, sino que se complementan unas con otras. A esta dinámica Marc y Picard les denominó interacciones complementarias, interacciones cruzadas e interacciones ocultas, las cuales se describen a continuación con algunos ejemplos:

A) Las primeras hacen referencia a las situaciones de interacción cuando las estructuras tienen una reacción paralela, es decir se complementan y conforman situaciones de armonía y equilibrio.

Ejemplo 1

--Los jóvenes hoy en día no respetan nada--

--Sí, es bien triste—

En esta conversación se presenta la estructura de **P --- P** donde ambas se complementan

Es decir, la estructura de Padre se complementa con la estructura de Padre del individuo que contesta.

## Ejemplo 2

-- ¡Estoy harto de este trabajo!

--No te enfades, voy a ayudarte--

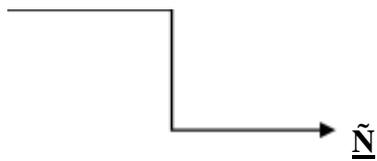
Se puede apreciar que intervienen la estructura del Niño (N) en la primera persona mientras que la segunda adopta la actitud de Padre (P) es decir, *N----- P*

B) En las interacciones cruzadas la comunicación puede romperse o ser conflictivas, como se muestra a continuación:

-- Es tarde debemos irnos--

-- Cuando me divierto siempre tienes que molestarme --

**P**



C) Mientras que en las interacciones ocultas las conversaciones pueden expresarse de una manera, pero puede tener un significado diferente en términos psicológicos.

-- Te aseguro que esta es la mejor solución--

--He estudiado la situación y no estoy seguro del todo—

Se podría pensar que es un diálogo entre adultos *A----A* pero en el sentido psicológico expresa

*P*: -- Se lo que es mejor para ti—

*N*: -- Se mejor que tú y no pienso obedecer--

Estos intercambios producen a su vez un encadenamiento de interacciones, sin embargo, como se ha visto anteriormente las interacciones dependen de la subjetividad que se dan en estos intercambios de acción / reacción. Es a partir de ver y oír lo que forma el sentido en una comunicación. Es por ello que los estudios de la interpretación de lo social están sujetos a análisis de las influencias de las interacciones de las personas que tienen sobre los demás (Rizo, 2006). Los autores Marc y Picard (1992) llaman “Puntuación a la forma en la que cada interactuante recorta subjetivamente la cadena de intercambios en secuencias causales del tipo estímulo/reacción” (p. 48). Es decir, cómo cada participante da significado e interpreta la secuencia de mensajes en una comunicación establecida basándose en lo que perciben de las demás personas.

Por otra parte, la interacción se encuentra regulada y sometida a principios generales que hacen posible y facilitan la comunicación y las relaciones sociales. Estos principios regulatorios son las normas, reglas y obligaciones (Marc y Picard, 1992).

La norma es una prescripción fijada por una institución en la que la no-observancia acarrea una sanción. La sanción puede ser de naturaleza legal en caso de normas jurídicas y de naturaleza social que suscita la reprobación. Cabe destacar que las normas proporcionan un deber ser del individuo y por consiguiente se diferencian de un lugar a otro, regulando las relaciones sociales en la vida cotidiana.

Mientras que la regla designa los principios o lineamientos más específicos que constituyen un sistema. Lo propio de una regla es ser aplicada; la no-aplicación provoca sanciones no tan severas como la norma.

El concepto de obligación designa una habilidad de imposición o exigencia que tiene la propiedad de ser más o menos cumplida y su cumplimiento representa una facilitación de la interacción. Una obligación, por lo tanto, puede ser un vínculo que lleva a hacer o a abstenerse de hacer algo, fijado por la ley o por una normativa.

Por lo tanto, se puede decir que “cada interlocutor intenta adaptarse al comportamiento y expectativas del otro, con base en las reglas, normas y dinámicas compartidas” (Rizo, 2006 p. 45).

En resumen, la propuesta de Marc y Picard establece que los individuos se relacionan a partir de las tres estructuras de personalidad del Yo, el Yo Padre, Yo Niño y el Yo Adulto, las cuales interactúan dinámicamente formando secuencias que encuentran reguladas por las normas, reglas y obligaciones.

## CAPÍTULO II Internet y Redes sociales

### 2.1 Los comienzos del internet

La Revolución Industrial fue una época de transformaciones tecnológicas, económicas y sociales, se dio inicio a nuevas formas de producción y comunicación entre los países. En el área de producción se pasa de una elaboración a mano a una producción en masa y del mismo modo a su distribución en masa dando como resultado un mayor número de productos para comercializar en un menor tiempo posible, mientras que en el área de las comunicaciones fueron facilitadas por la invención del telégrafo y la locomotora. Por otra parte, al igual que en la ilustración la mente de las clases se había abierto a la economía y la eficiencia, ayudada con la invención de la locomotora a vapor para el comercio a mayor amplitud y el transporte de las personas entre ciudades o países que facilitaba una mayor comercialización de bienes y servicios. A ello también contribuyó la política expansionista de determinados países que hizo que el capitalismo se expandiera por el mundo (Brom, 2009), al igual que la tecnología. Por lo tanto, se puede tomar como referencia a la revolución industrial como el inicio de las formas de comunicación y comercialización de hoy en día ya que gracias a los inventos que se produjeron en esta época fue posible que los países se fueran integrando en mercados internacionales contribuyendo así al desarrollo de la tecnología que se conoce actualmente. Dentro de estos avances tecnológicos se destaca la creación del internet que ha facilitado de un modo vertiginoso la comunicación, la comercialización, el acceso a la información y entre otros usos para la socialización de las personas.

Por lo tanto, para hablar de anonimato en internet es importante mencionar algunos de los avances tecnológicos que contribuyeron al desarrollo de la comunicación en nuestros

días. En la siguiente tabla se resume algunos de los eventos importantes que han sido esenciales para el crecimiento de la comunicación en internet

<b>1837</b>	Inención del Telégrafo por Samuel Morse. Fue el inicio de las telecomunicaciones ya que transmitía la información en grandes distancias, en menor tiempo sin importar las condiciones climatológicas o la diferencia de horarios entre los continentes. Cabe destacar que antes de la invención del telégrafo los ciudadanos se comunicaban a través de cartas o palomas mensajeras causando retrasos. El telégrafo fue el medio de comunicación más rápido hasta la invención del teléfono.
<b>1943</b>	Con el comienzo de la Segundo Guerra Mundial, los ejércitos británicos y estadounidenses dieron un empuje considerable al desarrollo de las primeras computadoras.
<b>1969</b>	Entra en funcionamiento la primera red de computadoras, la ARPANET, una red del ejército que tenía el fin de recuperar la información de los servidores en caso en que existiera algún desastre.
<b>1989</b>	La “World Wide Web” (www) fue creada por Tim Barners en el Instituto Europeo de Investigación de Física de Partículas (CERN) en Ginebra (Suiza). Consiste en un sistema para mantener y compartir información entre los investigadores.
<b>2000</b>	Existe un gran avance en el mejoramiento de las computadoras y del mismo modo el acceso a internet

<b>2003</b>	Se crea el concepto de la Web 2.0. que hace referencia a la migración de ser una simple fuente de información a una plataforma de trabajo colaborativo. Es decir que la web paso de ser una fuente de información de solo buscar y leer a un modelo más interactivo que permitía publicar, modificar, crear contenido, herramientas etc.
<b>2008</b>	La compañía Apple lanza el primer servicio de distribución de aplicaciones llamado App Store transformando este mercado ya que anteriormente la mayoría de las aplicaciones estaban precargadas en los celulares.  Posteriormente en este mismo año la empresa Google desarrolla la plataforma de Play store para los dispositivos Android.
<b>2010</b>	Existe ya una gran cantidad de productos que cuentan con Wi-Fi y redes móviles de alta velocidad permitiendo al usuario acceder a internet desde cualquier dispositivo y sin importar el lugar.
<b>2016</b>	La red social Facebook ocupa el primer lugar en las aplicaciones más usadas entre los usuarios

Como se mencionó anteriormente el internet fue creado con fines militares para salvaguardar e intercambiar la información, sin embargo actualmente es un medio muy difundido y usado comercialmente, de acuerdo a Fiel (2001) la aparición de internet es considerado como el cuarto salto tecnológico de la comunicación permitiendo la transmisión de mensajes e información a través de grandes distancias de manera rápida y a un bajo costo, de igual modo que ha aumentado a través de los años el número de personas que dedican más tiempo a este medio ya sea con fines laborales, educacionales o de entretenimiento. A diferencia de otros medios de comunicación masiva el internet

ofrece la posibilidad al usuario de ser una parte activa en el proceso de intercambio de mensajes, es decir que las personas que utilizan la televisión, la radio o las prensa solo pueden ser receptores de información mientras que en el internet los sujetos pueden crear, transformar y compartir mensajes.

Los usuarios que se informan, comunican y se agrupan gracias a los medios tecnológicos se les denomina sociedad de la información, este término comenzó a utilizarse a partir del desarrollo de la tecnología electrónica como el microchip (Neri, 2014). Esta sociedad de la información se materializa dentro del ciber espacio a partir de las múltiples interacciones ya elaboradas que proporcionan una presencia ya compartida donde los usuarios pueden relacionarse. Para el sociólogo Jeremy Rifkin (2000) el ciber espacio es escenario social en el cual millones de personas socializan puesto que no se trata de un acceso a un medio sino el acceso a múltiples culturas esparcidas por el mundo a través de un medio. Por otra parte, Erich Schneider (1994) en el libro de García (2003) define al ciberespacio como un lugar metafórico, adonde uno llega cuando accede al mundo de ordenadores en red. Sin embargo, el ciberespacio también se usa para referirse al entorno de realidad virtual generado por ordenador, incluso si su propósito no es acceder a la red.

Esta virtualización es la que permite acentuar la velocidad de las comunicaciones ya que al no encontrarse en un lugar físico las interacciones fluyen de manera más rápida lo que conlleva a la necesidad de organizarse de otra manera a las personas. Por ejemplo, los correos electrónicos donde las personas dentro de una empresa pueden comunicarse por computadora sin necesidad de trasladarse de sus sitios de trabajo.

Cada vez más la sociedad va trasladando su cultura a un plano digital haciendo uso de las tecnologías como un recurso para socializar, ya que se encuentran en la búsqueda de

una comunicación más interactiva, dicho de otra forma las industrias ofrecen productos con una gran variedad de herramientas que permiten hacer a las comunicaciones más personales y creativas, ponemos el ejemplo de Whatsapp una aplicación de mensajería instantánea que poco a poco fue incluyendo dentro de sus herramientas la videollamada, los gifs, los estados que se borran cada 24 horas, etc. Por lo tanto, el desarrollo de los medios de comunicación genera nuevas formas de interacción, la comunicación en internet ya no es tan rudimentaria para incluir solo texto, podemos agregar diversas símbolos o imágenes para expresar una idea, esta forma de comunicación es un proceso creativo de interpretación y valoración (Neri, 2014).

De acuerdo a datos proporcionados por el INEGI, en el 2015, el usuario promedio pasa en internet alrededor de 7 horas y 14 minutos al día, ocupando las redes sociales el 79% de las actividades, estableciéndose mayoritariamente en grupos jóvenes.

Podemos destacar que una de las principales ventajas del internet es la comunicación instantánea a través de chats, mensajes instantáneos, videollamadas etc. Estas opciones de comunicación se encuentran integradas en la mayoría de las redes sociales como facebook, twitter, whatsapp etc. Que han logrado ser un eje central en la socialización de los individuos ya que permiten al usuario estar conectado desde cualquier lugar con acceso a internet las 24 horas del día.

Así mismo se abordan los aspectos negativos del internet, el autor Joinson (2003) habla acerca de que no es sorprendente que el internet, así como otros avances tecnológicos no se encuentren exentos de conductas desviadas, el crimen y otros problemas de la sociedad trasladados al ciber espacio. Fue en el 2013 que el DSM agregó la adicción al internet como uno de sus apartados de adicción por tener síntomas similares a éstas, como los altibajos emocionales, la falta de concentración y el aislamiento. También se hace

mención del modelo de conducta cognitiva de Davis (2001) del uso patológico del internet, nos dice que el uso o mal uso del internet lo determina el individuo en la medida que la persona carezca de apoyo social, ya que lo usa más como una fuente de identidad que una herramienta de ayuda.

De igual modo los estudios de Kraut et. al. (1998) encontraron que después de dos años las personas disminuían la participación social, es decir su comunicación familiar, red social y apoyo social, al igual que un descenso en el bienestar psicológico aumentando la soledad y depresión.

Por otro lado, Neri en 2014 hace un resumen de las principales aplicaciones de la comunidad digital que utilizan los usuarios en la red.

1. Blog. - Es un sitio electrónico personal, donde se actualiza con frecuencia ya que es utilizado como un diario, en él puede escribir cualquier tema que se le ocurra o llame su atención al igual donde otros usuarios o lectores pueden acceder a él y escribirle comentarios. A los dueños de estos diarios se les denomina Bloggeros o en singular Blogger.
2. Chat. - Es sistema de comunican inmediata a través de una computadora o dispositivos donde dos o más usuarios pueden mantener una conversación escrita. Existen páginas exclusivas para el chat o dentro de otras aplicaciones incluyen esta herramienta. El término que se utiliza para esta acción es chatear.
3. Foro. - Es una sección temática de una página donde los usuarios pueden publicar comentarios y a su vez otros usuarios pueden responder. A diferencia de los chats es que en los foros no se comentan en vivo. En algunos foros existen reguladores que se encargan de aprobar los comentarios publicados, por lo tanto, la comunicación puede no ser instantánea

4. Grupo. - Página dedicada al debate entre personas agrupadas en temas comunes. Los grupos pueden ser de acceso libre o privado donde se requiere una invitación. Por lo general los creadores de los grupos sirven como moderadores, aunque no en todos los casos.
5. Micro blog. - Este medio es similar a un blog, la diferencia radica en el tamaño de las entradas o publicaciones que pueden hacerse. El microblog más conocido es twitter.
6. Videoblog. - Su principal función como su nombre lo dice es que en su mayoría contiene videos o grabaciones. Aunque también se pueden publicar textos o imágenes su objetivo es dar información en forma de videos.
7. Webinario. - Son regularmente seminarios o cursos que se imparten por medio de internet
8. Medios sociales o Plataformas sociales. - Son espacios de información que se generan y comparten a través de las redes sociales, los usuarios utilizan estos canales para convertirse en informadores. Posibilita la información compartida, comentada y debatida.

Todos estos tipos de comunidades conforman las redes sociales, que a su vez representan a la sociedad digital, ya que lo importante no solo es utilizarla sino participar dentro de ellas. Al igual que los avances tecnológicos con el paso del tiempo surgirán nuevas páginas y algunas otras quedarán en el olvido.

## **2.2 Qué son las redes sociales**

Ros (2009) define a las redes sociales como una plataforma web cuyo fin es la creación de comunidades en línea mediante la representación de conexiones personales en donde

los usuarios disponen unos de otros. En estos servicios se puede compartir información mediante la utilización de servicios agregados de mensajería personal, microblog, publicación de fotografías, formación de grupos de interés, etc.

La primera plataforma social de la que se tiene registro fue inaugurada en 1997 llamada *SixDegrees.com*. la cual permitía la creación de perfiles, una lista de amigos y enviar mensajes entre contactos. Este sitio web se encuentra basado en la teoría *Seis grados de separación* del escritor Frigyes Karinthy la cual explica que solo necesitamos a seis personas para conectarnos al resto del mundo, esta teoría fue explicada en 1929, posterior a esta fecha otros investigadores trataron de comprobarla. Fue en 1967 que el sociólogo Stanley Milgram realizó el experimento por medio de cartas en el cual una persona enviaba una carta a seis de sus conocidos y estos a su vez a seis conocidos más. Milgram trazó el recorrido de las cartas cada vez que se enviaban a una nueva persona determinando que se necesitaban por lo menos seis personas para interconectar a cualquier persona de Estados Unidos. Posteriormente el sociólogo Duncan Watts en 2001 aplicó el mismo experimento con la diferencia que en vez de cartas utilizó correos electrónicos, él solicitó a las personas que reenviaran el correo a sus contactos para ver cuánto tiempo tardaba en regresar al primer emisor, al finalizar el correo llegó a 48 000 personas.

Debido al mal funcionamiento administrativo y la crisis bursátil del siglo XXI la red social *SixDegrees.com* cerró, sin embargo, de 1997 a 2001 se crearon múltiples redes sociales de diversas temáticas, pero con el mismo fin que permitían la creación de perfiles y listas de amigos, algunas se dedicaban al ámbito profesional o al de entretenimiento. Poco a poco estas redes sociales fueron agregando diversas herramientas a sus sitios, ya sea agregar a diferentes personas que compartían gustos a pesar de que no se conocieran provocando que las personas fueron ampliando sus círculos sociales, al igual que se

agregó la opción de visualizar los perfiles con más visitas haciéndolos más populares. Esto desencadenó la creación de perfiles falsos, ya sea que se hicieran pasar por artistas, políticos o simplemente por personas interesantes. La red social de Friendster decidió eliminar estos perfiles falsos.

Sin embargo, fue hasta el 2002 que las redes sociales crecieron exponencialmente debido al paso de la web 1.0 a la web 2.0 (Sin embargo, el término de web 2.0 se empezó a usar hasta el 2003) que como se muestra en la tabla, el usuario pasó de un estado pasivo de solo búsqueda de información a un estado de interacción más activo dentro de la red, donde él podía crear, modificar, comentar, publicar información, fotos, videos, archivos, aplicaciones, programas etc. En otras palabras, los sitios web comenzaron a integrar contenidos multimedia dentro de sus características, al igual que las redes sociales. Las redes sociales utilizaban diferentes estrategias para atraer al público como el intercambio de fotos o las publicaciones de música. Cada nueva red social tenía que ofrecer formas más creativas a los usuarios para abrirse camino dentro del mercado y no fracasar, varias de las redes sociales que en sus tiempos fueron populares hoy en día ya no son tomadas en cuenta o ya no existen. Algunas fracasaron debido a la mala administración, la economía, por falta de innovación o simplemente el hecho de que otras aplicaciones se vuelven más populares

A continuación, se describirán algunas de las plataformas sociales que en su momento fueron tendencia, pero perdieron notoriedad debido a sus limitantes, de igual manera se resumirán la historia de Facebook y algunas de las redes sociales en la actualidad



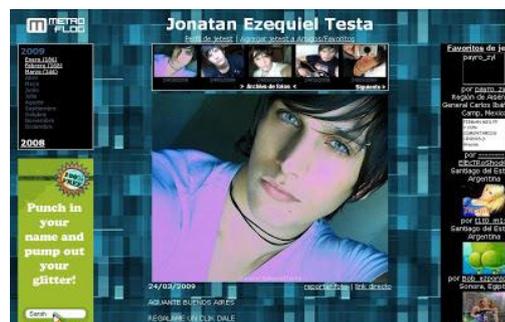
Fue en el 2002 cuando nació la red social de Fotolog, esta era una red social simple en donde podías poner por día una foto (o más de una si pagabas una suscripción) y escribirle

un pie de página, mientras que los seguidores comentaban como una especie de libro de visitas. Pero fue hasta el 2006 que Fotolog disparó su popularidad, tenía la ventaja de dar de forma sencilla visibilidad a las fotografías que se subían, como la mayoría solo podía subir una foto al día, la foto que era publicada rápidamente se llenaba de comentarios.

Su caída fue en el 2008 debido al surgimiento de unas nuevas aplicaciones y su falta de actualización. Ya que la finalidad de esta red era ver cuántos comentarios recibías con la pérdida de usuarios ya nadie visitaba las fotos (EcuRed, 013).

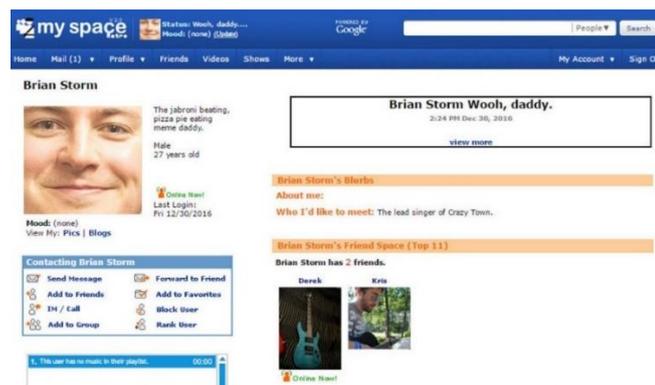


MetroFlog era una plataforma similar a Fotolog en donde subías fotos y los usuarios la firmaban, esta red fue popular en América Latina en el 2008 superando a Fotolog. La principal desventaja de ambas redes es que los usuarios no tenían una gran interacción ya que la foto solo se comentaba, no se podía compartir y se tenía que ingresar en el perfil de la persona para poder verla.





Esta red surgió en 2003 y en poco tiempo fue una de las redes más populares, permitía personalizar o decorar el perfil. Fue conocida por alojar diversos grupos musicales que publicaban, fotos, fechas de conciertos canciones etc. por lo tanto era un buen medio para dar publicidad, ya que la música y las bandas eran un tema central en MySpace. Otra característica que adoptó fue darles acceso a los menores de edad, aumentando su número de usuarios, esto provocó que más usuarios pudieran relacionarse mediante sus páginas. Debido a su popularidad fue comprada por una compañía de publicidad quien no supo manejarla y hacerla crecer en el mercado. La compañía se enfocó más en utilizar la red como una página de publicidad que en darle seguimiento como red social. Provocando que en el 2008 empezara a perder su popularidad. Al igual que las otras redes no se podían compartir contenidos, solo publicarlos (EcuRed, 2013).



Otra red que surgió en 2003 fue Hi5 con características muy similares a MySpace. La principal característica de esta plataforma es que se podía personalizar el perfil con diferentes temas, colores y agregarle música cuando otro usuario visitaba el perfil, se

podían buscar cuales eran los temas más populares y por quienes eran creados. Para evitar su declive Hi5 fue introduciendo diversos juegos dentro de su plataforma, sin embargo, los juegos no coincidían totalmente con la modalidad de red social (Padovan, 2016).



## facebook

De acuerdo a su página, Facebook fue desarrollado en marzo del 2004 por Mark Zuckerberg y cofundadores, aunque al principio solo podían acceder alumnos de la Universidad de Harvard a la que pertenecían ya que era necesario un correo de la Universidad. Posteriormente logró expandirse a otras universidades, ya en diciembre del mismo año la red social alcanza el millón de usuarios, el siguiente año agregó redes de escuelas secundarias hasta que finalmente en 2006 se abrió a todos los usuarios en internet.

Facebook se inició con el propósito de crear un espacio donde los alumnos pudieran comunicarse entre sí de manera fluida por medio de Internet.

Además, su nombre era thefacebook fue hasta el 2005 que elimina el the creando el logo que hoy conocemos.

Las ventajas de Facebook a diferencia de las otras redes sociales es que los contenidos se podían compartir, como se ha mencionado anteriormente en las primeras aplicaciones los usuarios publicaban contenidos en su perfil pero no era hasta que los otros usuarios accedieran a su perfil para poder ver qué se publicaba, con ello Facebook optó por agregar a sus características el “muro” donde se compilan todas las publicaciones de los usuarios agregados, ya no hay que acceder por obligación a los perfiles de los usuarios para saber qué publicaron. Otra diferencia de MySpace era que los perfiles eran públicos, Facebook ha agregado la modalidad de crear perfiles ocultos al igual que grupos cerrados.

Se ha mantenido actualizado y manejado bien sus intereses económicos, ha crecido conforme se va desarrollando el mercado tecnológico ya que fue en 2006 que lanza su versión para celulares, de igual manera con el avance de las aplicaciones móviles los usuarios tienen un mayor acceso desde casi cualquier lugar. Uno de los principales objetivos para que una red social tenga éxito es el número de personas que la utilizan para ello es necesario crear estrategias y herramientas con las cuales el usuario tenga un fácil acceso a la página. Recientemente Facebook lanzó la aplicación de Facebook lite para equipos que no contaran con suficiente espacio para bajar la aplicación.

En el transcurso del 2006 Facebook fue expandiéndose a otras áreas agregando redes de trabajo y posteriormente secciones de noticias. De igual manera, dentro de sus funciones fue incluyendo el chat, el videochat, las publicaciones en vivo, servicios de búsqueda y privacidad.

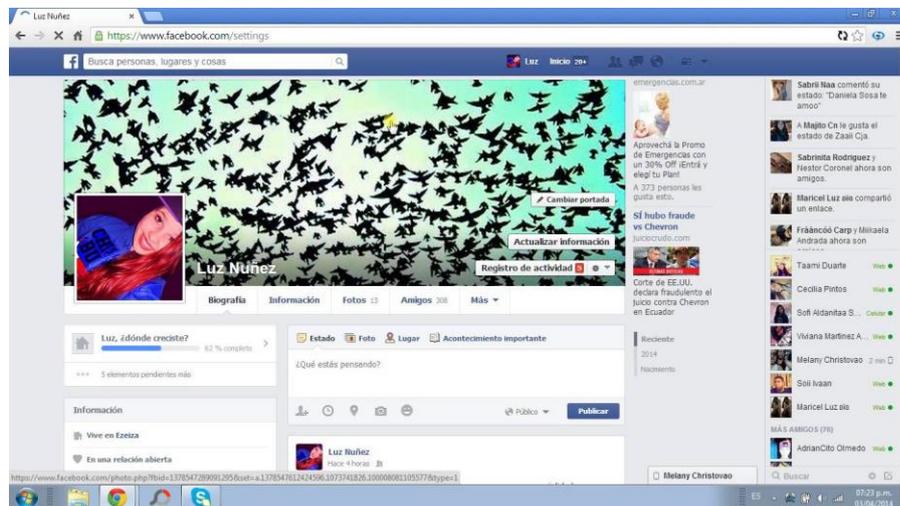
En el 2008 fue lanzada su versión en diferentes idiomas incluyendo el español expandiéndose a más países. Posteriormente en 2009 fue introducido por primera vez el botón de Like.

A través de los años la compañía ha ido adquiriendo diversas compañías, en el 2012 anunció la adquisición de Instagram, esta red social fue creada en 2010 y su principal función es subir fotos y videos. Mas adelante en el año 2014 tras 8 meses de negociaciones Facebook compra la aplicación de mensajería whatsapp, esta aplicación es uno de los servicios de mensajería más utilizados alrededor del mundo tan solo en junio del 2017 Mark Zuckerberg dió a conocer que esta aplicación cuenta con más 1 300 millones de personas registradas.

En la actualidad Facebook ya no es solo de uso personal, también las empresas han optado por anunciarse en sus páginas, ofrecer sus productos y dar publicidad, pero no solo han sido grandes corporaciones, cualquier pequeña empresa o personas pueden crear una página en la que anuncien sus productos.

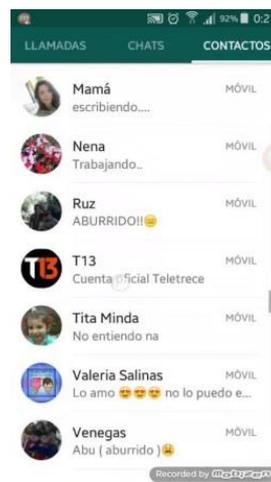
Facebook se ha convertido en una de las redes sociales más grandes de la historia colocándose en el primer lugar en el número de usuarios que la utilizan, debido al gran peso que ocupa dentro de la vida de las personas y en general de las sociedades se han ocasionado diversos sucesos tanto positivos como negativos, y que han creado debate alrededor del mundo. Dentro de los elementos positivos podemos decir que Facebook ha creado una red social de fácil acceso donde las personas se pueden conectar a través de la distancia, sin embargo más allá de la creación de perfiles para socializar se han generado diversas actividades que se han ido integrando, por ejemplos las escuelas e instituciones crean páginas dedicadas a la enseñanza y el aprendizaje, suben fotos, imágenes, videos o videos en vivo sobre algún tema, en el 2014 se agregó la función de Safety Check la cual indica que un usuario está a salvo durante y después de contingencias, inicialmente fue prevista para catástrofes naturales, posteriormente se incluyó atentados terroristas aunque también ha existido polémica alrededor de esta red social, un ejemplo es el cyberbullying. Como se mencionó anteriormente Facebook es una aplicación muy activa dentro de la

vida de las personas el valor que se le otorga a las publicaciones en ocasiones llega a ser significativo tanto para bien como para mal, el hecho de ser eliminado de algún grupo, comentarios ofensivos, difamaciones, crear eventos o páginas para dañar etc. causa emociones negativas dentro de los usuarios, Al igual que diversas empresas y escuelas han bloqueado dentro de sus computadoras el acceso a esta página ya que también se considera como distractor. Otro tema que se ha criticado el uso de datos personales para beneficio de terceros, un gran escándalo fue cuando The New York Times y The Observer publicaron una investigación conjunta en que la firma británica Cambridge Analytica obtuvo datos de manera ilegal en 2016, a partir de este suceso fue que surgió un movimiento social para borrar Facebook en el cual participaron diversas figuras públicas (Drummond, 2017).



Whatsapp es una aplicación de mensajería mediante internet, se pueden enviar, recibir mensajes de texto, imágenes, videos, gifs, enlaces, archivos, audios y ubicaciones. Utiliza los números agregados en la agenda del teléfono para formar una lista propia de contacto,

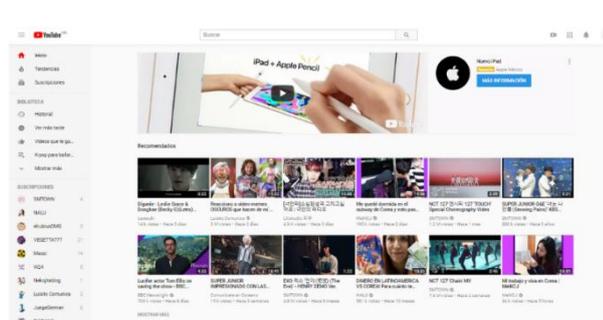
dentro de la aplicación se pueden generar grupos donde se relacionan los usuarios sin importar si la persona se encuentra guardada dentro de la agenda, al igual que ofrece la opción de agregar “estados” los cuales son mensajes multimedia que publican los usuarios para que sus contactos los vean, estos mensajes se eliminan cada 24 horas. Whatsapp fue creada por Jam Kuom y Brian Acton en 2009. De acuerdo con la revista Life and Style en junio del 2017 Whatsapp ocupa el segundo lugar en México de las aplicaciones más usadas, después de Facebook, y el tercer lugar en las plataformas sociales alrededor del mundo de acuerdo a la Organización We Are Social en enero del 2018.



YouTube fue creado en febrero del 2005 por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim quienes trabajaban juntos en la empresa de PayPal. La idea surgió a partir de crear una manera fácil de visualizar videos de manera sencilla, creando la página de YouTube para poder ver videos en streaming, es decir sin descargar los videos a la computadora. Por lo tanto, los usuarios podían seleccionar los videos que querían ver sin necesidad de descargarlos antes. En un principio se utilizó para compartir videos personales entre amigos y familiares, pero la red se hizo más grande debido a los aportes de todo tipo de

los usuarios, al igual que varias personas compartían enlaces a través de MySpace. En octubre del mismo año la empresa Nike publica un spot protagonizado por Ronaldinho causando que más empresas se interesaran por compartir su contenido y se invirtiera publicidad en este medio Para julio del siguiente año la plataforma alcanzaba los 100 millones de usuarios, tras este éxito YouTube fue comprada por Google. Sin embargo, Google heredaría los problemas de piratería y diversas demandas de Viacom, gigante mediático, dueño de Paramount Pictures, las cadenas MTV y BET, y los canales Comedy Central y Nickelodeon. Posteriormente varias empresas fueron firmando con Google acuerdos para transmitir su contenido como Warner Music para videos musicales o videos cortos de ESPN y Disney. También se formaron alianzas con Hollywood para mostrar películas o programas de la televisión. De igual forma en el 2007 YouTube se abrió paso en publicidad con la idea de compartir las ganancias con los autores de contenido, lo que profesionalizó la realización de videos naciendo los youtubers.

En resumen, YouTube es un sitio web gratuito donde los usuarios pueden ver videos que otras personas suben al sitio sin necesidad de registrarse, el registro es único para los usuarios que quieran realizar videos o publicarlos, además existe la posibilidad de ganar dinero con los videos subidos.





Twitter es un servicio de microblog que permite enviar mensajes cortos o tweets que se muestran en la página principal del usuario, la cual permite a los otros usuarios o seguidores indicar si les gusta la publicación, al igual que comentarla o compartirla. Una de las características de esta red es que tiene su propia terminología para referirse a sus herramientas y usuarios.

A continuación, se describieran algunos términos usados en esta aplicación:

- **Twittero:** Se llama a las personas registradas. Se representa con @NombreDelUsuario.
- **Tweet (tuit):** Es el nombre que se les da a las publicaciones o mensajes. Anteriormente el de límite caracteres que se podían escribir eran 140, a partir del 2018 se amplió a 280. Esto sin incluir imágenes, videos o gifts.
- **Time Line (línea de tiempo):** Se refiere a la página principal donde aparecen los Tweet de las personas a las que se siguen.
- **Retweet (RT):** Es el término usado para compartir el mensaje, publicación o tweet de otro usuario.
- **Follower (seguidor):** Es el usuario que sigue la cuenta de otros usuarios. Puede ver todos los tweets que publica la persona.
- **Following (siguiendo a):** es la acción de seguir a otro usuario dentro de esta red.
- **Lista:** Es una de las herramientas que ofrece Twitter el poder crear una lista de cuentas de usuarios favoritas, es decir un directorio de usuarios con la idea de agrupar ciertas cuentas y que el Time Line se adapte a esta lista. Se puede crear a su vez un número ilimitado de listas y otorgarles un nombre

- **IM (Instant Message):** es un mensaje directo y privado que enviamos a un usuario de Twitter.
- **Me gusta:** Se encuentra representado por un icono de corazón. Indicando si nos ha gustado un tweet.
- **Hashtag:** Uno de los iconos más representativos de Twitter (Además del logo del pajarito azul). Se representa con un icono de almohadilla (#) y permite añadir tras él los términos que queramos. Se utiliza para facilitar búsquedas.  
Por ejemplo, usando #Amoslogatos en el buscador, encontraremos un listado de los usuarios que han utilizado ese término en sus tweets.
- **Trending Topic:** Son los temas más comentados del momento, es decir, las palabras con más menciones de la red social en un determinado periodo de tiempo.  
Se podría decir que son las tendencias del momento

Twitter es una de las aplicaciones más usadas por celebridades, figuras públicas, funcionarios etc. sus mensajes impactan a grandes masas de seguidores ya que permite una comunicación inmediata conociendo las distintas opiniones, comentarios de los usuarios y sus seguidores.

A diferencia de Facebook tiene un estilo minimalista, es decir, no tan cargado y por lo tanto lo hace más rápido. Además, funcional por sus herramientas de búsqueda como el Hashtag y organizado por su Time Line y Listas (Salinas, 2017).

# CAPÍTULO III Anonimato

## 3.1 Definición de anonimato

Dado que la mira central de este trabajo de investigación es analizar la interacción social anónima en medios virtuales se debe empezar por definir la palabra anónimo. El diccionario etimológico (1998) determina que la palabra anónimo proviene del “griego ἀνώνυμος (anonymous) compuesta del prefijo de negación α- (a = sin) y la palabra ὄνομα (onoma = nombre)” es decir sin nombre. Se usa para obras donde no se conoce el autor. De acuerdo al diccionario inglés Longman (2008) el anonimato se refiere a las situaciones en que “las personas no saben quién eres o cuál es tu nombre” mientras que la Real Academia Española en el 2002 la define como la cualidad de ser anónimo, el “secreto del autor que oculta su nombre”.

## 3.2 Breve Historia del anonimato

Basándose en estas definiciones se podría decir que a lo largo de la historia cualquier obra que no llevara consigo alguna referencia que indicara el autor se tacharía como documento anónimo. Existen diversas causas por la que dichas obras sean anónimas ya sea porque el autor no deseara firmar su escrito, que la obra genere impacto y el autor sea acosado, o que el escrito sea antiguo y se haya perdido el escritor.

Por lo tanto, se puede expresar que la creación de la palabra anónimo surgió a partir de la necesidad de dar nombre a los escritos, pinturas, obras etc. sin autor así que no se podría precisar una fecha exacta de su inicio como término. Por consiguiente, se proseguirá a realizar un resumen de las diferentes épocas o edades que abarcan la historia

resaltando donde se haya utilizado el anonimato, también del mismo se describirán algunos de los aspectos que dieron origen al capitalismo y el uso de tecnologías en la vida cotidiana, para finalizar con la invención del internet.

Después de la Edad Antigua, de donde proviene el término griego del anonimato, prosigue la Edad Media que inicia con la caída del Imperio Romano de occidente abarcando desde el siglo V al XV. La Edad Media se toma como una época de oscurantismo cultural donde el conocimiento se encontraba en manos de la Iglesia, que además ocupaba un lugar importante dentro de la política y en el ámbito social era el pilar en la vida de los ciudadanos (Brom, 2009), sin embargo, como en todas las épocas no estuvo exenta de creaciones. Las obras literarias en esta época se dividían en dos bloques; los escritos religiosos y los profanos. En el primer bloque se destacan los poemas religiosos o narrativas que aluden a cuestiones de fe mientras que en los escritos profanos hacen referencia a todos aquellos en los que no hubiera mención de la religión, la fe o la iglesia, gran parte de estos escritos se encontraron historias caballerescas y románticas. En este bloque se destaca El Cantar del Mio Cid de origen anónimo y el Lazarillo de Tormes que refleja la decadencia de la vida medieval en España, no es casualidad que sea anónima. El Lazarillo de Tormes recientemente se le atribuye al escritor Alfonso Valdés de ascendencia judía quien criticó los excesos de la Iglesia (Unamuno, 2016).

Cabe recordar que los Reyes Católicos de España proclamaron el catolicismo como la única religión en el país y por lo tanto los judíos fueron expulsados, castigados u obligados a recibir el bautismo donde se les denominó con el término de conversores, sin embargo, varios de estos conversores seguían practicando sus creencias en el anonimato (Galovská, 2007). Posteriormente a causa de los conversores y personas no católicas se da origen a la Santa Inquisición encargada de localizar, procesar y sentenciar a las personas culpables de lo considerado como herejía (Campoy, Sánchez, Puente, Collazoz.

s.f.). Por lo tanto, cualquier pensador, filósofo, escritor etc. podía ser enjuiciado por la Institución si no mantenía sus obras anónimas. Básicamente las consecuencias de proclamar contra la Iglesia era ser enjuiciado y sus veredictos se resumían en absolución, excomunión, azotes o castigos corporales, encarcelamiento, o pena de muerte siendo la más común (Fernández, 2011).

También existieron otros muchos relatos en la Edad Media que adquirieron la etiqueta de anónimo, pero no se consideraron antirreligiosos ya que las obras eran relatos que se transmitían de forma oral por los Juglares, que eran personas que iban de pueblo en pueblo recitando versos a cambio de monedas, alojamiento o comida. “Cada juglar cantaba los poemas épicos a su modo, zurcía los agujeros que su memoria le ocasionaba en ellos, e incluso podía permitirse la licencia de «maquillar» el texto a conveniencia del auditorio” (González, 2009, p. 27), formándose así un compendio de relatos sin autor.

Por otra parte, en el campo de la economía el país conservaba más de lo que generaba, es decir los feudos producían lo que consumían y por ende consumían casi todo lo que producían, casi no existe comercialización (Brom, 2009), aunado a esto la peste negra, la hambruna, las guerras civiles en Italia, la anarquía en Alemania provocó un descontento social en toda Europa. Inicialmente la Burguesía era una clase social formada por mercaderes y artesanos diferenciada del gobierno, la iglesia y los pobladores, aunque no estaba a la par del gobierno y de la iglesia gozaba con algunos beneficios a los cuales los siervos o campesinos no podían acceder ya que estaban bajo el mando de los señores feudales. Posteriormente a través de la unificación de los feudos en ciudades a finales de la Edad Media se va abriendo paso a la Alta Burguesía dueña de campos de cultivo y villas de producción textil (Gastón, 1976), participando más en la política.

Se considera que el fin de la Edad Media está marcada con el descubrimiento de América y la caída del Imperio Romano de Oriente (Brom, 2009), prosiguiendo con la Edad Moderna del siglo XV al XVIII abarcando el Renacimiento y la Ilustración. El Renacimiento fue un movimiento artístico e intelectual inspirado en la Antigüedad clásica, con él reaparecen costumbres paganas mezcladas con elementos cristianos. Dado que ambas corrientes se contraponen con los Dogmas religiosos y la tiranía política defendiendo el conocimiento científico y ensalzando las virtudes del hombre; no es raro imaginar que la Santa Inquisición haya perseguido numerosos pensadores o científicos y que por consiguiente éstos hayan publicado o se hayan reunido anónimamente.

Por otra parte, fue en esta época que la imprenta creada por Johannes Gutenberg logró comercializarse estando a disposición de cualquier persona que tuviera los medios necesarios para emplearla, ya que la distribución de información durante la Edad Media estuvo en manos de la iglesia. Este invento permitía realizar un número significativo de reproducciones en menor tiempo y a un costo moderado (Masse, 2016).

Debido a esto se fabricaron numerosos documentos anónimos (Navarro, 2007). Por ello la Iglesia buscó controlar la industria de la edición y la impresión, se emitieron leyes y códigos con los cuales expidieron licencias para la impresión, se censuraron libros y crearon el Index o Índice de los libros prohibidos (Masse, 2016). Sin embargo, esto no frenó a los escritores que firmaban sus obras con seudónimos e incluso el lugar de impresión era falso (Navarro, 2007).

Se puede poner como ejemplo a Copérnico que fue el precursor de la teoría heliocéntrica. Este personaje como muchos otros autores mantenían sus escritos ocultos de la Iglesia en sus aposentos, él sabía que sus ideas podrían generar controversia eclesiástica, por lo que consideró no publicarlas, sin embargo, un discípulo suyo le insistió

en divulgarlas. Su discípulo escribió un libro con base a sus teorías, mencionando solo su nombre de pila y lugar de nacimiento, compartiéndolo con unas cuantas personas. Posteriormente estos documentos causaron que aumentaran las presiones sobre Copérnico para que publicase todos sus descubrimientos (Dobeck, Mateo, Molinero, Pereyra, Restuccia, Tristán, & Vega, s.f.). Sin embargo, la Iglesia le proclamó retractarse de sus teorías. Copérnico inspiró a diversos autores como Galileo Galilei, este pensador defendió sus teorías frente a la Iglesia, fue declarado prisionero por la Santa Inquisición y obligado a retractarse de sus descubrimientos por lo cual pidió clemencia. Se podría decir que en el caso de Copérnico utilizó en sus primeros escritos el anonimato y no se vió envuelto en la polémica, fue hasta que utilizó su nombre cuando la Iglesia intervino en sus libros, por otra parte, Galileo siempre defendió sus escritos, incluso viajó a Roma a entrevistarse con altos cargos eclesiásticos, escribió cartas, publicó sus escritos y por consiguiente obtuvo más consecuencias por parte de la religión (Marquina, 2009). De igual manera otro autor que oculto sus investigaciones fue Leonardo Da Vinci con el fin de evitar conflictos con la Inquisición (Brom, 2009).

En el mismo periodo del Renacimiento tiene lugar la Reforma con Martín Lutero que protesta contra las prácticas religiosas logrando a mediados del siglo XVI que buena parte de Europa abandonase la iglesia católica para unirse a los luteranos (Barreau & Bigot, 2005). Los países protestantes proclamaban que el jefe del Estado actuará también como jefe de la Iglesia, proporcionando la libre interpretación de la Biblia (Brom, 2009).

De acuerdo a Brom (2009) La ilustración surge a finales del siglo XVII destacando las enciclopedias, el Tratado sobre el gobierno civil de John Locke, El espíritu de las leyes de Montesquieu, El contrato social de Rousseau, y la crítica de Voltaire atacando la autoridad de la iglesia y el absolutismo. Todos estos escritos plantean o critican el sistema político.

Por consiguiente, se dieron cada vez más los escritos anónimos ya no sólo contradiciendo la Iglesia sino a la forma de gobierno. El tratado sobre el gobierno civil de Jonh Locke fue publicado anónimamente (Polo, 2005), este escrito plantea los derechos del hombre, la soberanía del pueblo y la limitación del poder real (Brom, 2009). También La Enriada de Voltaire fue “publicada anónimamente debido a la prohibición inquisitorial que pesaba sobre todas las obras del autor. En España fue vendido sin mencionar el autor evitando así cualquier problema con la distribución, venta y lectura del libro” (Lafarga, 1981, p. 2).

En el aspecto económico durante la Edad Moderna hubo una recuperación económica, incrementando el comercio entre ciudades e impulsando la navegación reforzando cada vez más a la burguesía que adquiría más estatus, propiedades y se adentraba a la política. Se centraliza más el poder en una alianza en monarquía, comerciantes y burgueses (Brom, 2009)

De igual modo la Edad que prosigue es la Contemporánea marcada a finales del siglo XVIII en ésta se pueden destacar seis grandes sucesos (Brom, 2009).

1. La Revolución Francesa
2. El Imperio Napoleónico
3. La Revolución Industrial
4. La Primera Guerra Mundial
5. La Revolución Rusa
6. La Segunda Guerra Mundial

Cabe aclarar que durante esta época la Ilustración alcanzó su máximo desarrollo, elevaría aún más la importancia de la razón, el conocimiento y las ciencias, también fue la consolidación del sistema capitalista y por ende las disputas de las grandes potencias

europas por territorio, materias primas y mercados consumibles como se aprecia en los grandes sucesos mencionados anteriormente.

La Revolución Francesa estuvo impregnada por los ideales de libertad y fraternidad puesto que Francia mantenía un régimen monárquico absolutista que se caracterizaba por las injusticias y desigualdades entre los monarcas y el pueblo, no existía la libertad de expresión ya que ningún libro o periódico podían publicarse sin el control de censura establecido (Brom, 2009).

Para finalizar señalamos que el anonimato fue importante en estas épocas ya que ofrecía la posibilidad de expresarse libremente sin ser perseguido por los sistemas de poder de cada época, de igual modo gracias a ello, el anonimato fue el precursor de la publicación de numerosos escritos que ampliaron el conocimiento y a su vez dieron origen a movimientos sociales, en algunos casos armados, con el fin de mejorar las condiciones de los ciudadanos.

### **3.3 El anonimato en internet y su interacción**

Se podría mencionar que internet está cada vez más en la vida cotidiana, se compra en línea, se trabaja, se estudia, se interactúa, se forman amistades, noviazgos y grupos, incluso existen algunas plataformas dedicadas a la simulación de la realidad social por ejemplo Los Sims y Second Life. En su página oficial de Los Sims 4 menciona su eslogan “Tú creas. Tú decides. Tú mandas.” Ofrece el poder de crear y controlar a gente y una libertad dentro del juego. En los juegos se puede trabajar, construir, ir a eventos, formar una pareja, casarse, realizar reuniones, ser algún famoso etc. Básicamente está pensado en representar la realidad. Es sorprendente como el internet ha modificado diversos aspectos de la vida como ser humano.

De acuerdo al estudio de J. P. Morgan el internet es actualmente el medio de comunicación más usado con un 38% encontrándose después la televisión con un 37%. Por lo tanto, una de las características de internet es que existe una gran cantidad de usuarios conectados que es casi imposible determinar la identidad de otro usuario al menos que sea un usuario conocido o que se utilice un programa para identificarlo creando así una sensación de invisibilidad y por consiguiente de anonimato cuando se navega en la red.

En el 2012 Carrasco define el anonimato en internet como la capacidad de realizar cualquier acceso, comunicación o publicación en la red sin que terceros tengan la posibilidad de identificar o localizar el autor de dicha acción. Por consiguiente, para la presente investigación se entiende como anónimo a la condición de una persona que oculta o se desconoce su identidad. En consecuencia, el ser anónimo en internet es una de las principales características de este medio, basta con utilizar un seudónimo o un nickname para ocultar una identidad. De acuerdo a la encuesta de proyecto joven los métodos más comunes para comunicarse anónimamente en internet es dejar comentarios anónimos y usar servidores donde no es necesario realizar algún registro.

Por lo tanto, se observa al internet como una estructura compleja y de grandes dimensiones donde cualquier persona con el equipo adecuado y una conexión puede acceder a este mundo virtual proporcionándole una percepción de anonimato, al igual que se estaría hablando de anonimato en manifestaciones o masas. Sin embargo, la diferencia entre ambos anonimatos, anonimato en masas y anonimato en internet, radica en que cuando un individuo participa en una manifestación lo hace presencialmente mientras que en internet el individuo puede tener acceso desde cualquier lugar y su participación no encuentra un lugar físico, es decir su "presencia" se encuentra virtualmente en el

ciberespacio. Para una mayor comprensión el término ciberespacio lo define la RAE como un ámbito artificial creado por medios informáticos.

A partir de esta premisa que establece que los usuarios en internet no se encuentran físicamente cuando acceden a este medio Fiel, en el 2001, analizó la creación de espacios de anonimato en internet mediante los conceptos de espacio y tiempo que producían a su vez una descorporalización de la persona, básicamente Fiel describe que en internet no existe un espacio físico y por lo tanto la comunicación entre dos sujetos no se transmite de igual manera por el ciberespacio que cara a cara, del mismo modo existe una distorsión del tiempo ya que la mayoría de los usuarios del estudio de Fiel expresaron que las horas pasan sin que la persona pueda darse cuenta, en consecuencia a estas dos características, de tiempo y espacio, el usuario experimenta una descorporalización "la persona se encuentra en un espacio de desapego de la realidad, y fluye, casi esquizofrénicamente entre dos realidades: la real y la virtual" bajo este enunciado se puede decir que el individuo al no estar presente frente a la persona o personas con las que interactúa tiene la posibilidad de presentarse como más le convenga, es decir puede crear una o diferentes personalidades que cambia con facilidad, puede actuar con su identidad real, mientras que en otra ventana asume una personalidad distinta, dando paso a experimentar con la identidad.

Dentro del mundo virtual experimentamos diversos entornos, muchas sociedades dentro de un mismo espacio, diferentes culturas, personas, pensamientos, ideas, tenemos acceso a grandes volúmenes de información. En resumen, es un mundo tan grande y al alcance de muchos que es fácil perderse y encontrarse al mismo tiempo.

Frente al teclado el individuo solo muestra lo que quiere, ya que al haber una disminución de las señales visuales y auditivas los usuarios pueden disminuir, disimular,

cambiar o enfatizar ciertos rasgos de su persona, tienen la posibilidad de cambiar su sexo, edad, escolaridad, etc. básicamente cualquier aspecto de su personalidad o de su vida, por lo tanto el usuario experimenta una sensación de escapatoria de ciertos límites de la sociedad ya sea que se presente como el gerente de una empresa cambiando su estatus social o un adulto que se muestre como alguien menor modificando su rol. De acuerdo a Fiel (2001) los cambios más representativos son cuando las personas modifican su sexo y/o edad porque es a partir de estas características que los usuarios forman sus impresiones de otros usuarios y por lo tanto actúan conforme a ellas, es decir, de acuerdo al sexo y a la edad existen roles ya establecidos que se espera que el usuario realice.

Refiriéndonos a lo anterior en las redes sociales los usuarios interactúan a través de las publicaciones que muestran solo lo que consideran relevante formándose así una identidad virtual de pertenencia dentro de una comunidad. Tanto las identidades en línea como reales se desarrollan de la misma manera, a partir de la interacción con otras personas o grupos en los que se destaca una serie de códigos, valores y costumbres que se han de cumplir para crear un sentido de pertenencia, el sentido de pertenencia se materializa a partir de la creación de objetos con valor simbólico (Thompson, 1998) que pueden llegar a expresar el aprecio o el desprecio de los integrantes. Manuel Castells dice sobre la identidad:

Entiendo por identidad al proceso mediante el cual un actor social se reconoce a sí mismo y construye el significado en virtud sobre todo de un atributo o conjunto de atributos culturales determinados, con la exclusión de una referencia más amplia a otras estructuras sociales. La afirmación de la identidad no significa necesariamente incapacidad para relacionarse con otras identidades. Pero las relaciones sociales se definen frente a los otros en virtud de los atributos culturales que especifican la identidad (Castells, 2006, p. 48).

Facebook al ser una comunidad social está conformada por ciertas reglas que son necesarias cumplir para ingresar y seguir siendo parte, esta red social a su vez permite la creación de grupos abiertos o cerrados los cuales se encuentran regulados por uno o más administradores que verifican que las reglas de sus grupos sean cumplidas, mientras que los usuarios cumplan las reglas pueden pertenecer a uno o varios grupos. En caso de Facebook los objetos de valor simbólico de aprecio, por ejemplo, serían tener muchos me gusta o like en las publicaciones, mientras que de rechazo podría ser la expulsión de algún grupo. El sujeto irá asimilando, es decir adaptándose a los comentarios que son más apreciados o dándose cuenta cuales son los más rechazados.

En resumen, podemos decir que a partir de las conversaciones en las redes sociales se forman las comunidades digitales, por ende, para que una comunidad se mantenga se necesita una interacción continua, estas interacciones se incrementan si existen un mayor sentido de pertenencia entre los usuarios, sin el sentido de pertenencia la comunidad se separa y por lo tanto las interacciones se anulan, es decir, que se requiere una cantidad suficiente de personas que interactúen durante un tiempo suficiente para formar relaciones sociales.

La principal característica de una comunidad es que comparten ciertos contenidos o características, es decir un mínimo factor con el cual mantengan su comunión, en la actualidad las comunidades dentro de la red son la principal actividad que mantiene el flujo de la sociedad digital que siempre se encuentra activa y en línea, Neri (2014) la describe como la sociedad que nunca duerme.

Todos los aparatos de comunicación como celulares, Tablet, computadores etc. permiten estar en todo momento en contacto con el otro y que las ideas, pensamientos, fotos etc. lleguen más lejos. Pero no solo llegar lejos es importante, el sentido de

pertenencia es fundamental para la creación o invención de una identidad colectiva, da la posibilidad de crear distintas versiones de una misma persona y mostrarse como más le convenga.

Los experimentos de identidad son muy comunes en la red, Valkenburg et al. (2005) reportó que alrededor del 50% de los usuarios de Internet se había hecho pasar por otra persona en la Web.

Porque ya no solo los adolescentes ocupan las redes sociales como lo era anteriormente, cada vez más los adultos fueron agregando estos hábitos de comunicación como es ahora el uso de Facebook, whatsapp, twitter etc.

Por consiguiente se expresa que el anonimato es una de las principales características para que las personas experimenten con su identidad mostrándose más desinhibidas en internet ya que tienen la oportunidad de separar sus acciones en línea de la vida real, se sienten menos vulnerables lo que les lleva a una auto revelación, los internautas dicen o hacen cosas que normalmente no harían fuera de la red, además cuentan la oportunidad de que la mayoría de las paginas en internet la comunicación entre los usuarios es por medio de texto, los individuos no tienen que preocuparse por cómo se ven o como suenan dando una sensación de invisibilidad y por lo tanto una mayor libertad de expresión (Suler, 2004).

Una encuesta realizada por el Proyecto Juventud Joven donde participaron más de 1300 personas de 68 países reveló que dos tercios de la población se había comunicado anónimamente en línea en el último año, de los cuales el 59 % comentaron que se sienten más libres al expresarse sin revelar su identidad, sin embargo, dando lugar a que los usuarios anónimos sean más abusivos, ya que el 79 % consideró que son más

desagradables si son anónimos en internet. Mientras que el 39 % expreso haber recibido abusos de personas anónimas.

Por otra parte, el artículo publicado por Vega en el 2007 habla acerca de cómo los usuarios consideran que los romances electrónicos permiten conocer a las personas de adentro hacia afuera, es decir que en las situaciones cara a cara las personas tocan temas superficiales para conocerse como por ejemplo música favorita, actividades de ocio etc. mientras en internet se da más la posibilidad de revelar pensamientos íntimos con mayor facilidad.

Esta mayor libertad de expresión o desinhibición que se observa en la red ha sido estudiada por diferentes investigadores y académicos los cuales han descrito los inconvenientes y las oportunidades que se ocasionan cuando una persona se muestra desinhibida. Alguna de las oportunidades que tienen los individuos es poder experimentar con su personalidad gracias a la flexibilidad que ofrece el medio, solicitar apoyo o información en temas sensibles, vergonzosos, considerados tabú o temas polémicos. Del mismo modo los inconvenientes que se han presentado en la red son actividades delictivas como el acoso, pornografía infantil, secuestro, lenguaje grosero etc.

El término flaming se ha utilizado para describir el comportamiento hostil en internet donde los usuarios mandan mensajes insultantes o provocativos sin ningún propósito constructivo, se puede considerar que este tipo de comportamiento se debe a la falta de señales sociales en los entornos informáticos (Collins, 1992), de igual manera debido al anonimato, las personas dentro de un grupo son relativamente indistinguibles unas de otras permitiendo mostrar un comportamiento desinhibido en algunos casos hostil. Mencionando algunos ejemplos es común que en los juegos en línea donde se forman equipos aleatorios se de esta clase de comentarios hostiles, al igual que en cualquier

página donde se pueda dejar un comentario da paso al flaming, puede ser algún blog, página publicitaria, redes sociales o en YouTube.

En conclusión se podría decir que el anonimato en internet ofrece al usuario la facilidad de mostrarse como más le convenga debido a la gran amplitud de la red lo cual dificulta conocer las identidades de los usuarios, de igual forma la falta de señales visuales de otros usuarios posibilita la experimentación de identidades ya que la mayoría de las comunicaciones se realizan a través de texto, otro de los puntos para que los internautas se muestren más desinhibidos son que las reglas en internet se encuentran difuminadas, no existe moderador evidente o si se encuentra un moderador en alguna página el usuario puede romper alguna regla y acreditar un expulsión sin embargo puede volver a acceder a la página con otro cuenta o simplemente tiene la posibilidad de encontrar varias páginas con similares temáticas o crearla. Es decir, las reglas y los comportamientos sociales no tienen el mismo efecto en internet que fuera de él, por lo cual se puede experimentar una mayor libertad en su comportamiento ya sea con implicaciones positivas o negativas.

A continuación, se describirán los resultados de investigaciones que han tenido como objetivo examinar algunos aspectos de la comunicación en línea, en este caso estarán enfocados a situaciones donde los usuarios son anónimos o exista alguna comparación entre personas identificadas y no identificadas.

La primera investigación que se describirá tiene como objetivo demostrar que el anonimato en línea reduce el estereotipo y el prejuicio entre grupos étnicos. Este trabajo fue realizado en el 2012 por Alvidrez en el Instituto de Migraciones, España. Donde menciona que los grupos étnicos que han emigrado a otros países o que se encuentran en constante conflicto sufren discriminaciones debido a los prejuicios y estereotipos que se les atribuye socialmente.

De acuerdo a Alvidrez en su trabajo sobre el contacto interétnico mediado por ordenador, describe el impacto que tiene el anonimato en internet sobre la disminución del estereotipo y prejuicio entre grupos étnicos. El estudio se basa en la comunicación por computadora en un grupo de chat, donde los participantes fueron divididos en dos subgrupos, el subgrupo A (identificado) conoce los nombres y los rostros de las personas con las que platicará acerca de diversos temas, mientras que el subgrupo B (no identificado) no conoce los nombres ni el rostro de sus demás compañeros. Sin embargo, los resultados mostraron que tanto el subgrupo A como el B no mostraron diferencia significativa en cuestiones de anonimato. Esto podría explicarse porque a pesar de que los individuos del subgrupo A conozcan sus nombres y rostros su comunicación es por medio de la computadora lo que conlleva a no mantener una conversación cara a cara contribuyendo a que los participantes se sientan menos presionados y por lo tanto con una mayor desinhibición.

Este supuesto se coincide con la investigación cualitativa que desarrolló la Dra. Chong (2003) en Torreón donde busca conocer las ideas de los jóvenes acerca de los medios virtuales, en el cual se destaca el uso del anonimato en internet como medio para la creación de personalidades virtuales y también ofrece una mayor libertad para expresar sentimientos, por el anonimato con que se actúa. Se expresa que es más fácil decir lo que piensa a través de chat, aún con gente que conoce personalmente.

De igual manera los investigadores Vivas y Terroni publicaron en 2001 un artículo sobre la comunicación desinhibida en la revista del Instituto Rosario de Investigaciones en Ciencias de la Educación (Irice) España en la cual realizó una investigación que consistía en que personas aleatorias realizaron dos tareas, una de toma de decisiones y otra de recuperación de memoria. Para la primera tarea se dividió a 105 personas, 55 la harían de forma presencial y 50 en chat. Esta tarea consistía en que bajo el supuesto que

una nave había tenido un accidente en la luna, los participantes debían elegir 15 objetos para la supervivencia, ordenándolos de mayor importancia a menor, primero los seleccionaban de manera individual y posteriormente lo decidían entre el grupo. La segunda tarea consistía en escuchar una historia y después reconstruirla grupalmente, en esta actividad fueron 45 personas de forma presencial y 45 por chat. Estas tareas fueron elegidas ya que la primera era una actividad para imaginar y ser más creativa, es decir, una tarea flexible y por consiguiente la actividad de memoria, la historia recuperada por los participantes tenía que ser más apegada a la historia original. Los resultados mostraron que en ambos casos las actitudes desinhibidas eran mayores en las comunicaciones mediadas por computadora, se observó que el anonimato y la falta de presencia social generaron más libertad y espontaneidad en las interacciones reduciendo los juicios y la censura ya que los participantes utilizaban lenguaje soez y las discusiones eran más enardecidas.

## CAPITULO IV Método

### 4.1 Justificación

El uso de tecnología está presente cada vez más en nuestro entorno y por ende hemos adaptado algunas de nuestras actividades cotidianas a los avances tecnológicos, los cuales se han desarrollado de un modo acelerado en último siglo. Incluso se ha modificado cómo nos relacionamos, que es una de las principales características que tiene el ser humano, cada vez más se utiliza la tecnología para comunicarnos (Cortés & Llanos, 2011). Así el presente trabajo permitirá profundizar en el tipo de interacciones que se desarrollan en internet.

En internet se encuentran la mayoría de las plataformas dedicadas a la comunicación entre usuarios, del mismo modo esta comunicación puede ser intercontinental y atemporal, donde casi cualquier individuo puede acceder a esta enorme red de personas conectadas, ofreciendo a su vez una percepción de anonimato ya que los internautas pueden ocultar su nombre a través un Nick o modificar diversos aspectos como su sexo, edad, personalidad, físico, etc. Incluso el mismo sistema facilita la creación de múltiples identidades con diferentes personalidades para un solo usuario (Morales, 2004)

Por otra parte, en el artículo publicado por Vega en el 2007 habla acerca de cómo los usuarios consideran que los romances electrónicos permiten conocer a las personas de adentro hacia afuera, es decir que en las situaciones cara a cara las personas tocan temas superficiales para conocerse como por ejemplo música favorita, actividades de ocio etc. mientras en internet se da más la posibilidad de revelar pensamientos íntimos con mayor facilidad.

Lo único que casi no ha cambiado es la necesidad del ser humano de relacionarse con sus semejantes, por lo cual las interacciones son el punto clave para el desarrollo de los individuos y su vez de las sociedades.

De tal manera considero que es importante profundizar en el tipo de interacciones que se desarrollan en internet entre grupos anónimos y no anónimos ya que podría darnos un enfoque más específico de como las personas interactúan en las redes sociales, en este caso si el anonimato influye en los comportamientos y si estos comportamientos se orientan más a la comunión o segregación de usuarios.

#### 4.2. Problema de investigación

¿Existe diferencia en la interacción social entre grupos anónimos y no anónimos en la red social Facebook?

#### 4.3. Objetivos

##### Objetivo General

Conocer si existe diferencia en la interacción social en grupos anónimos y no anónimos en la red social Facebook

##### Objetivos específicos

- a) Identificar a los usuarios anónimos y no anónimos.
- b) Evaluar la interacción social
- c) Comparar la interacción social entre usuarios anónimos y no anónimos

d) Determinar si los usuarios anónimos presentan más procesos disyuntivos en las interacciones anónimas.

e) Conocer si se expresan más pensamientos íntimos entre usuarios anónimos.

#### 4.4. Hipótesis

Hi: Si existe diferencia en la interacción social entre grupos anónimos y no anónimos en la red social Facebook.

Ho: No existe diferencia en la interacción social entre grupos anónimos y no anónimos en la red social Facebook.

#### 4.5. Variables y Definiciones

##### 4.5.1 Variables

Variable Independiente: Anonimato en internet

Variable Dependiente: Interacción social

##### 4.5.2. Definiciones

###### 4.5.2.1 Definiciones conceptuales

V. I. Anonimato: Carrasco (2012) define el anonimato en internet como la capacidad de realizar cualquier acceso, comunicación o publicación en la red sin que terceros tengan la posibilidad de identificar o localizar el autor de dicha acción.

V.D. Interacción social: Sánchez (1996) define la interacción social como intercambio de comportamiento entre dos o más personas en el que la participación de cada individuo

ocurre en respuesta a la de otro(s) e implica considerar los procesos de retroalimentación por los que los individuos se influyen entre sí.

#### 4.5.2.2. Definiciones operacionales

V.I. El anonimato se evaluará mediante 5 reactivos. El participante es considerado anónimo si contesta de forma negativa al reactivo de nombre verdadero, edad y si la mayoría de sus contactos lo conocen en persona, es decir a partir de la información que muestra en su perfil de Facebook (Anexo1)

V.D. La interacción social será medida a partir de un cuestionario expofeso obteniendo su validez a través de un jueceo de expertos. El cuestionario está integrado por reactivos que medirán los procesos conjuntivos (Cooperación y acomodación) y disyuntivos (Competencia, Conflicto y obstrucción) de la interacción social, con un total de 24 preguntas, a su vez se anexaron reactivos que tienen como finalidad evaluar la facilidad de interacción que pueden llegar a tener los usuarios en Facebook (11 preguntas). El cuestionario está conformado por 35 reactivos con opciones de respuesta tipo Likert las cuales son: Siempre, Casi Siempre, Casi Nunca y Nunca. (Anexo 2)

Los valores otorgados son 3 para Siempre, 2 para Casi Siempre, 1 para Casi Nunca y 0 para nunca, a excepción de la pregunta 28 que tiene valores inversos

#### 4.6. Diseño de investigación

El diseño de investigación es no experimental transversal ya que no se manipula la variable independiente al igual que solo se aplicará una sola medición. (García, 2009)

#### 4.7. Tipo de estudio

Comparativo ya que pretende describir la diferencia de la interacción social entre grupos universitarios anónimos y no anónimos en la red social Facebook

#### 4.8. Muestra

La muestra se conformó de 60 usuarios de Facebook de los cuales 30 pertenecen al grupo anónimo y los 30 restantes al grupo no anónimo

Criterios de inclusión para los participantes anónimos

- Tener de 18 a 45 años
- Ser miembros activos en la página Facebook
- Ocultar su información personal que conlleve a la identificación de la persona

Criterios de inclusión para el grupo no anónimo

- Tener de 18 a 45 años
- Ser miembros activos en la página Facebook
- Mostrar información personal que identifique al usuario

#### 4.9. Muestreo

El tipo de muestreo es no probabilístico por conveniencia ya que las participantes fueron voluntarios para ser partícipes en el estudio.

#### 4.10. Instrumentos

Se elaboró un cuestionario para fines de la investigación utilizando la validez de constructo. En un inicio se desarrollaron 14 reactivos referentes a los procesos conjuntivos, 14 reactivos disyuntivos y 10 sobre facilidad de interacción, posteriormente el cuestionario fue evaluado por tres expertos eliminando los reactivos de asimilación, ya que no eran probables que este proceso se encontrará en Facebook. Al finalizar el jueceo quedaron 35 reactivos. Es decir, 14 reactivos disyuntivos, 10 reactivos disyuntivos y 11 reactivos sobre Facilidad de Interacción. En el cuestionario se agregó un apartado sobre hábitos y actividades en Facebook, al igual que 5 reactivos sobre el anonimato en Facebook. (Anexo 2)

Para evaluar la interacción social nos basamos en la teoría de Fichter quien describía que las personas interactúan conforme a los roles, estatus y los procesos sociales, los cuales son los conjuntivos, que aluden al respeto e integración grupas y los disyuntivos que separan la interacción

Como se mencionó anteriormente la interacción social se evaluó otorgando valores a las respuestas de cada usuario, donde “siempre” equivale a la máxima puntuación de 3, “casi siempre” le corresponde el valor de 2, “casi nunca” es un 1 y “nunca” el valor es de 0. Por el contrario, se agregó una pregunta (Pregunta 28) con valores inversos. Es decir, que la respuesta de “siempre” tiene un valor de 0, “casi siempre” se le otorga el valor de 1 y así sucesivamente. A continuación, se muestra un ejemplo de lo antes descrito.

	<b>SIEMPRE</b>	<b>CASI SIEMPRE</b>	<b>CASI NUNCA</b>	<b>NUNCA</b>
1.- Digo lo que pienso sin importar si ofendo a otra persona.	3	2	1	0

28.-Me siento juzgado (a) cuando digo algo en Facebook.	0	1	2	3
---	---	---	---	---

#### 4.11. Material

- Instrumento de medición (CUESTIONARIO DE INTERACCIÓN SOCIAL)
- Lápices.
- Gomas.
- Sacapuntas.

#### 4.12. Procedimiento

De acuerdo a los criterios de inclusión y exclusión de cada grupo se acudió a una institución de educación superior en donde se abordó a los estudiantes con finalidad de contestar el cuestionario de interacción social. Ya sea en aplicación individual o grupal se explicó el objetivo del cuestionario, para posteriormente otorgar a cada estudiante el instrumento y en caso necesario un lápiz, en seguida se les pidió que leyera las instrucciones y si surgiera alguna duda preguntaran. Posteriormente a la aplicación se recolectaron los resultados para un análisis estadístico de los mismos.

En primera instancia se calificaron los cuestionarios de acuerdo a los valores otorgados a cada respuesta, es decir con valores de 0, 1,2 y 3. Posteriormente se agruparon en tres columnas las preguntas disyuntivas conjuntivas y de Facilidad.

#### *Número de Preguntas*

<i>Disyuntivas</i>	1 3 5 6 10 11 12 13 14 20 25 27 29 31
<i>Conjuntivas</i>	2 4 7 8 9 16 22 24 32 34

Ya divididas las preguntas se procedió a sumar los valores de cada participante, de acuerdo a estas puntuaciones se utilizó la prueba T de Student para muestras iguales, realizando tres comparaciones, se compararon los valores de las preguntas disyuntivas del Grupo A con los valores de las respuestas disyuntivas del Grupo NA, de igual manera con los valores de las preguntas conjuntivas entre ambos grupos y por consiguiente del mismo modo para los reactivos de Facilidad de Interacción. De acuerdo a los valores arrojados por dicha prueba se determinó si existía alguna diferencia significativa entre ambos grupos.

## CAPITULO V Resultados

En primera instancia el cuestionario está dividido en cuatro apartados; el primero hace referencia a los datos generales de la persona como es la edad y el sexo, el segundo trata sobre el uso de Facebook, en el tercer apartado se establecieron cinco afirmaciones para determinar si la persona es considerada anónima o no anónima y para finalizar se conformaron 35 preguntas sobre los procesos de interacción social.

En consiguiente se describirán las características de la muestra como el sexo, edad, el número de horas que pasan los usuarios en Facebook, cual es el dispositivo con el que más frecuencia acceden a dicha red, las actividades que suelen ocupar y por último se detallan los puntajes de las preguntas disyuntivas, conjuntivas, facilidad de interacción y de no facilidad.

Primero se enfocará en describir a la muestra total, es decir a los 60 individuos participantes y posteriormente se detallarán las mismas características, pero dividiendo a la muestra entre los usuarios anónimos y no anónimos.



FIGURA 1

La muestra se conformó por 60 personas de las cuales 77% fueron mujeres y el 23% hombres (Figura 1)

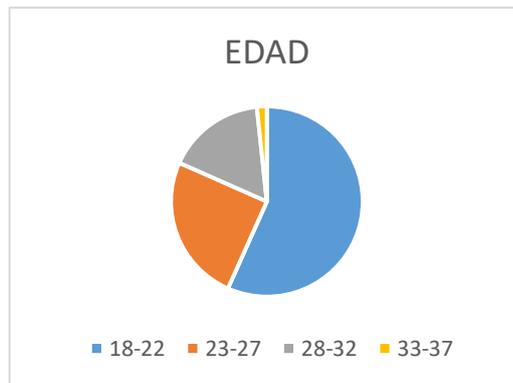


FIGURA 2

La muestra se conformó por 60 personas de las cuales las edades oscilan entre los 18 a 33 años, estas edades las agrupamos en rangos de 5, el 57% de los individuos se encuentran entre 18 a 22 años, el 25% están de 23 a 27 años, el 17% de 28 a 32 años y por último el 1% corresponde al rango de 33 a 37 años. La media de edad fue de 22.8 años mientras que la mediana de 21.5 (Figura 2)

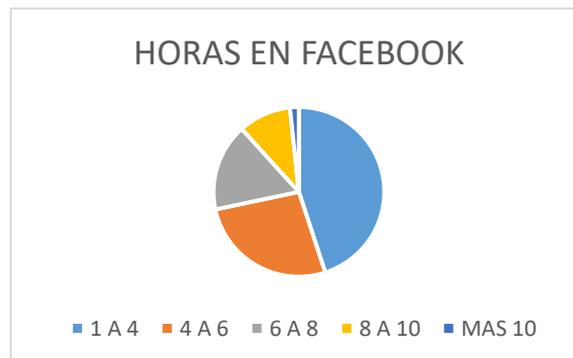


FIGURA 3

En cuanto las horas que ocupan en navegar por Facebook el 45% de los usuarios pasan de a 1 a 4 horas diarias, 27% de las personas de 4 a 6 horas, 17% personas de 6 a 8 horas, 10% personas lo utilizan de 8 a 10 horas y por último el 1% está en Facebook más de 10 horas. Se debe aclarar que en esta pregunta se les sugirió a los encuestados que sumaran todos los accesos a Facebook a lo largo del día. (Figura 3)



FIGURA 4

Dentro del apartado de dispositivos utilizados para acceder a la red social se dieron como opciones computadora, celular, Tablet u otro. El 92% de las personas utilizan celular, 5% de los participantes respondieron computador y 3% usa Tablet. (Figura 4)

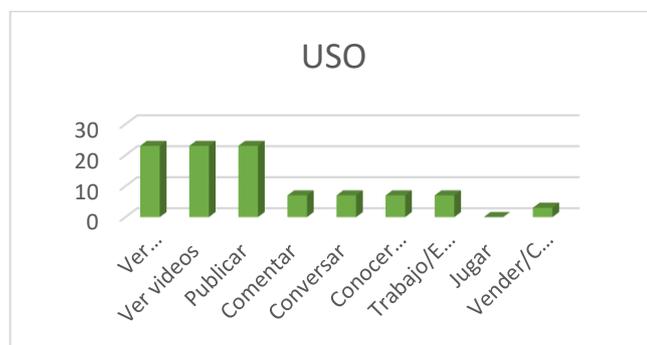


FIGURA 5

Los usuarios dedican la mayoría del tiempo en Facebook en ver imágenes, ya que el 35% de las personas marcaron esta opción, en segundo lugar, se encuentran publicar y ver videos con 18% personas cada uno, después 12% personas indicaron que lo usan para comentar las publicaciones, 5% personas para conversar al igual que el 5% personas lo utilizan para conocer a otros usuarios, 3% sujetos contestaron para trabajo o escuela y las opciones de jugar o vender/comprar la eligieron el 2% usuarios cada una. (Figura 5)

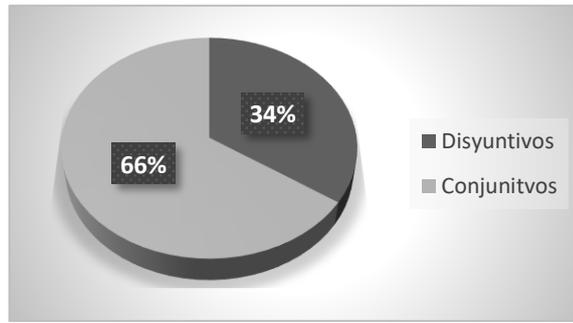


FIGURA 6

En el total de los 60 cuestionarios se obtuvo que el 66% fueron respuestas conjuntivas, es decir respuestas que aludían a la integración social, por el contrario, el 34% corresponde a respuestas disyuntivas de separación social. (Figura 6)

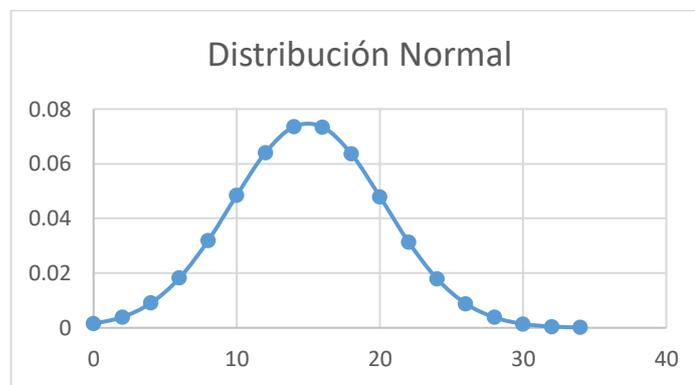


Figura 7

En la figura 7 se muestran los resultados de la Facilidad de interacción, de acuerdo a los valores otorgados a las respuestas de 0,1, 2 y 3, la mínima calificación que podría sacar unas personas es de 0 y la máxima de 33. En esta campana de Gauss podemos observar que la media de los 60 participantes es de 14.96 con una desviación estándar de 5.33

En el siguiente apartado describiremos a la muestra dividiéndolos en anónimos y no anónimos

## NO ANÓNIMOS

La muestra no anónima se conformó por 30 participantes.



FIGURA 8

En el apartado de sexo, el 87% de las personas encuestadas no anónimas son mujeres mientras que 13% son hombres. (Figura 8)

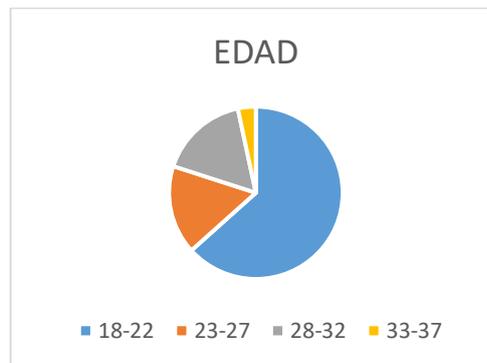


FIGURA 9

La edad de los participantes fue de un 63% de personas no anónimas con un rango de edad entre los 18 a 22 años, 17% de personas entre los 23 a 27 años, igualmente 17% individuos entre los 28 a 32 y un 3% de 33 a 37 años. Por lo tanto, la media de edad es de 22.7, en tanto la mediana es de 21 años. (Figura 9)

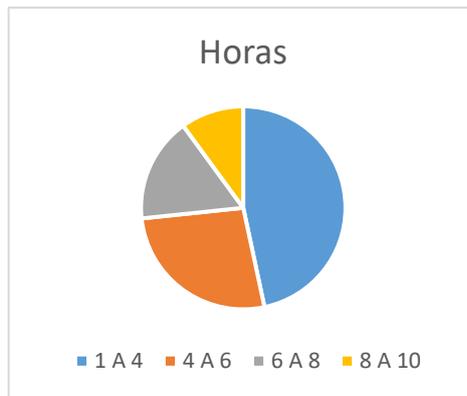


FIGURA 10

En este grupo de personas se encontró que el 46% de ellas pasan de 1 a 4 hrs diarias en Facebook, el 27% de 4 a 6 hrs, 17% de 6 a 8 hrs y 10% personas de 8 a 10 hrs. (Figura 10)



FIGURA 11

El dispositivo mayormente usado fue el celular con un 93% de individuos eligiendo esta opción y solo el 7% indicó el uso de Tablet. (Figura 11)

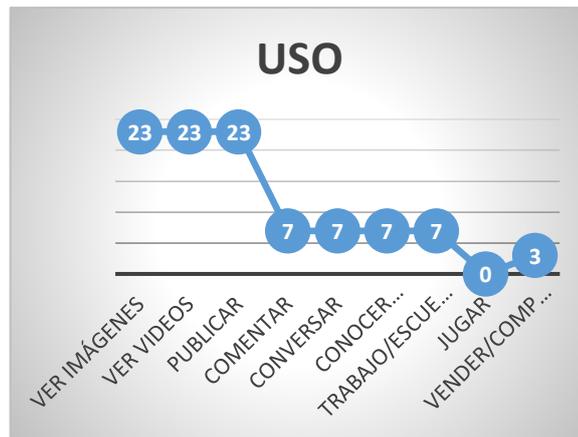


FIGURA 12

Posteriormente en el área del uso de Facebook tres opciones tuvieron el mismo número de personas eligiéndolas, es decir 23% de los usuarios escogieron ver videos, 23% señalaron ver imágenes y 23% de los individuos indicaron publicar. De igual modo las siguientes 4 opciones fueron elegidas por el 7% cada una, conversar, conocer personas, trabajo/escuela y comentar. El 3% eligió vender/comprar, mientras que jugar no obtuvo ningún porcentaje. (Figura 12)

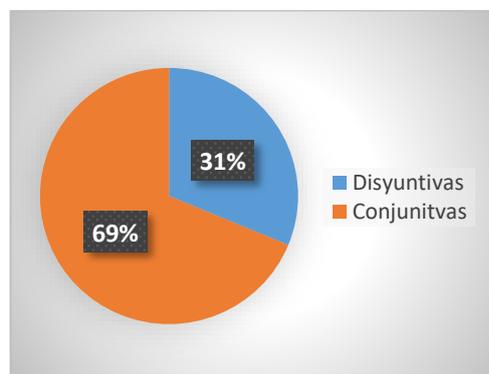


FIGURA 13

Del total de los 30 cuestionarios no anónimos se obtuvieron 69% de respuestas de integración social (conjuntivas) 31% de segregación social (disyuntivas). De igual manera, estos resultados se obtuvieron de acuerdo a los valores de 0, 1, 2 y 3 asignados (Figura 13)

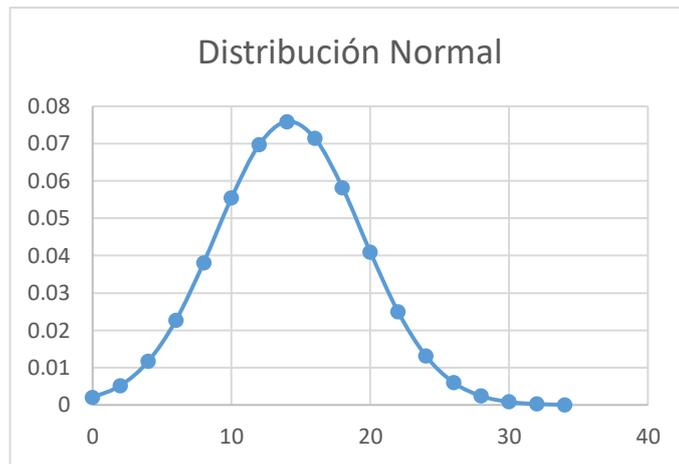


FIGURA 14

En cambio, en la facilidad de interacción en personas no anónimas se obtuvo una media de 14.16 con una desviación estándar de 5.25 Recordemos que la mínima puntuación de resultados es de 0 y la máxima de 33 (Figura14)

## ANÓNIMOS



FIGURA 15

De los 30 individuos anónimos el 67% fueron mujeres y por consiguiente 33% hombres. (Figura 15)

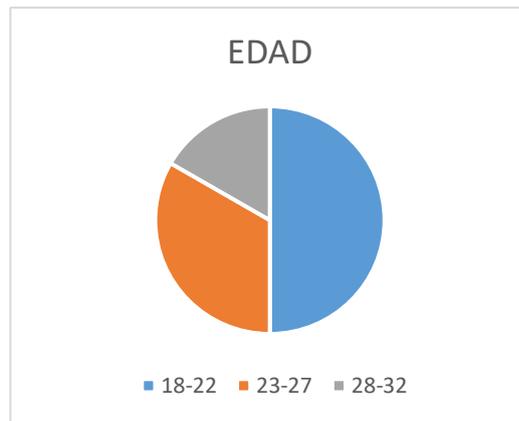


FIGURA 16

En cuestión de edad el 50% de las personas tienen entre 18 a 22 años, 33% oscilan entre los 23 a 27 y 17% encuestados entre los 28 a 33 años. Por lo tanto, la media y la mediana es de 23. (Figura 16)

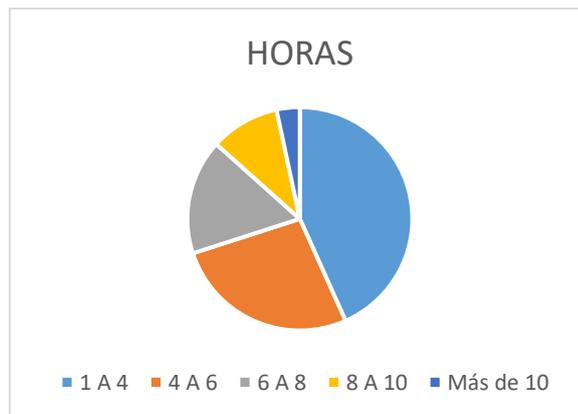


FIGURA 17

43% de los individuos indicaron que pasan entre 1 hr a 4 hrs diarias en Facebook, 27% utilizan Facebook entre 4 a 6 hrs, 17% personas entre 6 a 8 hrs, 10% usuarios navegan entre 8 a 10 hrs, mientras que el 3% mostró que lo usa más de 10 hrs. (Figura 17)



FIGURA 18

De igual modo se indicó que el celular es el dispositivo que más se utiliza para el acceso con un 90% personas eligiendo esta opción y el 10% restante seleccionaron la computadora. (Figura 18)

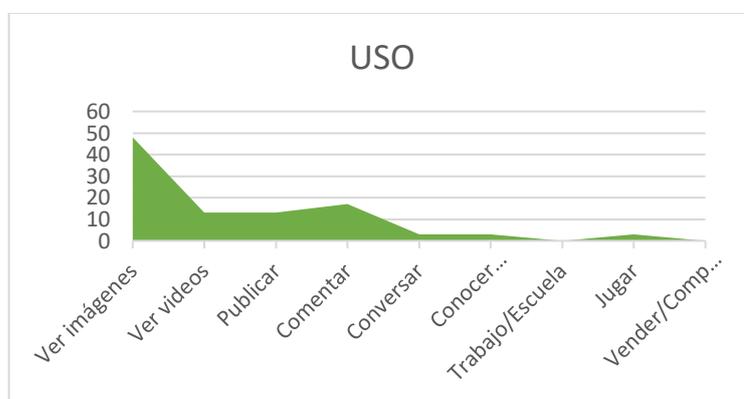


FIGURA 19

En cuanto las actividades en Facebook indicaron que 48% de las personas lo usan para ver imágenes, 17% comentan las publicaciones, 13% publican al igual que 13% para ver videos, después conocer personas, jugar y conversar obtuvo 3% cada uno, las opciones de trabajo/escuela y vender/ comprar no tuvieron ningún resultado. (Figura 19)

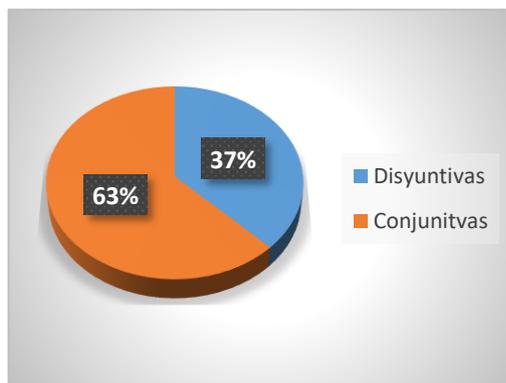


FIGURA 20

Del total de los 30 cuestionarios anónimos se obtuvieron 63% respuestas de integración social (conjuntivas) y 37% de segregación social (disyuntivas). Esos porcentajes se obtuvieron de acuerdo a los valores de 0 1 2 y 3 otorgados en la calificación del instrumento (Figura 20)

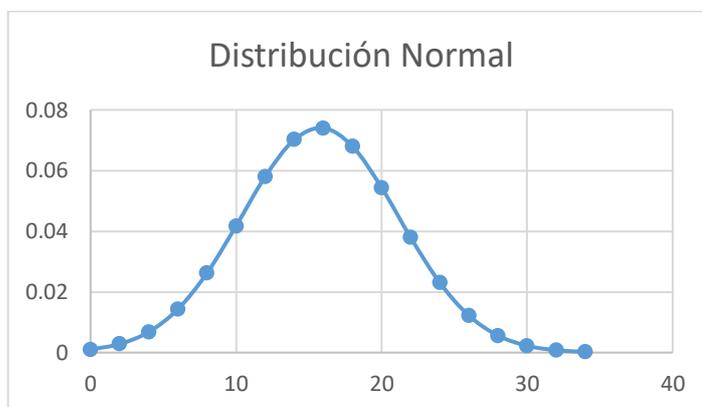


FIGURA 21

La media obtenida en la facilidad de interacción en personas anónimas es de 15.76 mientras que la desviación estándar es de 5.38. Donde la mínima puntuación de resultados es de 0 y la máxima de 33 (Figura 21)

Para saber si existe una diferencia entre las interacciones sociales entre grupos anónimos y no anónimos se realizaron tres pruebas T de Student para muestras independientes, donde se comparó los resultados de las preguntas disyuntivas del Grupo NA con las

respuestas de las preguntas disyuntivas del Grupo A, del mismo modo se compararon las preguntas conjuntivas y las de facilidad entre ambos grupos

### Prueba T de Student para preguntas Disyuntivas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas iguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	7.8333	9.9333
Varianza	19.4540	75.7195
Observaciones	30.0000	30.0000
Varianza agrupada	47.5868	
Diferencia hipotética de las medias	0.0000	
Grados de libertad	58.0000	
Estadístico t	-1.1790	
P(T<=t) una cola	0.1216	
Valor crítico de t (una cola)	1.6716	
P(T<=t) dos colas	0.243204	
Valor crítico de t (dos colas)	2.0017	

*Tabla 22*

En esta tabla se comparó las respuestas disyuntivas del Grupo NA (Primera columna o variable 1) con las respuestas disyuntivas del Grupo A (Segunda columna o variable 2). Recordemos que el número de preguntas o reactivos de las preguntas disyuntivas es de 14 y tomando en cuenta los valores asignados a las respuestas es de 0, 1, 2 y 3, la mínima calificación que un participante puede sacar es de 0 y la máxima es de 42. Por lo tanto, se observa que la media del Grupo NA es de 7.83 y del Grupo A es de 9.93. Sin embargo, si sumamos el total de respuestas entre ambos grupos se obtiene una media de 8.88. Del mismo modo el nivel de significancia que se muestra en la tabla es de .243 (Tabla 22).

## Prueba de T de Student para preguntas Conjuntivas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas iguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	17.2333	16.5667
Varianza	25.5644	25.2195
Observaciones	30.0000	30.0000
Varianza agrupada	25.3920	
Diferencia hipotética de las medias	0.0000	
Grados de libertad	58.0000	
Estadístico t	0.5124	
P(T<=t) una cola	0.3052	
Valor crítico de t (una cola)	1.6716	
P(T<=t) dos colas	0.6103	
Valor crítico de t (dos colas)	2.0017	

*Tabla 23*

En esta tabla se puede apreciar la comparación de las preguntas conjuntivas entre ambos grupos, el número de preguntas conjuntivas es de 10, en este caso la mínima calificación es de 0 y máxima de 30, se advierte que la media del Grupo NA es de 17.23 y del Grupo A es de 16.56. Entre ambos grupos se obtiene una media de 16.9. Con un nivel de significancia de .610 (Tabla 23).

## Prueba T de Student para preguntas de Facilidad de Interacción

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas iguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	14.1667	15.7667
Varianza	27.5920	29.0126
Observaciones	30.0000	30.0000
Varianza agrupada	28.3023	
Diferencia hipotética de las medias	0.0000	
Grados de libertad	58.0000	
Estadístico t	-1.1648	
P(T<=t) una cola	0.1244	
Valor crítico de t (una cola)	1.6716	
P(T<=t) dos colas	0.2489	
Valor crítico de t (dos colas)	2.0017	

*Tabla 24*

El número de preguntas de facilidad de interacción dentro del cuestionario es de 11, por lo tanto, la mínima calificación es de 0, mientras que la máxima es de 33. En este caso a media del Grupo NA es de 14.16 y la del Grupo A se encuentra en el 15.76. Con la suma de ambos grupos se obtiene una media de 14.96. Entre tanto el nivel de significancia es de .248 (Tabla 24)

## CAPITULO VI Análisis de resultados

De acuerdo con la recolección de datos, por medio de porcentajes, se encontró que casi la mitad de los participantes, es decir el 45% del total de la muestra utiliza con mayor frecuencia Facebook de 1 a 4 horas diarias, de igual manera al comparar las medias del Grupo NA (1.90) y el Grupo A (2.33) por medio de una T de Student se encontró que existe diferencia ya que el valor de  $P$  es de .639, por lo tanto las personas emplean mayor tiempo navegando en Facebook.

Referente al dispositivo que se emplea con más frecuencia es el celular, el promedio entre ambos grupos es 91.5, quiere decir que la mayor parte de la muestra utiliza el celular como medio para acceder a dicha red, estos datos concuerdan con la información recabada por el INEGI en 2018 donde muestra que existen 74 millones de mexicanos tienen acceso a internet de los cuales el 93% lo hacen desde su celular.

Por otra parte, se examinó las actividades en Facebook asignándoles valores numéricos que van de 1 al 9, verificando el número de repeticiones de cada actividad de los usuarios y sacando el porcentaje de los mismos, estos porcentajes son comparados entre ambos grupos en la siguiente tabla:

	No Anónimo	Anónimos
Ver imágenes	23%	48%
Ver videos	23%	13%
Publicar	23%	13%
Comentar	7%	17%
Conocer personas	7%	3%

Conversar	7%	3%
Trabajo/Escuela	7%	0%
Jugar	0	3%
Vender/Comprar	3%	0

Tabla 25

Se analizó que ver imágenes es la actividad que sobresale en el grupo A mientras que en el caso de las personas NA existe una distribución equitativa entre las opciones de ver imágenes, ver videos y publicar, al igual entre las actividades que ocupan el segundo lugar con un 7% que son comentar, conversar y conocer personas. Se puede inferir que el grupo NA se encuentra más orientado a actividades de mayor interacción. Ya que son la acciones que tienden mas a la comunicación con otros usuarios.

De igual manera otra observación que apreciamos es que la actividad de comentar ocupa el segundo lugar con un 17% en el grupo A sin embargo una las variables para determinar si las personas cumplían las características para entrar a este grupo es que la mayoría de sus contactos agregados no eran conocidos. Es decir que las personas Anónimas comentan más publicaciones de personas desconocidas o que realizan comentarios a páginas, artículos, noticias etc.

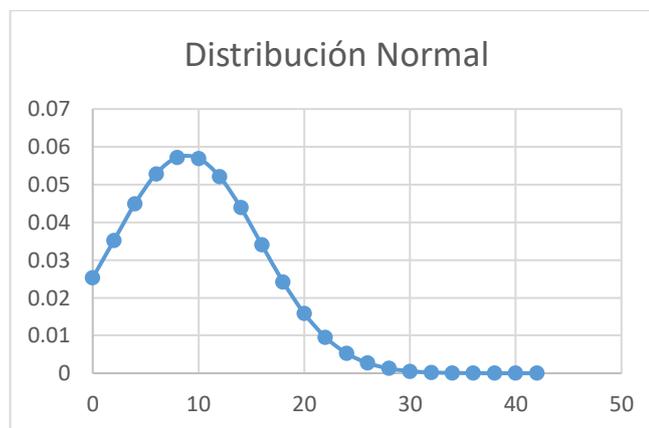
Refiriéndonos a los resultados sobre de los procesos sociales se encontró que en ambos grupos de estudio la interacción social conjuntiva fue mayor que la interacción disyuntiva, es decir que las acciones como la cooperación, respeto y la tolerancia entre usuarios es más alta. Los resultados fueron analizados a través de una prueba T de Student, comparando el total de respuestas conjuntivas de personas no anónimas y el total de respuesta conjuntivas anónimos, de igual manera entre las respuestas disyuntivas y las preguntas referentes a la facilidad de interacción, es decir que realizaron tres

correlaciones. La prueba T de Student busca que el resultado sea mayor a .05 o en para ser significativo. Por lo tanto, en los tres casos podemos decir que existe una diferencia significativa.

Se encontró que el nivel de significancia entre las variables conjuntivas entre ambos grupos fue de .610, mientras que las disyuntivas obtuvieron un .243, y por último los resultados de facilidad de interacción fue de .248. (Tabla 22)

A continuación, se detallarán más estos resultados por medio de la Campana de Gauss

#### Análisis de Preguntas Disyuntivas entre ambos grupos



*Figura 26*

Como se mencionó anteriormente la mínima calificación que se podía obtener es 0 y la máxima 42, en este caso la media de las preguntas disyuntivas entre ambos grupos que se obtuvo es de 8.88 como se muestra en la campana de Gauss. Se esperaría que la media de las preguntas disyuntivas se encontrara a la mitad, es decir de 21 más menos con una desviación estándar de 6.92. Por lo tanto, podemos deducir que a pesar que existe diferencia significativa de .243 entre ambos grupos las puntuaciones de las respuestas disyuntivas son bajas, ya que la mayoría de resultados se orientan a la izquierda, es decir a las colas de la campana de Gauss, incluso se observa en la campana que se obtuvo una calificación de 0.

### Análisis de Preguntas Conjuntivas entre ambos grupos

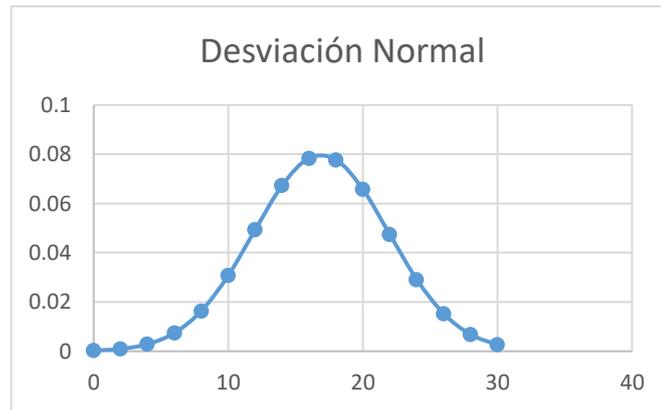


Figura 27

Entre tanto en el caso de las preguntas conjuntivas la mínima calificación es de 0 y la máxima de 30 al tener 10 reactivos dentro del cuestionario, sin embargo a pesar que tenemos 4 preguntas menos que preguntas disyuntivas, las calificaciones en esta área son mayores, ya que la mitad sería de la calificación es de 15 y tenemos una media de 16.9 que se encuentra dentro de los valores centrales ya que la desviación estándar de 5. De igual modo con un nivel de significancia .610 podemos decir que existe diferencia significativa entre el Grupo NA y el Grupo A.

### Análisis de Preguntas de Facilidad de Interacción

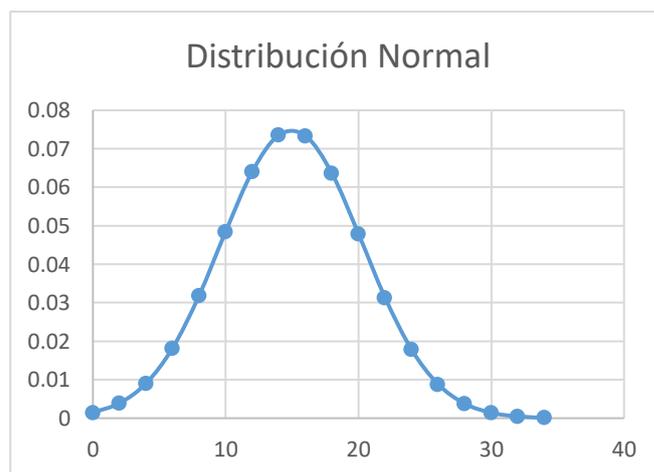


Figura 28

En el caso de las preguntas de Facilidad de interacción la mínima calificación es de 0 y la máxima de 33. La media que se obtuvo fue de 14.96 con una desviación estándar de 5.33. Por lo tanto la puntuación de la interacción social entre ambos grupos se encuentra dentro de los valores centrales. Por otra parte, comparando los valores entre ambos grupos se obtuvo un nivel de significancia de .248 concluyendo que si existe diferencia significativa entre el Grupo NA y el Grupo A

Por lo tanto, existe diferencia significativa entre los procesos sociales y la variable de anonimato, de modo que, se acepta la hipótesis investigación y se refuta la hipótesis de nula.

## CAPITULO VII Discusión

Esta investigación tuvo como objetivo conocer si existía diferencia en la interacción social entre usuarios anónimos y no anónimos en Facebook, de acuerdo a la teoría se trabajó con el supuesto de que los usuarios anónimos se mostrarían más desinhibidos y por lo tanto mostrarían interacciones más agresivas. Comparando las medias de las preguntas disyuntivas observamos que, si existe diferencia entre ambos grupos, dicho de otro modo, los usuarios anónimos muestran más características de conflictivas, de competencia y obstrucción en sus interacciones. Las preguntas como “Disfruto participar en discusiones conflictivas”, “He reportado publicaciones porque no comparten mi opinión” o “Procuró que mis publicaciones obtengan más comentarios que los de mis amigos” son los reactivos que tuvieron mayor puntuación en el Grupo A comparándolas con el Grupo NA, en ellas se puede apreciar el conflicto, la obstrucción y la competencia

Esto coincide con Suler (2014), previamente descrito, donde dice que los sujetos no tienen que preocuparse como se ven o suenan, desarrollando una sensación de invisibilidad y por lo tanto una mayor libertad de expresión. De igual forma el término flaming se ha usado para describir comportamientos hostiles o provocativos que se deben a la falta de señales sociales, los cuales concuerdan con los resultados (Collins, 1992).

Por otra parte, refiriéndonos a las interacciones sociales conjuntivas, las medias entre ambos grupos muestran una diferencia significativa, el Grupo NA obtuvo mayores puntuaciones en las preguntas conjuntivas que el Grupo A, es decir que las personas no anónimas se inclinan hacia la cooperación y la asimilación.

Así mismo, analizando los cuestionarios encontramos que la mayor parte de las respuestas aludían a la acomodación, recordando que este proceso social pertenece a los

conjuntivos y hace referencia al arreglo mínimo entra las personas para convivencia, en otras palabras las preguntas como **“Si otro usuario critica alguno de mis gustos le respondo de mala manera”** **“Valoro las opiniones de otras personas incluso cuando son contrarias a las mías”** **“Trato de evitar conflictos con los demás usuarios a pesar de que no me agraden”** se inclinaron hacia el respeto y/o tolerancia de los demás. Es decir que los usuarios en Facebook **“resuelven”** sus inconformidades (en su mayoría) a través de la acomodación.

Por otra parte, viendo la totalidad de la muestra, es decir, comparando los resultados de las preguntas disyuntivas de ambos grupos con las preguntas conjuntivas de ambos grupos (Figura 6) se encontró que tanto usuarios anónimos y no anónimos mostraban comportamientos más orientados hacia la cooperación, el respeto y la acomodación. Si vemos las gráficas las medias de ambos grupos se puede apreciar que puntuaciones de las respuestas conjuntivas son mayores, la media disyuntiva es de 8.8 mientras que la media conjuntiva es de 16.9. En el caso de las respuestas disyuntivas se encuentran por debajo de la media, mientras que las respuestas conjuntivas permanecen dentro de lo normal (Figura 26 y 27).

Estos resultados concuerdan con la teoría ya que las interacciones fueron analizadas en una red social y en este caso Facebook, recordemos que la finalidad de una red social en línea es la creación de comunidades mediante conexiones personales con otros usuarios (Ros, 2009), ,por lo tanto para que exista una comunidad los usuarios deben respetar las reglas, valores y costumbres, es decir mostrar interacciones conjuntivas, para así interactuar con otros usuarios y crear un sentido de pertenencia, desarrollando objetos valor simbólico que representa el aprecio o desprecio entre los integrantes (Thompson, 1998). En caso de Facebook los usuarios primero deben de respetar las reglas impuestas por la página, un ejemplo de ello es que para unirse existe una mínima edad para registrarse. Posteriormente los grupos independientes dentro Facebook también

establecen ciertos lineamientos primero para unirse y después para no se expulsado. En esta investigación se encontró, de acuerdo al número de valores otorgados a las respuestas de 0, 1, 2 y 3, que el 5% del total de la muestra nunca respeta las reglas, el 3% casi nunca respeta las reglas, el 17% casi siempre respeta la reglas y el 75% siempre respeta las reglas (estos resultados fueron obtenidos a partir de la pregunta número 24 del cuestionario)

Se puede decir que, aunque las sanciones no se consideren extraordinarias, son cumplidas en su mayoría por los usuarios.

Estas sanciones dependen del grado de percepción de los sujetos, el ser expulsados de alguna página, grupo o la baja temporal o permanente, son equivalentes a la percepción del individuo, es decir que las reacciones a estas sanciones son determinadas subjetivamente por los usuarios. Recordemos lo mencionado por Davis (2001) que el uso del internet lo determina el individuo en la medida que la persona carezca de apoyo social, ya que lo usa más como una fuente de identidad que una herramienta de ayuda.

Con esto se hace referencia que al asumir una identidad virtual y entrar en una comunidad como la que es Facebook el individuo va interactuando con los individuos o herramientas que compone la página, obteniendo objetos de valor simbólico, como por ejemplo ganando más seguidores, consiguiendo más likes en sus publicaciones, logrando comentarios positivos, etc. sintiéndose incluido dentro de esta, ya que repitiendo a Thompsom (1998) el individuo crea un sentido de pertenencia dentro de la comunidad, sin el sentido de pertenencia la comunidad se separa y por lo tanto las interacciones se anulan. Lo anterior mencionado se puede tomar desde un punto psicológico.

También podemos hablar de que dentro de los análisis de resultados encontramos que el grupo anónimo ocupa el segundo lugar en realizar comentarios que en su mayoría son con usuarios desconocidos, artículos, páginas de interés, noticias etc. por lo tanto, al

menos que el autor responda no se considera una interacción, ya que no hay respuesta de retorno, si la hay sería interacción superficial.

En cambio, en las preguntas de Facilidad de interacción se encontró que el grupo A obtuvo mayor media (15.76) que el grupo NA (14.16) en preguntas referentes a la comunicación con otros usuarios en Facebook (Tabla 24). De acuerdo a la tabla 28 podemos observar que esta Facilidad de interacción de ambos grupos se encuentra dentro de los valores céntricos. Se estimaba que la facilidad de interactuar sería mayor en el grupo A ya que de acuerdo con el estudio de Terroni (2011) las interacciones espontaneas fueron superiores en los grupos anónimos en su investigación.

Sin embargo, en el estudio de Terroni (al igual que los estudios de otros autores mencionados) las interacciones estaban orientadas a una actividad específica mientras que en Facebook no hay una actividad específica y/u obligada.

## CAPITULO VIII Conclusiones

Los resultados que se encontraron en esta investigación fue que los usuarios de Facebook muestran una interacción social orientada hacia las actividades de cooperación, respeto y acomodación.

Analizando las diferencias entre ambos grupos se encontró que, si existe diferencia significativa en las interacciones disyuntivas entre el Grupo A y el Grupo NA, ya que el grupo anónimo muestra una mayor calificación en interacciones como la obstrucción, la competencia y el conflicto.

De la misma manera se encontró que el Grupo A obtuvo una mayor puntuación respecto al Grupo NA refiriéndose a la Facilidad de Interacción. Es decir que el grupo anónimo tienen una mayor facilidad u objetivo en comunicarse con otros usuarios en dicha red.

Por otra parte, en las interacciones conjuntivas, el Grupo NA mostro un mayor puntaje es esta área comparándolo con el Grupos A, por lo tanto, el grupo no anónimo mostro interacciones sociales de cooperación, respeto y acomodación. De igual manera esta diferencia entre ambos grupos fue significativa.

Concluyendo que si existe diferencia en la interacción social entre grupos anónimos y no anónimos en la red social Facebook. Aceptando la Hipótesis de trabajo y rechazando la Hipótesis Nula

## CAPITULO IX Sugerencias y Limitaciones

Como sugerencia para futuras investigaciones sería incrementar el número de participantes con el fin de tener una mayor visualización de la población, de igual manera refiriéndonos a las características de la muestra, el estudio se enfocó en personas mayores de edad, ya que Facebook acepta la creación de perfiles a partir de los trece años, en otras palabras, se podrían incluir usuarios a partir de los 13 años. Asimismo, el 77% de la muestra son mujeres, se recomendaría equilibrar el número de mujeres y hombres puesto conforme al estudio de Cecilia Castaño (2013) sobre Políticas de acceso a las TIC en perspectiva de género nos dice que los hombres tienen un mayor acceso a internet debido a cuestiones como educación y acceso de oportunidades. Por el contrario, las mujeres utilizan un 7% más las redes sociales que los hombres de acuerdo con estudio de Pew Research Internet y American Project sobre el género sexual que predomina en diferentes redes sociales como por ejemplo Facebook, Pinterest, Instagram, LinkedIn y Twitter. El análisis fue realizado a mil 907 ciudadanos mayores de 18 años.

Este estudio estuvo diseñado para personas que pasaran más de una hora al día en Facebook, sin embargo, de acuerdo al INEGI los usuarios lo utilizan un promedio de 7 horas por lo cual se recomienda que para próximos estudios los encuestados incrementen sus horas en esta red social como criterio de inclusión.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alvídrez, J. S. (2012) *Contacto interétnico en una comunicación mediada por ordenadora: Efectos del anonimato y de una conducta disconforme al estereotipo de grupo en la reducción del prejuicio y atracción hacia el exogrupo*. (Tesis Doctoral).

Instituto de Migraciones, España

Barreau, J. C. & Bigot, G. (2005). *Toda la historia del mundo*. México: Punto de lectura

Berger, P. y Luckmann, T. (1967). *La Construcción Social de la Realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.

Blumer, Herbert (1968). *Symbolic Interactionism. Perspective and Method*, New Jersey, Prentice Hall.

Brom, J. (2009) *Esbozo de Historia Universal*. (23 ed) México: Grijalbo.

Campoy, A., Collazos, M., Puente, J. L. & Sánchez, F. (s.f.) *La Inquisición como instrumento de poder*. Recuperado de

<http://www.marisolcollazos.es/violencia/trabajos/Inquisicion.pdf>

Carrasco, L. (2012) *Redes de anonimización en internet: cómo funcionan y cuáles son sus límites*. *Instituto Español de Estudios Estratégicos*. Recuperado de

[http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs\\_opinion/2012/DIEEEE016-2012\\_RedresAnonimizacionInternet\\_LdeSalvador.pdf](http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2012/DIEEEE016-2012_RedresAnonimizacionInternet_LdeSalvador.pdf)

Carrillo, E. S., Bernal, A., Pérez, A., Flores, S. E. & Romero, D. (2009) *Los procesos sociales: cooperación, competencia, conflicto y asociación*. Universidad Autónoma de México

Castells, Manuel. *La era de la información. Economía sociedad y Cultura. La sociedad Vol. I Siglo XXI editores*. México, 2006. Pp. .656

Chernilo, D. (2004) El rol de la “sociedad” como ideal regulativo. Hacia una construcción del concepto de sociedad moderna. *Cinta Moebio 21*: 1-16

Chong, B. (2003) Internet desde la visión de los jóvenes. *Razón y Palabra*, 49, 99-116.

Recuperado de

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n49/bienal/Mesa%2010/PonenciaB%5B1%5DChong.pdf>

Coromias. (1987) *Breve diccionario etimológico de la lengua castellana*. Madrid: Gredos

Cortés, E. & Llanos, L. (2011) La influencia de la televisión, internet, y videojuegos en estudiantes de secundaria: alcance y limitaciones en el contexto extraescolar. Tesis de Licenciatura. Universidad Pedagógica Nacional.

Davis, R.A. (2001). *Un modelo cognitivo-conductual del uso patológico de Internet*.  
*Computadoras en el comportamiento humano*, 17, 187-195.

Diccionario Etimológico (1988) Recuperado de:

<http://etimologias.dechile.net/?ano.nimo>

Diccionario Inglés (2008) Editorial Longman

Dobeck, M., Mateo, N. A., Molinero, D., Pereyra, M. S., Restuccia, M., Tristán, N. S.,

Vega, M. A. (s.f.) *Nicolás Copérnico*. Epistemología Universidad Nacional de la  
Patagonia. Recuperado de

[http://web.sistemasfce.com.ar/episteme21/Trabajos\\_alumnos/historia\\_de\\_la\\_ciencia/CO  
PERNICO/TP\\_1\\_Nicolas\\_Copernico.pdf](http://web.sistemasfce.com.ar/episteme21/Trabajos_alumnos/historia_de_la_ciencia/CO<br/>PERNICO/TP_1_Nicolas_Copernico.pdf)

Drummond, C. (2017) La historia de Facebook desde 2004 hasta hoy. TicBeat.

Recuperado de [https://www.ticbeat.com/socialmedia/la-historia-de-facebook-desde-  
2004-hasta-hoy/](https://www.ticbeat.com/socialmedia/la-historia-de-facebook-desde-2004-hasta-hoy/)

EcuRed. (2013) Fotolog. Recuperado de <https://www.ecured.cu/Fotolog>

EcuRed. (2013) MySpace. Recuperado de <https://www.ecured.cu/Myspace>

Fernández, J. (2011) *La Santa Inquisición: Cuadernillo didáctico*. Casa Palacio Museo  
Lara. España. Recuperado de

[http://www.museolara.org/pdf/GUIA\\_DIDACTICA\\_INQUISICION.pdf](http://www.museolara.org/pdf/GUIA_DIDACTICA_INQUISICION.pdf)

Fiel, G. (2001) Los grupos de charla de internet como objeto de adicción: caso IRC (Tesis de licenciatura). Universidad de Belgrano, Buenos Aires.

Fichter, J. (1974) *Sociología* (9na. Ed.). Barcelona: Herder

Galovská, L. (2007) *La diáspora judía en España durante el reinado de los Reyes Católicos*. Facultad de la Universidad Masaryk. Departamento de Lenguas y Literaturas Románicas. Republica Checa Recuperado de [https://is.muni.cz/th/124086/ff\\_b/bakalajda.pdf](https://is.muni.cz/th/124086/ff_b/bakalajda.pdf)

García Santiago, L. (2003): *Extraer y visualizar información en Internet: el Web Mining*, Gijón, Ediciones Trea

Gastón, C. (1976) *Textos de Historia Universal: De fines de la Edad Media al siglo XX*. México. UNAM

González, J. (2009) *Breve Historia de la Literatura Española*. Barcelona: Octaedro. Recuperado de <http://www.octaedro.com/pdf/107011.pdf>

Heider, F. (1958) *La psicología de las relaciones interpersonales*. Nueva York, Wiley.

Hernández, M. y Tello, M. (s.f.) *Sociología I*. Colegio de Bachilleres. Recuperado de [http://www.conevyt.org.mx/bachillerato/material\\_bachilleres/cb6/5sempdf/sociologia1pdf/sociol1\\_503.pdf](http://www.conevyt.org.mx/bachillerato/material_bachilleres/cb6/5sempdf/sociologia1pdf/sociol1_503.pdf)

Horton, P y Chester H. (1980). *Sociología*. México: McGraw Hill.

Joskowicz, J. (2003) Breve historia de las telecomunicaciones. Universidad de la República, Uruguay Recuperado de [https://eva.fing.edu.uy/pluginfile.php/67081/mod\\_resource/content/1/Historia\\_de\\_las\\_Telecomunicaciones.pdf](https://eva.fing.edu.uy/pluginfile.php/67081/mod_resource/content/1/Historia_de_las_Telecomunicaciones.pdf)

Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T., Scherlis, W. (1998). *Paradoja de Internet: ¿Una tecnología social que reduce la participación social y el bienestar psicológico?* *American Psychologist*, 53, 1017-1031.

Lafarga, F. (1981). *Sur la fortune de la Henriade en Espagne, Studies on Voltaire and the Eighteenth Century*. 199, 131-153. Recuperado de <http://www.biblioteca.org.ar/libros/141075.pdf>

Longman (2008). *Dictionary of contemporary English online*, Disponible en: <http://www.ldoceonline.com/>. London: Longman.

Los procesos de interacción social (16 de junio del 2006) *Diario ABC color*. Recuperado de <http://www.abc.com.py/articulos/los-procesos-de-interaccion-social-910773.html>

Maisonneuve, J. (1968) *La dinámica de Grupos*. París: Nueva Visión.  
*Manual para el Árbitro de Fútbol Amateur nivel 2* (1997) Recuperado de [http://ened.conade.gob.mx/documentos/ened/sicced/arbitro\\_de\\_futbol\\_Amateur\\_N2/CAP.%2014%20INTERACCI%C3%93N%20SOCIAL....pdf](http://ened.conade.gob.mx/documentos/ened/sicced/arbitro_de_futbol_Amateur_N2/CAP.%2014%20INTERACCI%C3%93N%20SOCIAL....pdf)

Marc, E. & Picard, D. (1992) *La interacción social: Cultura, instituciones y comunicación*. París: Ediciones PAIDOS

Marquina, J. E. (2009) Galileo Galilei. *Ingenierías*. XII, 6-11

Masse, F. (09 de noviembre de 2016) *Libros prohibidos por el Vaticano*. Excélsior.

Recuperado de <http://www.excelsior.com.mx/blog/culturapop/libros-prohibidos-por-el-vaticano/1013802>

Mead, H. M. (1982) *Espíritu, persona y sociedad*. París, PUF, 1963 (ed. orig., 1934) (trad. cast.: *Espíritu, persona y sociedad*, Barcelona, Paidós, 1982).

Montmollin, G. (1977) *L'influence sociale*. París, PUF.

Morales, E. (2004) Internet y sociedad: Relación y compromiso de beneficios colectivos e individuales. *Revista digital universitaria*, 5, 1-10.

Naranjo, D. E. & Rodríguez, P. Y. (2016) *Procesos de sociabilidades en ciclo II: Interacciones De niños y niñas en la creación de radio escolar on-line*. Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Recuperado de <http://repository.udistrital.edu.co/bitstream/11349/2707/1/NaranjoVelozaDianaElizabet h2016.pdf>

Naranjo, M. L. (2011). Una revisión de la teoría de Análisis Transaccional y posibles aplicaciones en la educación desde Orientación. *Educación*, Sin mes, 1-47 Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/440/44018789004.pdf>

Neri, M., (2014) *Formas de expresión en la comunicación digital: Las practicas discursivas en la red de interacción social Facebook* (Tesis de pregado) Universidad Autónoma de México, México

O'Sullivan, T. (1997) *Conceptos clave en Comunicación y Estudios Culturales*. Buenos Aires: Amorrortu.

Padovan, E. (2016) *¿Quién se acuerda de Hi5?* Abventures: Digital Agency. Recuperado de <http://blog.adventures.do/quien-se-acuerda-de-hi5>

Navarro, R. (2007) *Materia peligrosa: la censura de las obras de Alfonso de Valdés. La lectura y la censura en la Europa Moderna*. Barcelona: Bellaterra Recuperado de

Polo, M. A. (2005) ÉTICA Y Política en Locke. De los derechos humanos a los sin derechos. *Escritura y pensamiento*, 17, pp 39-65 Recuperado de [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/Escri\\_pensam/n17/a03.pdf](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/Escri_pensam/n17/a03.pdf)

Proyecto del IGF Juvenil (2013) Perspectivas globales sobre el anonimato en internet. Recuperado de <http://www.youthigfproject.com/global-survey1.html>

Real Academia Española (2002). *Diccionario de la lengua* (22da. Ed) Recuperado de <http://www.rae.es/rae.html> Real Academia Española.

Rifkin, J., (2000) *La era del acceso: La revolución de la nueva economía*. Paidós

Rizo, M. (2006). George Simmel, sociabilidad e interacción. *Cinta Moebio: 27*. 43-60  
Recuperado de <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/27/rizo.pdf>

Rojas, N. (2012) *Proceso disyuntivo: El conflicto*. Universidad Alas Peruanas

Ros, M. (2009) Evolución de los servicios de redes sociales en internet. *El profesional de la información*, 2009, septiembre-octubre, v. 18, n. 5, pp. 552-557

Salines, A. (2017) *Origen, historia e información completa sobre la red social Twitter*. Recuperado de <https://mott.marketing/origen-historia-e-informacion-completa-sobre-la-red-social-twitter/>

Sánchez, J. M. (1996) *Análisis de los tipos de interacción social profesor-alumno en el aula con base en tres estrategias observacionales*. (Tesis de Licenciatura) Recuperada de Base de Datos Biblioteca de Psicología, UNAM

Santaella, J. (2019) *Estadísticas a propósito del día mundial del internet (17 de mayo) Datos nacionales*. Recuperado de [https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2019/internet2019\\_Nal.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2019/internet2019_Nal.pdf)

Suler, J. (2004) El efecto de la desinhibición en línea. *Cyberpspsychology & Behavior*

Terroni, N. (2011) *La comunicación desinhibida durante las interacciones de los pequeños grupos de trabajo en canales mediados*. Revista IRICE, 2011, 22, pp. 61 - 69

Thompson, J (1998). *Ideología y cultura moderna*. Universidad Autónoma Metropolitana. México, 2006. Pp. 482

Unamuno, P. (2016) '*Lazarillo de Tormes*': escándalo, transgresión y autoría ¿definitiva? Madrid. El Mundo. Recuperado de <http://www.elmundo.es/cultura/2016/05/14/5734bf48e2704e90648b45d4.html>

Universidad Alicante. (2009). *Comunicación e Interacción*. Recuperada de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/12917/13/Tema%2013.%20Comunicaci%C3%B3n%20e%20interacci%C3%B3n%20social.pdf>

Valkenburg, P. M., Schouten, A. P., & Petr, J. (2005). Experimentos de identidad de adolescentes en internet. *New Media and Soviet*, 7, 383-402.

Vega, Y. (2007) El @amor en los tiempos del orden@dor (y de la tecnología invasora): sobre amores, matrimonios, familias, celestinaje y divorcios por internet. Y sobre cuadros familiares y anti familiares. *Derecho Virtual*. Año II No 4. Recuperado de <http://www.derechovirtual.com/uploads/archivos/E1n4-Vega.pdf>

Villa, A. (2015) Historia y evolución de las aplicaciones móviles más conocidas.

Recuperado de

[http://alejandraplicacionesmoviles.blogspot.mx/2015\\_08\\_01\\_archive.html](http://alejandraplicacionesmoviles.blogspot.mx/2015_08_01_archive.html)

We are social (2019) Digital 2019: Global internet use accelerates. Recuperado

de <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>

Vivas, J., & Terroni, N (2001) *Restricciones en el canal de comunicación y representación de influencia en situación de toma de decisión*. Psico-USF, v.6, n.1, p.19-

29

# ANEXOS

## Cuestionario de Interacción Social

Este cuestionario tiene como objetivo ayudarnos a conocer las interacciones sociales en la red social de Facebook diferenciando a los usuarios que comparten su información personal (usuarios NO anónimos) de los usuarios que ocultan su identidad (usuarios anónimos). La primera parte del cuestionario está conformada por los datos generales, posteriormente el segundo apartado hace referencia a los hábitos de navegación y por último se encuentra como interactuamos en Facebook.

Por favor responde de forma sincera las siguientes preguntas, el cuestionario es para fines de investigación y la información proporcionada será anónima.

### I. Datos Generales

Sexo: M H      Edad: \_\_\_\_\_

### II. Uso de Red

Marca con un x o subraya la opción que más se adecue a tus actividades en Facebook.

1.- ¿Cuántas horas le dedicas a Facebook al día? Sumando todos los accesos realizados en el día



### III. Interacción social

Señala con qué frecuencia has realizado una de las siguientes acciones en Facebook.

	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	CASI NUNCA	NUNCA
1.- Digo lo que pienso sin importar si ofendo a otra persona.				
2.- Cuando hay actividades en Facebook trato de cooperar.				
3.- Me agrada causar conflictos entre usuarios o páginas.				
4.- Cuando otro usuario publica una problemática intento dar buenos consejos.				
5.- Si otro usuario critica alguno de mis gustos le respondo de mala manera.				
6.- He reportado publicaciones porque no comparten mi opinión.				
7.- Comparto las publicaciones sobre personas o mascotas desaparecidas.				
8.- Cuando alguien hace algo que me parece inadecuado se lo hago saber amablemente.				
9.- Valoro las opiniones de otras personas incluso cuando son contrarias a las mías.				
10.- He insultado a otros usuarios.				

11.- Busco que mis publicaciones obtengan más likes que las de mis amigos				
12.- He publicado fotos, videos o comentarios de otras personas para exhibirlas.				
13.- Me burlo de la gente que hace cosas que considero tontas.				
14.- Disfruto participar en discusiones conflictivas.				
15.- Digo lo que pienso con más facilidad que en Facebook que en persona.				
16.- Me he disculpado cuando cometo una equivocación u ofensa.				
17.- He compartido pensamientos personales.				
18.- Me es más fácil relacionarme con los demás usuarios que con personas cara a cara.				
19.- Considero que he hecho más amistades en Facebook.				
20.- Escribo rumores o comparto información que puede ser falsa.				
21.- Me he sentido más apoyado (a) en Facebook.				
22.- Trato de compartir información que puede ser de ayuda para los demás.				
23.- He buscado ayuda en páginas de Facebook.				

24.- Respeto las reglas de los grupos a los que me uno.				
25.- Procuero que mis publicaciones obtengan más comentarios que los de mis amigos.				
26.- Me es más fácil iniciar una conversación con personas desconocidas en Facebook.				
27.- Me gusta ridiculizar a algunas personas.				
28.- Me siento juzgado (a) cuando digo algo en Facebook.				
29.- Busco tener más contactos agregados que mis amigos.				
30.- Me es más sencillo conversar con personas en Facebook.				
31.- He hablado mal de páginas o personas que promocionan productos o servicios a pesar de que no las consuma.				
32.- Verifico que la información que comparto el verdadera				
33.- Me siento más escuchado (a) por personas en Facebook.				
34.- Trato de evitar conflictos con los demás usuarios a pesar de que no me agraden.				
35.- Busco amistad en las redes sociales				