



**BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA**

---

---

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

COMUNICACIÓN INTERPERSONAL EN INTERNET.  
Niveles de interpersonalidad en las interacciones de  
estudiantes del Bachillerato “Gilberto Bosques Saldívar” de  
Puebla”.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE: LICENCIADO EN  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA:

ANA LUISA JIMÉNEZ BRIONES

200708336

DIRECTOR DE CONTENIDO: NORMA ANGÉLICA  
MARTÍNEZ LÓPEZ

DIRECTOR METODOLÓGICO: EDITH MOLINA

CARMONA

PUEBLA, JUNIO 2014.

## Índice

Introducción	7
Capítulo 1: Marco contextual: aspectos históricos y referenciales del fenómeno de la comunicación interpersonal en los entornos virtuales	18
1.2 La comunicación humana	19
1.3 Nuevas formas de comunicación	22
1.4 Tecnologías de la información y la comunicación (TIC)	23
1.5 La Sociedad de la Información	24
1.6 Estudios de Comunicación Mediada por Computadora (Computer-Mediated Communication, CMC)	25
1.7 Internet en México	28
1.8 Internet en Puebla	34
1.9 Redes sociales	35
1.10 Facebook	36
1.11 Los aspectos históricos y referenciales	37
Capítulo 2: Marco teórico	38
2.1 Marco teórico	39
2.2 Comunicación	39
2.3 Comunicación interpersonal	42
2.3.1 Elementos de la comunicación interpersonal	46
2.3.2 Procesos básicos del emisor y el receptor	46
2.3.3 Codificación y descodificación	48
2.3.4 Comunicación verbal	50
2.3.5 Comunicación no verbal	51
2.3.6 Proceso de comunicación interpersonal	52
2.3.7 Vacío interpersonal	52

2.4 Comunicación Mediada por Computadora .....	53
2.5 Teoría Del Proceso de Información Social (SIPT).....	55
2.6 Modelo Hiperpersonal .....	61
2.7 Facebook .....	68
2.8 La comunicación interpersonal en Internet .....	69
Capítulo 3: Apartado metodológico .....	76
3.1 Apartado metodológico .....	77
3.2 Tipo de estudio.....	77
3.3 Selección de la muestra .....	79
3.4 Perfil de la muestra .....	79
3.5 Técnica de recolección de datos.....	88
3.6 Técnicas de recolección de datos .....	89
3.6.1 Proceso de análisis.....	89
3.6.2 Observación no participante .....	90
3.6.3 Entrevista estructurada .....	90
3.7 Operacionalización de variables .....	93
3.8 Aspectos metodológicos .....	95
Capítulo 4: Análisis de datos y resultados .....	96
4.1 Análisis de datos y resultados.....	97
4.2 Señales no verbales .....	97
4.3 Efectos debidos a los procesos del receptor .....	100
4.4 Efectos entre los emisores.....	103
4.5 Atributos del canal .....	106
4.6 Efectos de la retroalimentación.....	108
4.6 Señales no verbales de las interacciones en Facebook .....	114

4.7 Niveles de interpersonalidad.....	116
Conclusiones	119
Bibliografía	125
Anexos	132
Anexo 1: Mapa de redes sociales en el mundo. ....	133
Anexo 2: Cuestionario filtro. ....	134
Anexo 2: Entrevista estructurada. ....	135
Anexo 3. Entrevistas .....	136
J Alex Chokolade.....	136
Mary Vargas .....	137
Misifu Gómez Morales .....	139
Mker Flores Morales .....	141
Mariiana Cluchifrezitha Monzter .....	142
Roberto Carlos Reyes Rodríguez .....	143

## Índice de figuras

Tabla 1: Dispositivos usados por el internauta mexicano para conectarse a Internet	29
Tabla 2: Actividades por las que los mexicanos se convierten a Internautas	30
Tabla 3: Principales actividades online	30
Tabla 4: Principales actividades de entretenimiento online	31
Tabla 5: Uso de redes sociales	31
Tabla 6: Razones por las que los internautas no utilizan las redes sociales	32
Tabla 7: Antigüedad dentro de redes sociales	32
Tabla 8: Redes sociales más usadas	33
Figura 9: Cuadro de categorías de los Niveles de Comunicación	44
Figura 10: Cuadro de continuo desarrollo en las relaciones	45
Figura 11: Proceso Comunicativo Interpersonal	52
Figura 12: Esquema relacional de teorías, conceptos y variables	75
Figura 13. Biografía de Facebook de J. Alex Chokolade	80
Figura 14. Biografía de Facebook de Mary Vargas	81
Figura 15. Biografía de Facebook de Misifu Gomez Morales	82
Figura16. Biografía de Facebook de Mker Flores Morales	83
Figura 17. Biografía de Facebook de Mariiana Cluchifrezitha Monzter	84
Figura 18. Biografía de Facebook de Roberto Carlos Reyes Rodríguez	86
Figura 19: Cuadro de variables e ítems	91
Figura 20. Operacionalización de variables	93

Tabla 21. Señales no verbales	99
Tabla 22. Efectos debidos a los procesos del receptor	102
Tabla 23. Efectos entre los emisores	105
Tabla 24. Atributos del canal	107
Tabla 25. Efectos de la retroalimentación	109
Tabla 26. Señales no verbales de las interacciones en Facebook.	114
Tabla 27. Tabla relacional de señales no verbales y niveles de interpersonalidad.	116

## **Introducción**

## **Introducción**

Este trabajo aborda el proceso de comunicación en los entornos virtuales durante las interacciones públicas que llevan a cabo seis estudiantes de bachillerato de la ciudad de Puebla. Los estudiantes que participaron en la investigación fueron seleccionados a través de un cuestionario filtro que buscaba identificar a personas con diversas características con el elemento común de la suscripción a la red social Facebook para realizar la investigación. El motivo radica en la expansión de Comunicación Mediada por Computadora, es decir, se ha acrecentado el número de personas que extienden su vida cotidiana a los entornos virtuales, incluyendo las interacciones entre sus conocidos, amigos y familiares.

El fenómeno de la comunicación en los entornos virtuales, presenta particularidades que la caracterizan y diferencian de la comunicación tradicional. Por una parte, el medio o canal por donde se lleva a cabo, modifica, de entrada la forma en la que se realiza. El fenómeno de la comunicación mediada por tecnología data de la intervención de medios tecnológicos que le permiten romper con las barreras tiempo y espacio.

El trabajo que se realizó, identificó elementos particulares de las interacciones virtuales para medir niveles de interpersonalidad en las interacciones públicas de estudiantes del bachillerato “Gilberto Bosques Saldívar” de Puebla, basado en el intercambio de la Información Social textual o multimedia, es decir, la información basada en texto y/o la que se acompaña de los recursos disponibles (imágenes, sonidos, videos animaciones) en la red social Facebook.

Los resultados proceden de la observación no participante de los perfiles o biografías de los estudiantes del bachillerato en Facebook, así como de entrevistas estructuradas con la finalidad de obtener la percepción de los participantes a partir de su experiencia individual con el fenómeno.

Se partió del análisis del proceso comunicativo para la identificación de señales no verbales basadas en la Información Social textual y multimodal, que de

acuerdo con la Teoría del Proceso de Información Social de Walther (1992), son las que determinan los niveles de interpersonalidad en las interacciones virtuales para describir el proceso y sus características. El análisis del proceso de comunicación se realizó apoyado en el Modelo Hiperpersonal (1992), también de Walther, este modelo retoma los elementos básicos del proceso de comunicación adaptados a los entornos virtuales. Ambas aportaciones teóricas se enfocan exclusivamente en el proceso de comunicación interpersonal mediado por tecnología.

Los antecedentes de la presente investigación, se relacionan directamente con los estudios de Comunicación Mediada por Computadora, las comunidades virtuales y hasta cierto punto, la privatización de la sociabilidad por la selección de la información que se proporciona y a quién.

El estado actual del fenómeno reconoce un impacto general en la población mundial, principalmente en las ciudades debido a la utilización de computadoras, lap tops, dispositivos móviles y teléfonos celulares ~~que soporten la plataforma~~ para el acceso a Internet. Y justamente es Internet el responsable de esta expansión de la información y su intercambio, así como su manipulación y producción.

Cualquier fenómeno que impacta a la sociedad, que la modifica o la renueva, la afecta o desestabiliza, o continúa su curso con variantes a las que el hombre se adapta consciente o inconscientemente, presenta cambios que generan nuevas formas de interrelación.

La expansión de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), ha propiciado nuevas formas de comunicación ampliando considerablemente las posibilidades comunicativas entre personas rompiendo las barreras de tiempo y espacio. Dicha situación se gesta en la Sociedad de la Información, asumida como la sociedad actual en donde los medios de comunicación son parte esencial en las actividades humanas en todos los ámbitos en los que se desarrolla a partir de la producción, manipulación y distribución de la información, pero en un plano más amplio en donde se adiciona el intercambio de la misma, permitiendo el

establecimiento de relaciones mediadas por las plataformas tecnológicas disponibles.

Este tipo de intermediaciones tecnológicas, basadas en las interacciones en Internet y su estudio se llama Comunicación Mediada por Computadora (CMC), que corresponde a los estudios de Internet, principalmente los que se gestan alrededor de la creación de The World Wide Web (Tim Berners-Lee, 1989 - 1990), como un medio de compartir información visual, auditiva y textual en los años 90. Por tanto, la CMC “sólo es una parte de Internet, tiene que ver más con la forma en que las personas interactúan a través de una computadora y mediante una serie de conexiones y protocolos” (Gómez y Galindo, 2005), es decir, se enfoca en el estudio de las interacciones y las relaciones que se establecen en Internet mediadas por computadora y en la actualidad, por otros dispositivos compatibles con estas plataformas tecnológicas.

Así, bajo el marco de las tecnologías de Internet, en una primera etapa, el correo electrónico permitió la comunicación entre personas en forma de cartas por medio de una dirección electrónica personal de manera asincrónica, su uso inicia a mitad de los años 60 a través de las redes de computadoras de esa época, y es a finales de los 90 que su uso se extiende a niveles masivos; después, por los años 80, las salas de chat surgieron como plataforma de interacción virtual con los atributos de la comunicación sincrónica, permitiendo el diálogo entre los participantes de una sala – varios usuarios a la vez- o en una conversación privada de dos usuarios. Posteriormente, se desarrollaron alternativas mucho más privadas como las redes sociales en dónde los participantes se seleccionan previamente para interactuar, retomando las características del correo electrónico y las salas de chat, conjuntándolas y agregando recursos multimedia como el video, las fotografías, las animaciones, entre otros.

Con lo anterior, se asume la existencia de la comunicación interpersonal en Internet, hoy en día y principalmente, en las redes sociales (sin excluir el correo electrónico, las salas de chat y otros), y debido a su expansión, y la relevancia que

cobra dicho fenómeno en la sociedad, esta investigación se enfoca en el análisis del proceso de comunicación que llevan a cabo estudiantes del bachillerato “Gilberto Bosques Saldívar” en la ciudad de Puebla, tomando como principal indicador de las relaciones interpersonales a las señales no verbales, basadas en la Información Social textual y multimodal, que se proporcionan durante las interacciones que efectúan de manera pública en Facebook. El fenómeno se abordará a partir de la Teoría del Proceso de Información Social y el Modelo Hiperpersonal establecidos por Joseph Walther (Garza, 2009), como acercamientos teóricos de la Comunicación en materia de comunicación interpersonal mediada por tecnología.

La Teoría del Proceso de Información Social y el Modelo Hiperpersonal de Joseph Walther giran en torno a la información que se proporciona en los entornos virtuales por los usuarios para la gestación de relaciones sociales interpersonales. La Teoría del Proceso de Información Social radica en los códigos no verbales a través de la información explícita o no explícita durante las interacciones. El Modelo Hiperpersonal se desprende de la Teoría del Proceso de Información Social, basado en los elementos comunicativos tradicionales, asumidos como efectos debidos a los procesos del receptor, efectos entre los emisores, los atributos del canal y los efectos de la retroalimentación, en donde los atributos del canal son esenciales en el desarrollo del proceso comunicativo.

Estos efectos se producen debido a la información que se recibe o proporciona en las interacciones, radicando en la idealización, para los receptores, como un proceso que constituye la construcción de una expectativa alrededor de una persona; la selectiva <presentación de sí mismo>, para los emisores, donde elige qué decir durante sus interacciones acerca de sí mismo; la confirmación y/o desconfirmación del comportamiento, para la retroalimentación, en la continuidad de las interacciones; y el tiempo de respuesta y el lenguaje verbal y no verbal, para los atributos del canal, que contribuye a la construcción de mensajes favorables.

De acuerdo con Garza (2009), la Teoría del Proceso de Información Social es la única teoría que abarca el fenómeno de la interpersonalidad virtual, misma que se enfoca específicamente a este fenómeno, por lo que resulta pertinente para la presente investigación. Con ello, bajo las consideraciones de la Teoría del Proceso de la Información Social y el Modelo Hiperpersonal, el presente análisis de la comunicación interpersonal en Internet en estos jóvenes, se hizo a partir de la revisión de sus interacciones públicas en Facebook, debido a que esta red social conjunta todo tipo de recursos textuales y multimedia para la interacción en línea de sus usuarios

Esta nueva comunicación a través de dispositivos digitales, el intercambio informático e informacional, el establecimiento de relaciones en los entornos virtuales, especialmente en las redes sociales, son hoy en día, materia de estudio sobre todo en poblaciones jóvenes de los países. En México el segmento que más utiliza el Internet es el de 12 a 18 años (Asociación Mexicana de Internet AMIPCI, 2012) debido a su popularidad como medio de comunicación recurrente, por lo que el presente estudio centró su recorte en personas de entre 15 y 18 años de edad, que cursan el nivel medio superior en este bachillerato de la ciudad de Puebla, ya que la misma fue la primera en el país en donde se declaró como servicio público y gratuito el Internet inalámbrico en 2010 (H. Ayuntamiento de Puebla, 2010).

Entonces se puede establecer que la presente investigación pretende aportar información en materia de relaciones interpersonales en el contexto virtual de la red social Facebook, a partir de las interrelaciones de los usuarios y la identificación de los elementos que determinan los niveles interpersonales de comunicación en seis estudiantes del bachillerato "Gilberto Bosques Saldívar" de la ciudad de Puebla. Para ello se planteó la pregunta ¿qué determina los niveles de interpersonalidad en las interacciones en Facebook de los estudiantes del bachillerato "Gilberto Bosques Saldívar" de la ciudad de Puebla?, con la intención de identificar aquellos elementos que intervienen en el proceso de comunicación que se desarrolla en los entornos virtuales, como indicadores de la

interpersonalidad en las relaciones que se establecen o que ya están establecidas en Facebook. Las señales no verbales tienen relación con los elementos del proceso de comunicación, planteados en el Modelo Hiperpersonal que se desprende de la Teoría del Proceso de Información Social. Actualmente, el fenómeno de la comunicación en los medios digitales, como las redes sociales, y en el caso particular de México, el uso de Facebook, ha generado formas de comunicación alternas a las tradicionales que se han expandido, principalmente en las ciudades. Por lo tanto, es importante reconocer el fenómeno de la comunicación interpersonal en los entornos virtuales, ya que en cuestión académica se están abriendo líneas de investigación que lo abordan para su estudio en la sociedad.

Por lo tanto, la pregunta de investigación de este análisis es la siguiente:

¿Qué determina los niveles de interpersonalidad en las interacciones en Facebook de los estudiantes del bachillerato “Gilberto Bosques Saldívar” de la ciudad de Puebla?

Para la cual se plantea la siguiente hipótesis: Las señales no verbales basadas en la Información Social textual y multimodal, comprendidas como códigos personales entre usuarios, son un indicador de los niveles de interpersonalidad en las interacciones públicas en Facebook.

Con base en lo anterior, el objetivo general de la investigación es analizar en los estudiantes del bachillerato “Gilberto Bosques Saldívar” los niveles de interpersonalidad de sus interacciones públicas en Facebook.

Para la comprobación de la hipótesis y el análisis de las interacciones de los estudiantes del bachillerato “Gilberto Bosques Saldívar” se determinaron los siguientes objetivos específicos:

- Identificar las señales no verbales basadas en la Información Social textual y multimodal para explicar cómo determinan los niveles de interpersonalidad en las interacciones públicas en Facebook.

- Describir la Información Social textual y multimodal que condiciona los elementos de comunicación en las interacciones públicas en Facebook para reconocer las señales no verbales.

La investigación de las relaciones sociales en los campos o escenarios tecnológicos, es un reconocimiento de la modificación del comportamiento social de las personas en este nuevo contexto social, por tanto el estudio de los fenómenos que acontecen en los entornos virtuales es necesario y amplía la comprensión de las sociedades en movimiento.

La presente investigación, busca comprender a un segmento de la sociedad poblana marginada, en un bachillerato de reciente creación que utiliza el Internet como medio de comunicación y por ende, sus alumnos interactúan entre sí a través del canal tecnológico digital Facebook, seguramente modificando con ello, sus relaciones sociales y personales.

De lo anterior se desprende, que este documento tiene su foco de estudio en el análisis y evaluación de los nuevos códigos interpersonales que se producen entre los jóvenes del bachillerato "Gilberto Bosques Saldívar" usuarios de Facebook de la ciudad de Puebla.

La consideración de las características de los canales a través de los que se gesta la comunicación virtual, resulta un aporte relevante en materia de mejoramiento de las plataformas tecnológicas que soportan directamente al Internet público, ya que su evaluación serviría para beneficiar a la sociedad en general y al servicio como tal, ya que su función como medio de comunicación requiere de largos alcances, estabilidad y calidad. Específicamente en las zonas marginadas como en la que se ubica el bachillerato "Gilberto Bosques Saldívar", abriría importantes iniciativas en políticas públicas y educativas respecto al servicio de Internet.

Académicamente, este estudio, en proporciones menores, puede considerarse como apertura al seguimiento de los estudios de la comunicación

interpersonal en Internet, ya que se basa en teorías recientes que permiten su indagación a partir del proceso, es decir, desde los elementos comunicativos básicos que describen al proceso de comunicación en el nivel interpersonal y que es el punto de partida de la socialización humana, pero que se enfoca en una parte poblacional de una de las ciudades más grandes del país que accede a la tecnología de manera limitada pese a las características de la ciudad de Puebla. Además de las ventajas que representan los estudios respecto a la red social Facebook por su uso y recurrencia en los ámbitos sociales, académicos, profesionales y de intereses, por ejemplo, organizaciones, instituciones, empresas, etcétera.

Por otra parte, este estudio pretende extenderse en una fase posterior donde será una sólida base para la interpretación de la interpersonalidad desde la perspectiva comunicativa en el ámbito simbólico, que resulta parte sustancial de las relaciones humanas y que se ha modificado por la naturaleza actual del establecimiento, extensión y alojamiento de las relaciones sociales en el contexto virtual.

Resulta relevante comprender el desarrollo de la comunicación interpersonal en Internet para mejorar el proceso de estructuración de los mensajes, a partir del aprovechamiento de los recursos que brinda el medio, por ejemplo, el tiempo que se toma un usuario para pensar y conformar como tal el mensaje que enviará para continuar con un proceso dialógico que se establezca como código de interpersonalidad en sus relaciones con su círculo social virtual.

De igual manera, el intercambio informacional que acontece en el medio, específicamente con las posibilidades que brinda la red social Facebook, permite acceder o no a usuarios conocidos o desconocidos en la vida física, a partir de la información social pública que se proporciona sin necesidad de establecer una interacción, esta situación corresponde a la explicación del comportamiento humano respecto de la información que abiertamente se proporciona y cómo impacta en las percepciones de las personas.

El Capítulo 1, se dedica a establecer un marco referencial, tanto contextual como histórico en el que se aborda la comunicación como proceso para llevarlo a la descripción del plano interpersonal. Se contextualizó el fenómeno de la comunicación interpersonal virtual en la Sociedad de la Información, siguiendo la idea de que es la que impera en la actualidad, en la que el individuo se desarrolla en sus sociedades y sus semejantes.

La Sociedad de la Información contiene la intervención de las Tecnologías de Información y la Comunicación con las que se propician nuevas formas de comunicación, mismas que generan el fenómeno de la comunicación mediada por tecnología, dando lugar a la comunicación interpersonal en Internet, soportada por las redes sociales como Facebook.

En el plano general de la contextualización se exponen datos duros del uso de Internet en México y de las redes sociales. Para el caso específico de Puebla y el bachillerato donde se hizo la selección de los participantes de la investigación, se describe de manera general el panorama que se vive respecto del uso de Internet y las redes sociales.

El Capítulo 2 se enfoca en la definición de aquellos conceptos que guían la investigación, primero de la comunicación y tomando como referencia el modelo de Lasswell, ya que es en este en el que se basa la información retomada de la obra de Manuel Marroquín y Aurelio Villa (1995), para definir la comunicación interpersonal, sin embargo, para describirla, también se retoman postulados de otros estudios, ya que se enfocan en los niveles de interpersonalidad.

El concepto de la comunicación interpersonal se define a partir de sus características en el plano tradicional, es decir cara-a-cara, con la finalidad de establecer las características de las interacciones virtuales e identificar sus particularidades para llevarla a la Teoría del Proceso de Información Social y el Modelo Hiperpersonal (Walther, 1992), pasando por los estudios y el concepto de la Comunicación Mediada por Computadora. Por último, se establece en este

capítulo, un resumen general del mismo en el que se describen aspectos generales del fenómeno abordado desde la teoría.

El Capítulo 3 compete al apartado metodológico, es decir, la forma en la que se recolectaron los datos de la investigación. En el apartado se presenta el perfil específico de la muestra, la técnica de recolección de datos, los instrumentos y el proceso. Al final de este capítulo se presenta la tabla de operacionalización de las variables que se analizaron.

El Capítulo 4 presenta el análisis de datos y los resultados de la información recolectada, este apartado se divide en las variables medidas vinculadas con los ítems de la entrevista estructurada y los datos de las observaciones, presentando así, una tabla que contiene los datos recabados de todos los participantes y posteriormente, se describen los resultados por variable a partir de la interpretación de los datos. También, se exponen como resultados, los niveles de interpersonalidad en los entornos virtuales.

Después del Capítulo 4, se exponen las conclusiones, así como las tendencias y pretensiones posteriores a esta investigación. Se incluye bibliografía y fuentes de información consultadas para la realización de la misma y por último el apartado de anexos referidos dentro del documento.

La investigación alrededor de la comunicación interpersonal en los entornos virtuales, así como su desarrollo, vislumbran su continua expansión y extensión modificando las formas de relación y de comunicación, situación, que desde la comunicación es importante continuar tomando en cuenta para la generación de las teorías propias de la disciplina y aportes académicos.

**Capítulo 1: Marco contextual: aspectos históricos y  
referenciales del fenómeno de la comunicación  
interpersonal en los entornos virtuales**

## **1.1 Marco contextual**

En el marco de la contextualización del fenómeno de la comunicación interpersonal en Internet, se ha recurrido a la explicación de aquellos elementos mencionados en el planteamiento del problema y que permiten reconocer el panorama al que se enfoca esta investigación.

La comunicación en las sociedades ha tenido un mayúsculo desarrollo en los últimos años gracias a los avances tecnológicos, esto ha propiciado modificaciones en las formas de comunicación y los medios a través de los que se realiza este proceso. Por lo anterior, los espacios en los que las relaciones se construyen se han expandido a los ámbitos virtuales dando lugar a nuevos fenómenos que constituyen otras modalidades de comunicación en las sociedades. De igual manera, los ámbitos académicos han atendido estos sucesos realizando investigaciones que expliquen los fenómenos.

A continuación se presenta un recuento histórico con fines referenciales para la contextualización del problema que atiende esta investigación y, la descripción del contexto de la comunicación interpersonal específicamente en la red social Facebook, lo que permitirá identificar los elementos que rodean al fenómeno y su contexto.

## **1.2 La comunicación humana**

El intercambio, transmisión y la colaboración de información es una actividad que se remonta, paralelamente, a la existencia del ser humano. A través de la historia, el hombre se ha comunicado en formas diversas, pero fue hasta el siglo pasado que los estudios referentes a la comunicación específicamente, se han desarrollado desde diferentes disciplinas.

El lenguaje es parte sustancial del proceso comunicativo. En cualquiera de sus modalidades, la comunicación encuentra el flujo de la información con el firme propósito de persuadir.

El principio de los estudios en torno a la comunicación fue en la Retórica de Aristóteles (335-322), donde se analizaban los procesos de interacción con el objeto de generar estrategias persuasivas en diferentes situaciones que se presentaran (Griffin, 2005; citado en Fernández y Galguera, 2008). Es de esta obra de la que se extrae el primer modelo con los elementos comunicativos básicos del proceso de comunicación:

Quién (emisor) dice Qué (mensaje) a Quién (receptor) (Aristóteles, 335-322).

Posteriormente, la escuela de oratoria de Cornell, se interesa en el estudio de los oradores, volviendo a los textos acerca de retórica y aprovechando los métodos psicológicos, retomando el realismo aristotélico y el positivismo de Comte, convirtiéndose éste, en el inicio del estudio contemporáneo de la comunicación. (Navarro y De Lara, 2011).

Navarro y De Lara (2011), plantean que es a finales de 1940 cuando los estudios sobre los medios de difusión en las universidades, toman relevancia, aunque no representa que sean los únicos efectuados. Se retomaron los estudios de Edison Otero que explica que el interés sobre el tema se dio "...a partir de finales del siglo pasado y comienzos de éste. Esta preocupación por la comunicación aparece en el seno de varias ciencias sociales, principalmente la Sociología, la Psicología y la Ciencia Política." (Otero, 1997:15 citado en Navarro y De Lara, 2011). El mismo Otero, establece que

Estados Unidos es el pionero de la enseñanza e investigación de la comunicación por un lado, una preocupación significativamente estimulada por el exilio intelectual europeo a partir del ascenso de Hitler al poder en Alemania y por otro lado, por las necesidades políticas de los gobiernos estadounidenses de la época, con la propaganda política, la industria publicitaria y los mismos medios de comunicación, en tanto empresas (Navarro y De Lara, 2011:2).

La investigación de la comunicación, sin embargo, ha superado sus niveles básicos, generando nuevas líneas y tendencias del estudio de la disciplina que han permitido abrir el panorama de sus estudios en las TIC y, aunque los aportes teóricos no son exclusivos de comunicólogos, la interdisciplinariedad gestiona el enriquecimiento teórico de la materia.

Las necesidades naturales del hombre por comunicarse se expresan de diversas maneras en la actualidad, sin embargo, desde el primer hombre y su forma de comunicación se ha presentado la evolución de diferentes formas. Primero con el lenguaje verbal o no verbal, pero que al final tendía al establecimiento de códigos para el entendimiento entre similares, para pasar a la palabra que se fue postrando de manera escrita con signos que representaban a los códigos de entendimiento. Posteriormente las civilizaciones establecieron códigos que homogenizan el entendimiento para la organización de las sociedades, al principio en niveles jerárquicos altos. Al paso del tiempo, las pequeñas civilizaciones crecieron y con ello se expandieron los códigos de entendimiento como medios de comunicación para la transmisión de información y con ello la generación de las lenguas, los idiomas y su universalización.

Durante las transiciones de los códigos, y con el crecimiento de las sociedades, el desarrollo humano y tecnológico permitió el involucramiento de la tecnología como el papel y la tinta, la imprenta, el telégrafo, el correo, con lo que respecta a la comunicación escrita. También la comunicación oral buscó abrirse campo para el largo alcance informativo de mensajes con la radio y la televisión.

Los avances en la tecnología en conjunto con la necesidad humana de comunicarse y el crecimiento social en general, en ciudades, países, continentes y el mundo, permitieron que la comunicación ambicionara la ruptura de barreras temporales y espaciales, ejemplo de ello es la grabación de programas de televisión. Pero hoy en día, trasciende el Internet como herramienta de comunicación en casi todos los ámbitos humanos de la información y la comunicación, con la posibilidad de ligar lo escrito con lo oral; lo visual con lo

auditivo, generando con ello, un híbrido que impacta a lo social en la comunidad global en la actualidad.

El sentido del hombre en la sociedad, se basa en las relaciones que tiene con su familia, amigos, conocidos, compañeros de trabajo o escuela, entre otros, pero que involucra a otras personas con las que se comunica, es decir, con quienes intercambia información, negocia y llega a puestas en común para la convivencia humana.

### **1.3 Nuevas formas de comunicación**

La inclusión de la tecnología, en forma de medios de comunicación a la vida cotidiana de los seres humanos, modificó la forma de comunicación tradicional, abriendo espacios alternativos y de mayor alcance informativo y comunicacional.

Las formas de comunicación humana se dan de acuerdo a la época y un fuerte indicador es la tecnología, ya que ha establecido los alcances para la transmisión de la información en las sociedades.

La tecnología es la herramienta que se ha caracterizado en las sociedades por facilitar las actividades humanas. Para la comunicación ha sido causa de polémica, principalmente con lo referente a las relaciones, por ejemplo, el teléfono y su funcionamiento, parecía que distanciaría a las personas, es decir, limitaría los encuentros físicos, el intercambio de información, la relación humana como tal, sin embargo, ha sido una herramienta que ha acercado a las personas y ha permitido la conservación de sus relaciones, incluso rebasa la barrera del espacio comunicando al hombre con otros sin necesidad de estar en el mismo lugar.

La introducción de las tecnologías de comunicación en las sociedades se concibe como Nuevas Formas de Comunicación que con el tiempo se van haciendo tan cotidianas que pierden la condición de “nuevas” haciéndolas, simplemente, formas de comunicación.

En la actualidad, los avances tecnológicos, su introducción a las sociedades, su uso y explotación han encontrado este concepto otra vez. Las nuevas formas de comunicación se refieren a la tecnología a la que se accede para el establecimiento de la comunicación en la forma de transmisión, intercambio y/o producción de información.

#### **1.4 Tecnologías de la información y la comunicación (TIC)**

Las modificaciones en las formas de comunicación trascienden a conceptos que definen a los fenómenos que acontecen en la vida diaria. Retomando a Mario Domínguez (2003), la tecnología, combinada con la comunicación, data de la Primera Revolución Industrial en donde los inventos que surgieron permitieron, en gran medida, la apertura de nuevas formas de intercambio de información y con ello la evolución de la comunicación.

En este sentido, lo que hoy se llaman Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), han dado un giro importante con lo que respecta a las formas de comunicación humana.

Las TIC se refieren a las plataformas tecnológicas que se ofertan para la información y comunicación de las personas. Tiene que ver con todo aquello que facilita, optimiza y acelera los flujos comunicativos a través de dispositivos tecnológicos manipulables por el hombre que permiten la transmisión, intercambio y producción de información de diversas índoles para las sociedades y los espacios específicos como el trabajo, la escuela, la familia, las relaciones sociales afectivas, etcétera. Se refiere a las telecomunicaciones, Internet y la informática, su uso reduce la brecha digital informacional y de comunicación, e incrementa el número de usuarios de las mismas como medio tecnológico para el desarrollo de sus actividades.

En el contexto de una tercera revolución industrial,

La brecha digital (digital divide) es probablemente uno de los primeros conceptos con que se inicia la reflexión alrededor del tema del impacto social de las tecnologías de información y comunicación (TIC). Desde entonces se percibe que estas tecnologías van a producir diferencias en las oportunidades de desarrollo de las poblaciones y que se establecerá una distancia entre las que tienen y las que no tienen acceso a las mismas (Tello, 2007: 2).

Con lo anterior, parte del desarrollo cultural, político y económico de las sociedades, radica en la reducción de la brecha digital y la expansión de los servicios, redes y terminales de las TIC, entre las personas para el acceso a la información y la comunicación.

### **1.5 La Sociedad de la Información**

Lo anterior ha expuesto a las sociedades a modificaciones y adaptaciones irreversibles respecto de la tecnología y la información. Actualmente “la llamada sociedad posmoderna es la sociedad de la información, del constante crecimiento de los ritmos sociales del imperio de los excesos, pero también de las innumerables posibilidades de los mass media” (Duch, 2012: 80).

La sociedad busca el orden de las relaciones y las interacciones, lo que conlleva a una actual forma social organizadora de la vida llamada Sociedad de la Información, en la que “nos ordenamos en jerarquías, en relaciones fijas, estables, verticales, alrededor de estructuras macro que dan tranquilidad y seguridad a cambio de nuestra dependencia y sometimiento” (Galindo, 2006:66), en las que se busca la facilitación de producción, transmisión e intercambio de la información por medio de la tecnología.

Esta noción de sociedad de la información se formaliza en la estela de las máquinas inteligentes puestas a punto en el transcurso de la Segunda Guerra Mundial. Entra en las referencias académicas, políticas y económicas a partir de finales de los años sesenta. Durante la siguiente década, la fábrica que produce representaciones imaginarias en torno a la nueva «era de la información» funciona ya a pleno rendimiento. No obstante, los neologismos acuñados en esa época para designar a la nueva sociedad no revelarán su verdadero sentido geopolítico hasta la víspera del tercer milenio con lo que se ha convenido en llamar la

«revolución de la información» y la aparición de Internet como nueva red de acceso público. (Mattelart, 2002:12-13).

Por su parte, Duch contextualiza a la Sociedad de la Información y la define:

A causa del incesante bombardeo informativo al que se hallan sometidos los individuos y las colectividades, se originan justamente la dispersión y una inmensa oferta de los valores característicos de la sociedad actual. En efecto, la posmodernidad puede ser calificada de cultura de <cajón de sastre> o de <alcantarilla>, en la que los elementos más dispersos y heterogéneos confluyen en una especie de amontonamiento amorfo, que se parece a un gigantesco foso de desperdicios desorganizado y caótico. La posesión de las más diversas y puntuales informaciones no siempre favorece un ejercicio más lúcido y ponderado de la capacidad para emitir juicios críticos o establecer respuestas y comportamientos éticos ajustados a los restos de cada momento presente o para configurar existencias humanas más equilibradas, felices y orientadas, sino que, por regla general, el aumento caótico de la información más bien promueve la desorientación individual y colectiva; una desorientación que, muy a menudo, es de carácter normativo; una desorientación todavía, que, con una cierta frecuencia, suele provocar profundos e imprevisibles desajustes psíquicos y emocionales en personas de todas las edades y condiciones sociales (Duch, 2012: 80-81).

Así, la Sociedad de la Información se configura a partir de la tecnología, la comunicación, la información y las personas alrededor de todo esto, en los ámbitos, culturales, políticos y sociales que los rodean en las estructuras que conforman a la sociedad.

## **1.6 Estudios de Comunicación Mediada por Computadora (Computer-Mediated Communication, CMC)**

Actualmente, las actividades cotidianas se encuentran girando en torno al uso de la tecnología, principalmente en las ciudades en el ámbito de las comunicaciones humanas como la familia, el trabajo, los amigos, etcétera.

Probablemente, la primera forma de comunicación mediada por tecnología fue a través del telégrafo, mismo que permitió romper con la barrera del espacio, específicamente el de la distancia, permitiendo el envío de mensajes cortos a través de señales, gracias al descubrimiento de la electricidad. Posteriormente el teléfono superó la comunicación que el telégrafo ofrecía, ya que las personas

pueden comunicarse al mismo tiempo en un intercambio dialógico oral en espacios diferentes.

El descubrimiento de la electricidad fue lo que permitió el desarrollo apresurado de la tecnología, por lo mismo, poco tiempo después del surgimiento del telégrafo y el teléfono, se inventa la radio que se populariza debido a su carácter masivo de transmisión de información aunque únicamente se transmite auditivamente. Igualmente y pocos años después, la televisión hace lo mismo, pero a diferencia de la radio, destaca por su carácter audiovisual y así ha perdurado por muchas décadas; hoy en día la televisión ofrece contenidos enfocados a los intereses de todas las personas en diversas modalidades y para todos los sectores económicos poblacionales de la sociedades en el mundo.

Casi un siglo después, las interconexiones a través de las computadoras son inventadas y con ello, el surgimiento de una nueva era de comunicación. Manuel Castells (1999) documentó en una obra de tres tomos, lo que llamó, la Era de la Información, en donde explica que para el año de 1969, la primera red llamada ARPANET, se puso en funcionamiento y se abrió a los centros de investigación en colaboración del Departamento de Defensa de Estados Unidos con toda clase de propósitos comunicativos. En 1983 hubo una división entre ARPANET y MILNET, la primera dedicada a propósitos científicos y la segunda orientada a las aplicaciones militares. En los años noventa surge Internet, que en palabras de Manuel Castells (1999, 375-378)

es una iniciativa estadounidense de radio de acción mundial, iniciada, con respaldo militar, por las empresas informáticas y financiada por el gobierno estadounidense para crear un club mundial de usuarios del ordenador y banco de datos (...) La red de Internet es la columna vertebral de la comunicación global a través del ordenador (*Computer-Mediated Communication, CMC*) en los años noventa, ya que enlaza de forma gradual cada vez más redes. A mediados de esta década, conectaba 44.000 redes informáticas y unos 3.2 millones de ordenadores receptores en todo el mundo, con una estimación de 25 millones de usuarios, y seguía expandiéndose con rapidez (Castells, 1999:375-378).

Hasta junio del 2012 se registran más de 2, 405, 518, 376 de usuarios de Internet en el mundo (Internet World Stats, 2011).

El fenómeno del uso y trascendencia del Internet, por lo tanto, ha sido estudiado desde diversas ciencias, enfoques y objetivos. Raúl Fuentes Navarro y Francisco Hernández Lomelí (2000, citado en Kiss, 2004: 281) destacan que “a partir de 1995 comenzaron a proliferar y a diversificarse los estudios sobre comunicación en Internet”, la mayoría de estos trabajos se enfocan en medir el crecimiento y la diversificación de los servicios que ofrece el sistema, sus rangos de uso y sus características demográficas (Gutiérrez, 1999; FACEA, 1999, en Kiss, 2004). Por otro lado, las aplicaciones del Internet en los negocios, la educación, la ciencia, el arte y el funcionamiento del sistema mundial (Trejo, 1998, en Kiss, 2004). También se han expuesto las características y contenidos de los productos y servicios (Armañanzas, 1996; Pineda, 1997; Joyanes, 1997; Landow, 1995, en Kiss, 2004), así como se han analizado los efectos y el significado de la “participación” en la comunidad global (Ford, 1994; Negraponte, 1995; Trejo, 1998; Austerlic, 2000, en Kiss, 2004). Se ha centrado la atención, también, en la definición de los usos sociales de la comunicación desde las prácticas sociales, educativas, comerciales y culturales en Internet (Ortiz, 1994; Mattelart, 1998; García Canclini, 1999, en Kiss, 2004) en lo que respecta a estudios de comunicación y cultura. P. Quéau (1995, en Kiss, 2004) aporta a la conceptualización del fenómeno de lo virtual y sus aplicaciones posibles en distintos ámbitos de la interacción en este medio. Berttini y Colombo (1995, en Kiss, 2004), en términos metodológicos, la “representación, comunicación y conocimiento” es útil para la comprensión de los distintos niveles en los que opera la adopción de las TIC. Kiss de Alejandro (2004) propone el estudio del proceso de comunicación en el entorno virtual interpersonal para establecerla como una modalidad de interacción mediatizada por las TIC basándose en el modelo de Umberto Eco (1995), extraído del *“Tratado de Semiótica General”*.

Los aportes científicos al estudio del Internet en diferentes áreas proliferan en la actualidad, sin embargo, para la comprensión de la comunicación, del proceso en Internet, es necesario puntualizar las características que lo hacen posible dentro de un modelo específico de sociabilidad, ésta se concibe como la

experiencia de lo social, todo aquello que comprende la relación de los seres humanos en torno a la comunicación, es la tendencia del hombre a la participación en interacciones, el establecimiento de relaciones (Rizo, 2006).

## **1.7 Internet en México**

El uso de Internet se ha incrementado en los últimos años. Con el acceso público a éste, los sistemas comunicativos se han transformado (Kiss, 2004:277) y se ha convertido en una “extensión de la vida tal y como es, en todas sus dimensiones y modalidades” (Castells, 2001: 3).

Con la intención de presentar un panorama general del uso de Internet en México, se han tomado como referencia los estudios de los Hábitos de los Usuarios de Internet en México, publicado en 2013 correspondiente al año 2012, y el 8vo. estudio de los Hábitos de los Internautas en México publicado en 2012 correspondiente a los datos de 2011, ambos realizados por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), donde se incluye información específica de las redes sociales.

De acuerdo con el estudio de 2013, la cifra aproximada de internautas en México es de 45.1 millones de usuarios, presentando un crecimiento del 10% con respecto al 2011.

El promedio de conexión diario del internauta mexicano en el estudio del año 2012 es de:

- 4 horas y 9 minutos
- 47 minutos más que en 2011

Y en el año 2013:

- 5 horas y 1 minuto
- 67 minutos más que en 2012

Los datos que a continuación se presentan en tablas están basados en la información del estudio de 2012 y algunos de 2013. Primero se presentan los medios para la conexión a Internet:

Tabla 1: Dispositivos usados por el internauta mexicano para conectarse a Internet

DISPOSITIVO	PORCENTAJE DE USUARIOS
PC	64%
Laptop	61%
Smartphones	58%
Teléfonos celulares a los que no se les pueden instalar aplicaciones	23%
Dispositivos móviles	16%
Consolas de videojuegos	15%
Tabletas electrónicas	13%
Aparatos electrónicos	7%

*Fuente AMIPCI, 2012.*

En este caso, se duplicó el uso de Smartphones para conectarse a Internet, respecto al año 2011, en el cual, 26% de los usuarios de Internet utilizaban este medio para conectarse, por lo que el uso de PC's y Laptops ha disminuido este mismo periodo de tiempo.

Con respecto a las actividades por las cuales los mexicanos se convierten en internautas, los datos son los siguientes:

Tabla 2: Actividades por las que los mexicanos se convierten a Internautas

ACTIVIDAD	PORCENTAJE
Búsqueda de información	29%
Correo electrónico	28%
Uso de videojuegos	17%
Redes sociales	17%
Uso de electrodomésticos	5%
Otros: uso de chats, recomendación de amigos/familiares, estudiar, curiosidad	3%
Uso de smartphones	2%
Uso de tablets	1%

*Fuente: AMIPCI, 2012.*

Pero las principales actividades que se realizan online se presentan así:

Tabla 3: Principales actividades online

ACTIVIDAD	PORCENTAJE	
	2012	2013
Enviar/recibir mails	80%	87%
Acceder a redes sociales	77%	82%
Búsqueda de información	71%	84%
Enviar/recibir mensajes instantáneos	55%	61%
Operaciones de Banca en línea	44%	33%
Comprar en línea	29%	37%
Búsqueda de empleo	18%	20%
Acceder/crear/mantener sitios propios	16%	17%
Acceder/crear/mantener blogs	16%	16%
Otras actividades	11%	12%
Encuentros online (búsqueda de pareja)	7%	8%

*Fuente: AMIPCI, 202, 2013.*

El acceso a las redes sociales se convirtió en la segunda actividad online más importante de los internautas mexicanos en relación a años anteriores. Por su parte, la búsqueda de información aparece como una actividad importante.

Respecto al entretenimiento en Internet, ubica diversas actividades:

Tabla 4: Principales actividades de entretenimiento online

ACTIVIDAD	PORCENTAJE
Utilizar redes sociales	86%
Visitar sitios de noticias	61%
Descargar música/videos	37%
Ver chistes/páginas de humor	28%
Jugar en línea	25%
Entretenimiento para adultos	23%
Visitar foros especializados	19%
Visitar sitios deportivos	15%
Descargar podcast: ver videos, escuchar radio, leer libros/revistas	13%
Otras actividades	11%

*Fuente: AMIPCI, 2012.*

El registro de lo anterior indica de 9 de cada 10 internautas utilizan redes sociales como principal actividad de entretenimiento.

Con respecto al uso de redes sociales:

Tabla 5: Uso de redes sociales

SÍ LAS UTILIZAN	NO LAS UTILIZAN
2012	2013
92%	8%
93%	7%

*Fuente: AMIPCI, 2012, 2013.*

Las razones por las que no las utilizan son las siguientes:

Tabla 6: Razones por las que los internautas no utilizan las redes sociales

RAZÓN	2012	2013
No me interesa/no me divierte	62%	38%
Protección de datos personales	53%	44%
No tiene tiempo	41%	31%
Canceló las que utilizaba	27%	14%
No sabe cómo funcionan	17%	5%
Miedo a engancharme	N/A	21%
Cancelé la que utilizaba porque tuve problemas	N/A	10%

*Fuente: AMIPCI, 201, 2013.*

Los que sí utilizan las redes sociales presentan un compilado de datos referente a la antigüedad en ellas que se presentan de manera decreciente:

Tabla 7: Antigüedad dentro de redes sociales

TIEMPO	PORCENTAJE
Más de 5 años	23%
5 años	7%
4 años	9%
3 años	26%
2 años	15%
1 año	15%
Menos de 1 año	4%

*Fuente: AMIPCI, 2012.*

Con lo anterior, resta proyectar las estadísticas de las redes sociales más utilizadas por los internautas mexicanos:

Tabla 8: Redes sociales más usadas

RED SOCIAL	PORCENTAJES
Facebook	90% internautas inscritos
	90% accede diariamente
	46% accede desde smartphone
Youtube	60% internautas inscritos
	77% accede diariamente
	23% accede desde smartphone
Twitter	55% internautas inscritos
	61% accede diariamente
	47% accede desde smartphone
Google +	34% internautas inscritos
	44% accede diariamente
	20% accede desde smartphone
Hi 5	25% internautas inscritos
	10% accede diariamente
	8% accede desde smartphone

*Fuente: AMIPCI, 2012.*

Por lo que el internauta mexicano se encuentra inscrito en 4 redes sociales en promedio.

Los datos anteriores abarcan un panorama de los usos de Internet en México, en donde se puede apreciar que el acceso a este servicio, a través de diversos medios es recurrente y va en crecimiento en nuestro país. Con respecto al uso a las redes sociales, se plantea una realidad en la que la mayoría de los usuarios de Internet en México se suscriben a alguna con diferentes intenciones, pero en general, para entretenerse.

El caso de la red social Facebook, que es la más utilizada en México (ver anexo 1), no sólo registra un gran número de usuarios inscritos, si no que el

acceso que se tiene a esta red social es la mayor con respecto al resto de las que se mencionan. Esto es importante, ya que finalmente una red social es un espacio virtual en el que se tiende a la interacción en varios niveles y de diferentes maneras.

Mirabito (1998) expuso que la creación de comunicadores personales basados en la comunicación satelital, en conjunto con la tecnología existente en esos años, considerados como un sistema, abrían la posibilidad de cambiar para siempre la forma en que producimos, utilizamos y transmitimos la información (Mirabito, 1998:6), y no estaba equivocado. Los procesos comunicativos a través de las TIC han modificado diversos aspectos respecto a lo social.

### **1.8 Internet en Puebla**

Así pues, la relevancia del Internet data de 1981, cuando tan sólo eran 200 los computadores enlazados a la Red; para 1996 la cifra alcanzaba los 9 millones 400 mil en el mundo (Castells, 1999:375-378), en México somos más de 40 millones de personas y en Puebla más de 1 millón 840 mil usuarios (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI).

Puebla es una ciudad con una alta actividad industrial, comercial turística y educativa, es la cuarta ciudad más grande y uno de los centros universitarios más grandes del país. Tiene más de 30 zonas de acceso a Internet inalámbrico gratuito y se encuentra en crecimiento.

En la ciudad de Puebla, se ha declarado un servicio público el Internet inalámbrico (H. Ayuntamiento de Puebla, 2010), es decir, que más de 1.4 millones de personas en la ciudad tendrán acceso a este medio siendo el sexto lugar de uso de Internet en el país (García, 2011).

La población que más accede a Internet en Puebla, se concentra en la ocupación escolar, de acuerdo con las estadísticas del World Internet Project-

Mexico (2012), principalmente en los niveles superiores por la demanda de información que se consulta en Internet para actividades y tareas escolares, así como la “necesidad” de comunicación, concebida como <puestas en común> para la elaboración de actividades escolares. En la misma línea, el trabajo de oficina requiere, en últimos tiempos, el manejo de Internet como tecnología para el intercambio, producción o consulta de información, promoviendo los flujos comunicativos en diversos niveles jerárquicos.

Así las plataformas de interacción en Internet son diversas, pero han destacado las redes sociales por su carácter específico como espacios virtuales de socialización a los que cada día hay más suscripciones y se expanden en el mundo.

## **1.9 Redes sociales**

Del Internet, hoy en día, destaca su uso para la socialización a través de las redes sociales, estableciendo relaciones sincrónicas y asincrónicas que se llevan a cabo en varias plataformas que ofertan sus servicios a través de una suscripción, en la mayoría de los casos.

La popularidad de las redes sociales tiene que ver con la amplia gama de posibilidades para compartir la información personal e impersonal de sus usuarios, desde textos, imágenes, videos, animaciones, etcétera.

Más allá de las redes sociales como un universo que concentra a las personas, las comunidades virtuales es un término que en algunos casos se ha homologado que, sin embargo, resulta la concentración de la selectividad de los usuarios que se adscriben a un grupo y con los que de alguna manera se interactúa, es decir, es la selección de las personas con las que se decide relacionarse en los espacios virtuales en diversos niveles personales.

Las redes sociales permiten que las personas, a través de la mediación tecnológica, interactúen y efectúen una comunicación de acuerdo a sus gustos, intereses y necesidades, generando encuentros virtuales.

Las plataformas tecnológicas por las que se llevan a cabo estos encuentros son varios, pero que parten de la Comunicación Mediada por Computadora, aunque este último elemento, en realidad sea un equivalente, como un teléfono celular, un Smartphone, un dispositivo móvil, tablets, etcétera, siempre y cuando se cuente con la compatibilidad del sistema operativo para la conexión a Internet y a las redes sociales.

### **1.10 Facebook**

Las redes sociales han transformado las formas de comunicación y de organización. Gradualmente unas con otras se han reemplazado y se ha acrecentado el número de usuarios. Sin embargo la red social que más suscriptores registra es Facebook, es la más popular en el mundo.

Facebook es una red social que funciona a través de una suscripción y la adición de “amigos” a la comunidad virtual de cada participante. Se realizan interacciones públicas y privadas a través del texto, imágenes, videos y otros recursos multimedia disponibles en la red para la manipulación de la información

Esta red social permite la <presentación de sí mismos> de las personas que acceden a él, su finalidad es la socialización. Se debe configurar una biografía con los gustos e intereses, datos personales y de ahí en adelante, la generación de un historial de publicaciones.

### **1.11 Los aspectos históricos y referenciales**

Al retomar los datos históricos y referenciales anteriormente expuestos se brinda un acercamiento al fenómeno de la comunicación interpersonal en los contextos virtuales, a partir del recuento de estudios previos y la exposición de datos duros respecto al consumo de Internet y su relación con las interacciones interpersonales. De igual manera, se hizo un acercamiento a la red social Facebook, en donde se llevó a cabo esta investigación, para exponer sus características generales como contexto y referencia del estudio.

En suma, lo anterior especifica las características investigadas en los contextos virtuales como una porción del universo respecto al fenómeno. Estas características se enfocan en precisiones como antecedentes de la investigación y las formas de desarrollo del fenómeno de la comunicación en los entornos virtuales, pero acotando el fenómeno particular del estudio.

## **Capítulo 2: Marco teórico**

## **2.1 Marco teórico**

Para la comprensión del fenómeno de la comunicación interpersonal en Facebook, desde los enfoques teóricos de la Comunicación Mediada por Computadora (CMC,) la Teoría del Proceso de Información Social y el consecuente Modelo Hiperpersonal, se presentan referencias históricas del estudio de la comunicación para llegar al modelo de comunicación propuesto por Harold Lasswell, retomado en el estudio que elaboran Marroquín y Villa (1995), que sirve de referencia para la explicación de la comunicación interpersonal, el cual se analizó a partir de sus elementos y el contexto de su desarrollo. Con ello se procedió a la definición de la comunicación interpersonal como nivel comunicativo primario. Para ello se tomó como referencia la concepción de Alex Mucchielli (1998) a manera de contextualización, y a Manuel Marroquín y Aurelio Villa (1995) para descripción y funcionamiento de la comunicación interpersonal cara-a-cara.

Lo anterior se vincula con la inmersión tecnológica que se vive en la actualidad y se toma el enfoque de la CMC para explicar la Teoría del Proceso de la Información Social de Joseph Walther, que se enfoca exclusivamente a la comunicación interpersonal desde la CMC, que se complementa con el Modelo Hiperpersonal que describe los elementos comunicativos de la comunicación interpersonal en la CMC. Posteriormente, se aterrizaron los aspectos teóricos al problema de investigación en la red social Facebook.

## **2.2 Comunicación**

En una primera instancia, se definirá la comunicación como proceso desde sus aspectos teóricos y funcionales para esta investigación.

La comunicación es la generación de todo aquello que hace y define al hombre como un ser social, con sentido de pertenencia e interdependiente que le permite establecer vínculos en sus actividades cotidianas, desde las relaciones

primarias donde se establecen las primeras relaciones, hasta las terciarias que se dan a través de los códigos sociales de comportamiento que parten de la cordialidad y los valores como el respeto y la tolerancia. La comunicación designa el paso de lo individual a lo colectivo (Duch, 2012: 75).

Comunicación es poner en común, un acto que relaciona a las personas a través de significados y experiencias comunes y/o similares y el lenguaje es parte sustancial del proceso comunicativo, ya que establece códigos de entendimiento en las interacciones.

La comunicación es un proceso que contiene elementos que lo definen y se apoya en la información que se transmite, sin embargo la información es un concepto que define Antonio Paoli como “un conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada, de modo que sirvan como guía de su acción” (Paoli, 2005: 15), pero que no evoca a la relación entre personas, más bien las pone al tanto sin generar interacción alguna. Lluís Duch (2012) define esta situación:

Casi resulta un lugar común afirmar que la sociedad actual, pese a las gigantescas redes informativas que, a menudo, ahogan literalmente la vida de nuestros días, se caracteriza por una incomunicación creciente. Con una relativa frecuencia se ha puesto de relieve que una cosa es estar informado y otra muy distinta es hallarse comunicado. La comunicación, estrictamente hablando, no depende de la cantidad de información que se posee, sino de una especie de <elaboración cordial> a la que uno somete los datos de los que dispone, a fin de establecer unos vínculos éticos y afectivos consigo mismo y con los otros. Estos vínculos son los que, verdaderamente, configuran la comunión y la comunidad. Mientras que la información tiende a la dispersión, a un incesante aumento de datos, a menudo caóticamente reunidos y, muy de pronto, olvidados, la comunicación es un proceso de concentración y purificación que se propone situar a los que comunican en una misma órbita afectiva (Duch, 2012: 79-80).

Lo que hace importante, por tanto, comprender la diferencia de los conceptos de comunicación e información, que si bien, es cierto que uno y otro se relacionan, su interrelación en un proceso los conceptualiza en el acto de comunicar e informar.

Así, la información ha sido el vehículo de comunicación, es el cúmulo de datos llamado mensaje que se ponen en común y que hace al proceso comunicativo en conjunto con otros elementos.

A partir de este punto, vale la pena establecer la postura teórica a partir del modelo de comunicación que defina al mismo proceso. Harold Lasswell, influenciado por la retórica de Aristóteles, donde se “conceptualiza” por primera vez a la comunicación, enfoca el proceso de comunicación al nivel de masas. El trabajo de Lasswell se ubica en el marco del funcionalismo estructural, y los antecedentes de los estudios comunicativos se basan en los postulados de su obra *“World Politics and Personal Insecurity y Propaganda and Promotional Activities”* (1927, en Toussaint, 2008), misma que se publicó a principios del siglo XX influenciada por la filosofía freudiana (Toussaint, 2008), pero es en *“The Structure and Function of Communication”* (1948, en Toussaint, 2008) en donde, a manera de actualización y nueva perspectiva en la época acerca del proceso comunicativo, resumió con precisión los procesos psicológicos latentes y las categorías sociales como dos orientaciones teóricas, y las variables de situación vinculadas con ellas, para generar una teoría contemporánea de la comunicación de masas (De Fleur, Ball-Rokeach, 1982: 256-257) y escribió:

Una forma conveniente de describir un acto de la comunicación es contestar a estas preguntas:

<<Quién

Dice Qué

En Qué Canal

A Quién

Con Qué Efecto>> (Lasswell, 1948: 37-51 en De Fleur, Ball-Rokeach, 1982: 258).

En tal paradigma, se exponen, en las respuestas a las preguntas, los elementos del proceso comunicativo que posteriormente se conceptualizaron como emisor, mensaje, canal, receptor y efecto, sin embargo y, a pesar de la

vigencia de tal modelo, se han hecho agregados que refieren a la respuesta que el receptor genera para completar el ciclo de comunicación, y que sirve para describir cualquier proceso comunicativo. Generalmente el concepto agregado se conoce como retroalimentación.

### **2.3 Comunicación interpersonal**

Para definir la comunicación interpersonal se retoman diversos conceptos de manera introductoria para la previa asimilación del concepto. La comunicación interpersonal es la primera a la que el ser humano se expone en el hogar con la familia; Fernández Collado y Galguera García (2008) describen a la comunicación interpersonal como “la primera puerta de entrada a la existencia humana”.

Así, el proceso de comunicación se explica, de forma simple, a través de la esquematización de los elementos comunicativos que funcionan para los diversos niveles comunicativos, Mucchielli (1998) resume este proceso como la “comunicación global de un individuo comprendiendo el conjunto de sus comunicaciones verbales y paralingüísticas” (Mucchielli, 1998:77), este sistema global comprende a los elementos ya mencionados y los comportamientos, Alex Mucchielli (1998), lo llama <comunicación interhumana> y propone que para su estudio “es necesario imaginársela como un intercambio social entre actores, presentes en una situación cuya representación se comparte” (Mucchielli, 1998:82).

Mucchielli (1998) establece que el sistema global de comunicación toma en cuenta lo que se dice y no el desarrollo de la comunicación del individuo, considera, a los comportamientos, tanto los verbales, como los relativos a las posturas o los gestos (Mucchielli, 1998:78-79), éstos últimos son elementos de la comunicación no verbal.

Entonces, en la comunicación interpersonal se identifican, de manera mayormente explícita que en otros niveles, elementos que la complementan y la condicionan por la cercanía en la relación de las personas. Las interacciones, por tanto, se enmarcan en un contexto común y son más evidentes sus características.

Los criterios o normas situacionales que determinan las características de la comunicación interpersonal se dan en función del número de comunicadores y, éste determina en gran medida los valores de los otros tres criterios. En el caso de la comunicación masiva, Fernández y Galguera (2008) explican el nimio nivel de proximidad por el alto número de comunicadores involucrados en el proceso, por ejemplo la radio; así se reducen, los canales sensoriales disponibles y la retroalimentación se retrasa o es indirecta (Fernández y Galguera, 2008: 26).

Sin embargo y siguiendo a Fernández y Galguera (2008), el intento de definir la comunicación interpersonal depende, además de los factores situacionales, de los procesos de desarrollo asociados con la relación: cómo se relacionan y cómo se perciben los comunicadores entre sí y; la forma en que planean y regulan sus intercambios comunicativos; que resultan en diversos factores cualitativos que afectan la relación contribuyendo a conformar un concepto adecuado al término “comunicación interpersonal” (Fernández y Galguera, 2008:27).

Un primer paso a la definición de la comunicación interpersonal, debe considerar el nivel de socialización entre los interactuantes “a partir de la profundización en la temática de sus interacciones, la cotidianidad y las características del diálogo” (Fernández y Galguera, 2008: 28).

Justamente, para la identificación de las características de los niveles comunicativos, Gerard Miller (1990, en Fernández y Galguera, 2008) presenta un cuadro de categorías de los niveles de comunicación que resulta flexible para la definición de los niveles comunicativos a partir de las categorías que toma en cuenta, pero que sirve para diferenciar la comunicación interpersonal.

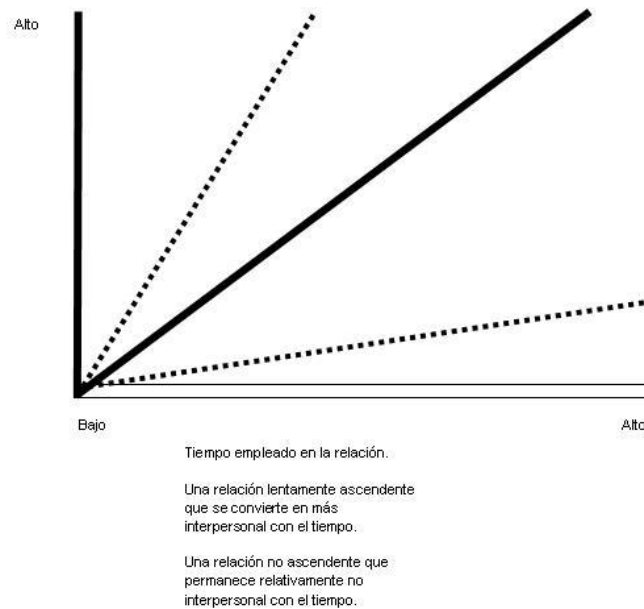
Figura 9: Cuadro de categorías de los Niveles de Comunicación

Categorías	Número de comunicadores	Grado de proximidad física	Canales sensoriales disponibles	Inmediatez de la retroalimentación
	Muchos	Bajo	Mínimo	Más lenta
Comunicación masiva				
Comunicación pública (charlar y hablar en público)				
Comunicación en grupos pequeños				
Comunicación interpersonal				
Comunicación intrapersonal				
	Uno	Alto	Máximo	Más inmediata

*Fuente: Fernández y Galguera, 2008:27.*

Ya identificadas las características de la comunicación interpersonal, se puede decir que el desarrollo de la interpersonalidad en las relaciones se ve afectado por cambios, los de más importancia son los que producen mayor grado de diferenciación en el vínculo, es decir, algunos cambios motivan a los comunicadores a relacionarse más entre sí (Fernández y Galguera, 2008: 29). Fernández y Galguera (2008) retoman un esquema de Miller (1978, 1988, 1990, en Fernández y Galguera, 2008) para describir la evolución de la impersonalidad.

Figura 10: Cuadro de continuo desarrollo en las relaciones



*Fuente: Miller, 1978: 168 (citado por Fernández y Galguera, 2008: 28).*

Estos cambios cualitativos tienen que ver con el comportamiento de los interactuantes y requieren un análisis a mayor detalle desde una perspectiva situacional (Fernández y Galguera, 2008: 29).

Lasswell afirmaba que un acto de comunicación solamente estaba suficientemente explicitado cuando sus ingredientes hubieran sido respondidos (Marroquín y Villa, 1995: 23), por lo que Manuel Marroquín y Aurelio Villa (1995) definen la comunicación, a partir del modelo de Lasswell, como el proceso interpersonal en el que:

los participantes expresan algo de sí mismos, a través de signos verbales y no verbales, con la intención de influir de algún modo en la conducta del otro. La conducta comunicativa, en consecuencia, exige dos polos dialécticamente implicados, que se influyen mutuamente (...) a través de un proceso circular, puesto que el escuchar y el hablar se ejercitan simultáneamente (...) de mutua interacción e influencia, en donde los polos de Emisor y Receptor existen simultáneamente en cada una de las partes comunicativas (Marroquín y Villa, 1995: 23-24).

La conceptualización anterior, retoma elementos del proceso comunicativo en general y define algunas características del proceso comunicativo interpersonal. Por ello, se recurrirá a la explicación de los elementos del proceso comunicativo interpersonal, de Marroquín y Villa (1995), basados en el modelo de comunicación de Lasswell, del cual parten para recrear un diagrama de comunicación interpersonal desde sus elementos.

### **2.3.1 Elementos de la comunicación interpersonal**

Marroquín y Villa (1995) centran su análisis de la comunicación interpersonal en el modelo del proceso comunicativo de Lasswell. Así, las acciones que se ejecutan durante el proceso comunicativo de acuerdo con este modelo, Marroquín y Villa definen los elementos de la comunicación interpersonal a partir de los procesos que se llevan a cabo en el acto comunicativo.

### **2.3.2 Procesos básicos del emisor y el receptor**

De acuerdo con el modelo de comunicación de Lasswell el primer elemento en el proceso es <Quién> y se asocia referencialmente con el Emisor, que es quien formula un mensaje para su transmisión, es decir, es de quién proviene la información. De igual manera <A quién> es el Receptor, o sea, quién recibe el mensaje informacional.

Para describir dichos elementos, se reconoce que en ellos surge una conducta comunicativa, que es un camino y un estímulo interno o externo, que impacta en los sentidos del emisor y receptor. La conducta comunicativa es condicionada por dos procesos esenciales y otros más elementales que al final, son integradores: la elaboración del proceso cognitivo y la elaboración de la conducta comunicativa o proceso de codificación.

El hombre tiene grandes posibilidades comunicativas, potenciadas, principalmente por el lenguaje, sin embargo, existen una serie de limitaciones que pueden coartar o distorsionar el mensaje comunicativo, mismas que se encuentran íntimamente ligadas con el proceso cognoscitivo del ser humano, esto hace referencia al primer proceso condicionante de la conducta comunicativa, que es la elaboración del proceso cognitivo. Este proceso no tiene acceso directo a la realidad, sino a través de filtros que facilitan el conocimiento de la realidad, pero que igualmente, pueden distorsionarla parcialmente.

Las categorías de estos filtros comienzan con los filtros neurológicos en donde nuestro mismo sistema nervioso distorsiona y elimina aspectos del mundo real, introduciendo diferencias entre la realidad y la percepción de la misma, resultando en una representación de la realidad limitada y pobre, pero a la medida del ser humano, posible de adaptar y manejar de acuerdo a las necesidades e intereses de las personas.

Las siguientes categorías de los filtros, son los culturales o sociogenéticos y, los filtros individuales, que no son lo mismo para todos los seres humanos.

Los filtros culturales o sociogenéticos son distintos para un grupo social y otro, ya que estos radican en las diferencias de costumbres, valores, normas sociales, etcétera y, se está sujeto a ellos por las pautas reguladoras de comportamiento como integrantes de un grupo social. Estos filtros se caracterizan por su efecto contaminante, haciendo al individuo ignorante de su carácter subjetivo, pero también, le afirma en la objetividad de unas conclusiones que para él son claras y hasta de sentido común. Estos filtros hacen referencia al grupo social.

Por su parte, los filtros individuales refieren a las representaciones que el ser humano realiza basado en su historia individual, es decir, las vivencias de cada persona, su desarrollo en distintos contextos pasando por peculiares circunstancias que le dan un modelo representacional propio.

Este complejo proceso condiciona la conducta comunicativa tanto del emisor, como del receptor en el proceso comunicativo. Se puede afirmar entonces, que los filtros determinados del proceso cognoscitivo afectan la percepción de la realidad de las personas y, por tanto, la asimilación de los mensajes.

### **2.3.3 Codificación y descodificación**

El proceso de la elaboración de la conducta comunicativa o proceso de codificación, se define como “el proceso mental del emisor, a través del cual se traduce el mensaje a unos signos capaces de ser reconocidos por el receptor” (Marroquín y Villa, 1995: 27), el cual se presentará relacionado con la estructura del lenguaje para definir su importancia y función.

La estructura profunda del lenguaje se centra en el aspecto representacional del lenguaje mismo, las vivencias y experiencias que las personas tienen en su contacto con la realidad, es decir, lo que una persona “cree”, “piensa” y “siente” íntima y profundamente, está normalmente relacionado con su sistema de valores y puede expresarse a través de acciones o palabras.

También existe una estructura de superficie que representa los aspectos comunicacionales del lenguaje, se manifiesta en “lo que decimos” expresado en términos concretos y específicos de la estructura profunda.

La elaboración del modelo cognitivo y la elaboración de la conducta comunicativa o proceso de codificación, son interdependientes, ya que ambos se implican en la elaboración y/o entendimiento de un mensaje debido a la codificación, recurriendo a los procesos de elaboración que condiciona la conducta comunicativa.

El contenido de la comunicación que se elabora basándose en los procesos antes descritos, es:

...todo aquello que el emisor, directa o indirectamente, manifiesta. (...) El contenido de la comunicación puede encuadrarse en dos grandes apartados (Madrid, 1986, en Marroquín y Villa, 1995: 28) el personal y el relacional o

interpretativo. En el ámbito interpretativo estarían incluidos la mayor parte de los datos que el comunicante aporta acerca de su mundo personal, su situación ambiental, el entorno socio-cultural, las circunstancias diversas, etcétera, sin referencia inmediata directa a la situación relacional (Marroquín y Villa, 1995: 28).

Los mismos autores retoman el contenido personal que pueden valorarse desde dos planos distintos: el de los sentimientos, que “realmente representan el impacto que la situación produce a la persona en los estratos más profundos de su ser” (Marroquín y Villa, 1995: 29).

El siguiente plano es el explicativo:

donde el emisor nos expresa su visión de la realidad, estableciendo un nexo causal entre su percepción de ella y sus reacciones emocionales, (...) este plano justificaría y razonaría subjetivamente la existencia, cuantitativa y cualitativa, del primer plano constituido por los sentimientos del emisor (Marroquín y Villa, 1995: 29).

En lo que se expresa dentro de la comunicación, no siempre son distinguibles con facilidad estos dos planos, sin embargo, hará falta realizar un análisis del contenido comunicativo, a partir de las señales no verbales en el contexto virtual, para identificar los planos.

Con respecto al plano relacional o interpretativo

el emisor no manifiesta el mundo de su intimidad, sus sentimientos o razones explicativas, sino una motivación; lo hace en realidad por algo que constituye una demanda, implícita o explícita, dirigida al receptor. Quien se comunica lo hace con una intención concreta; si se capta esa intencionalidad, se habrá dado un gran paso para comprender la totalidad del mensaje, aún en sus contenidos implícitos. La dificultad estriba, precisamente, en que dicha demanda no se formula explícitamente y hay que intuir la (Marroquín y Villa, 1995: 30).

El canal es el medio a través del cual el contenido comunicativo se hace patente (Marroquín y Villa, 1995) y para describirlo como elemento del proceso de comunicación, es necesario abordar dos aspectos de la comunicación que son signos comunicativos y parte de la conducta comunicativa, la comunicación verbal y la comunicación no verbal, consideradas categorías totalizadoras de la conducta comunicativa.

El lenguaje verbal se considera el canal casi exclusivo de la comunicación, sin embargo, Mehrabian (1968 en Marroquín y Villa, 1995) había demostrado, al analizar los impactos de la conducta comunicativa, que sólo el 7% se debe al contenido expresado por la palabra hablada o escrita, mientras que el 55% de la totalidad de ese impacto está relacionado con la expresión del rostro, debiéndose el 38% restante a la voz del comunicante. En el contexto virtual, el lenguaje verbal se expresa, regularmente a través del texto, pero éste cuenta con sus particularidades que sustituyen la expresión del rostro y la voz del comunicante, estableciendo un lenguaje no verbal de señales virtuales en función del canal y el medio de intercambio de información por el que se realiza la interacción.

#### **2.3.4 Comunicación verbal**

La comunicación verbal es la categoría de la comunicación que considera al lenguaje verbal, es decir, las palabras que se expresan escrita u oralmente, mismas que tienen significado gracias a que las personas se los damos. Los significados se dan con base en consensos establecidos de grupos humanos que determinan la conexión entre un vocablo y un objeto (Marroquín y Villa, 1995).

El lenguaje verbal oral es el que se habla a través de la palabra, e incluso los sonidos, como silbidos o gritos, pueden ser considerados lenguaje verbal oral, siempre y cuando expresen una idea, emoción o situación y corresponda a un código entendible para el receptor.

El lenguaje verbal escrito igualmente se basa en la palabra pero plasmada visiblemente en alguna superficie. Los jeroglíficos, logotipos, ideogramas, etcétera, son considerados dentro de este lenguaje, con la condición de que el código sea pertinentemente interpretado por el receptor.

### 2.3.5 Comunicación no verbal

#### El lenguaje no verbal

está constituido por signos visuales, gestuales, auditivos, etcétera, que guardan cierta relación o semejanza con el objeto que representan. Por esta razón, este lenguaje es mucho más universal (...) Las expresiones del rostro, los gestos, e incluso la posición del cuerpo o la distancia entre los diversos interlocutores, pueden indicarnos con más fiabilidad que las mismas palabras, diversos estados anímicos de alegría, rabia, tristeza, frustración, etcétera, que impregnan el contenido del mensaje comunicativo (Marroquín y Villa, 1995: 31).

Tanto el lenguaje verbal como el no verbal, se conectan y complementan haciéndose mutuamente interdependientes en la transmisión de los mensajes dentro de proceso comunicativo. El lenguaje verbal “tiene mayor capacidad de definición, simbolización y precisión, lo que le da mayor efectividad en la comunicación de ideas y conceptos. El lenguaje no verbal entronca más con nuestros sentimientos y nuestras propias percepciones acerca de nosotros mismos” (Marroquín y Villa, 1995: 32).

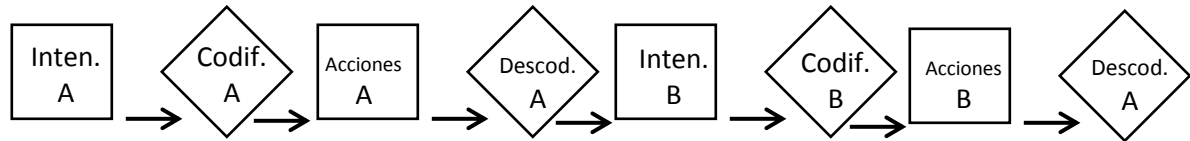
Para la descripción de este elemento se recurrirá a una parte equivalente a dicho término, que compete al receptor del mensaje que es el proceso de descodificación, que resulta su tarea más importante y por tanto característica.

La descodificación es el proceso inverso a la codificación, es decir, la interpretación de los códigos explícitos e implícitos de un mensaje comunicativo. En este proceso se pretende el acceso a la estructura profunda del mensaje, actividad que aparentemente es sencilla, sin embargo, en la práctica es compleja, ya que con el acceso a la subjetividad ajena al receptor, en conjunto con sus propios filtros selectivos, la percepción variará en función de la interpretación, la estructura del mensaje respecto a los códigos y el significado de los mismo, tanto para el emisor como para el receptor. En cuanto a la estructura superficial, “es a la única a la que tiene acceso el receptor, pero puede ser extremadamente ambigua y las palabras pueden indicar diversos significados” (Marroquín y Villa, 1995: 32).

### 2.3.6 Proceso de comunicación interpersonal

Marroquín y Villa (1995) exponen gráficamente el proceso de comunicación interpersonal de la siguiente manera:

Figura 11: Proceso Comunicativo Interpersonal



*Fuente: Marroquín y Villa (1995: 33)*

La finalidad de esta descripción es indicar un elemento de la comunicación interpersonal que sucede debido a “la subjetividad y limitada percepción de la realidad que caracterizan a los procesos de codificación y descodificación” (Marroquín y Villa, 1995: 32), en lo que tiene lugar el conocido <vacío interpersonal>.

### 2.3.7 Vacío interpersonal

El vacío interpersonal, y “hasta cierto punto existencial”, es el “acompañamiento inevitable de múltiples soledades e incomprensiones” (Marroquín y Villa, 1995: 33), por tanto, vale la pena analizarlo para comprenderlo en el proceso de comunicación interpersonal. Tanto el proceso como el vacío interpersonal lo explican de la siguiente manera con respecto al vacío interpersonal:

Las intenciones de la persona A son internas, privadas y conocidas solamente por sí misma. Suelen expresar deseos, esperanzas, temores que dan lugar a acciones concretas, a través de un proceso de codificación también personal e interno. Las acciones, sin embargo, en las que cristalizan las acciones de la persona A son externas, observables, perceptibles y descodificables a través del proceso interno de descodificación de la persona B. Esta descodificación provocará una serie de intenciones internas en la persona B, que suficientemente codificadas, se traducirán en unas acciones externas, que descodificadas por A le llevarán a la renovada continuidad de todo proceso. El vacío interpersonal tendrá lugar cuando las intenciones de la persona A no han sido percibidas adecuadamente como tales

por la persona B, bien porque no han sido adecuadamente codificadas por ella, bien porque la decodificación de la persona B ha sido equivocada (Marroquín y Villa, 1995: 33).

En los procesos de codificación y decodificación intencional, se requiere ser consciente y contar con una adecuada capacidad de decodificación, ya que las claves interpretativas varían de persona a persona y por tanto no cuentan con un único significado.

*Cada uno ve sus propias acciones a la luz de sus propias intenciones, pero vemos las de los demás a la luz del efecto que ellas producen en nosotros.* El reducir el vacío interpersonal supone hacerse conscientes de la auténtica intencionalidad de las personas que interactúan (Marroquín y Villa, 1995: 34).

Con lo anterior, ya se cuenta con un panorama general del proceso de comunicación y comunicación interpersonal, sus características y descripción, por tanto su funcionamiento, se busca ahora, comprender a la comunicación interpersonal acontecida en los espacios virtuales, para establecer sus características y descripción, por tanto su funcionamiento, afirmando pues, que la captación o comprensión de un mensaje no se limita al lenguaje verbal, recurre a los no verbales que complementan sus intenciones y las hace mayormente explícitas. En el contexto virtual sucede algo similar, con otros recursos que sustituyen al lenguaje no verbal en el plano cara-a-cara y que a continuación se explican.

## **2.4 Comunicación Mediada por Computadora**

La inminente expansión del Internet como tecnología y medio de comunicación, ha orientado a las sociedades a llevar su vida cotidiana y diversos ámbitos de ella a este medio.

Por ello la Comunicación Mediada por Computadora (CMC) es definida por varios autores, que desde los primeros estudios que surgen acerca de este tema, han sentado diversos conceptos útiles.

- Rheingold (1995 en Gómez y Galindo, 2005), quien en su libro *The Virtual Community* nombra a los sistemas de CMC como <comunidades virtuales>,

la define como “una forma de conocer personas, se sienta o no la necesidad de asociarse con ellas a nivel de comunidad” agregando que “cuando la tecnología CMC se hace accesible a la gente en cualquier parte, ésta la utiliza para construir, inevitablemente, comunidades virtuales, del mismo modo en que los microorganismos crean colonias de forma inevitable” (Rheingold, 1995: 46, 21 en Gómez y Galindo, 2005).

- Jones (1995, 1998, 1999 en Gómez y Galindo, 2005), fundador de la “Asociación de Investigadores de Internet” (AOIR), critica la CMC siempre destacando sus ventajas:
  - crea oportunidades de educación y aprendizaje,
  - crea nuevas oportunidades de participación democrática,
  - establece culturas en una escala sin precedentes,
  - reestructura una interacción humano/máquina (Jones, 1995: 26 en Gómez y Galindo, 2005).

Y señala desventajas solucionables: “El Internet todavía no es tan omnipresente como para que todos sepan qué es y cómo usarlo”, (Jones, 1995: VII en Gómez y Galindo, 2005), lo que presenta una optimizadora visión de la CMC.

- Turkle (1995, en Gómez y Galindo, 2005) enfoca el estudio de la CMC desde la psicología al elemento de la identidad. En su libro “La vida en la pantalla”, explica “la forma en la que las personas utilizan los sistemas de la CMC como laboratorios de su personalidad” (Gómez y Galindo, 2005): “Trato de comprender las vidas sociales y los significados culturales que las personas construyen al tiempo que sus vidas se entrelazan cada vez más con la tecnología informática” (Turkle, 1995 en Gómez y Galindo, 2005).

Con lo anterior se puede conceptualizar a la CMC como un < sistema mediado por la interacción humano-máquina, que permite a las personas asociarse entre ellas promoviendo la sociabilidad virtual >.

Por tanto, se sugiere que las personas, pese a la mediación tecnológica a la que se exponen, establecen relaciones a través de sistemas de redes que

permiten la interacción, en donde el Internet es el soporte de estas plataformas socializadoras.

El flujo informativo en las redes de Internet, se ha expandido globalmente, es decir, la información es producida, manipulada, intercambiada y transmitida a diversos niveles comunicacionales en los ámbitos cotidianos de la vida. Para muchas personas, esto acontece en su casa, escuela, trabajo, relaciones afectivas, etcétera, pero de manera pública y abierta, la consulta informativa se realiza como un consumo a nivel masivo de la comunicación y ahí surge una interrelación entre quien produce la información y quién la recibe, generando un proceso de comunicación.

En otro nivel, las redes sociales son las que han cubierto la necesidad de comunicación con sus múltiples servicios y a los que muchas personas en el mundo se apegan. Por su funcionamiento, también resultan comunidades virtuales a las que se integran las personas en forma de red, unas a otras en espacios personales personalizables, que vinculan a conocidos y desconocidos en espacios comunes.

En estos espacios se construyen a partir de intereses, creencias y valores en común, generalmente producto de la previa relación cara-a-cara y generan interacciones interpersonales entre los usuarios de la red.

## **2.5 Teoría Del Proceso de Información Social (SIPT)**

Por tanto, se han propuesto teorías que explican el desarrollo de la comunicación interpersonal y su funcionamiento a partir del enfoque de la CMC, comprendiendo al fenómeno como plataforma de sociabilidad en el que se ven involucradas las personas que utilizan Internet. Este es el caso de la Teoría del Proceso de Información social (SIPT) que es una propuesta para el estudio de la

comunicación interpersonal mediada por tecnología, es decir, la CMC en los ámbitos interpersonales

A pesar de su reciente postulación, ya es antecedente de diversos estudios, sin embargo, no considera todos los recursos tecnológicos actuales, por ello, se ha ido adaptando para la explicación del fenómeno de la interpersonalidad en los contextos virtuales.

Es una teoría que estudia la CMC elaborada Joseph Walther en 1992, que sirve para explicar y predecir diferencias entre el intercambio de texto de la CMC y los encuentros cara-a-cara. Trata de explicar cómo, con el tiempo, los usuarios expuestos a la CMC, pueden acumular impresiones de las relaciones con otros en los entornos virtuales, hasta alcanzar un nivel de desarrollo parecido al de la comunicación cara-a-cara. Esta teoría articula varios supuestos y proposiciones acerca de lo que provoca el acontecer de la interpersonalización en los espacios virtuales (Walther, 2012: 458).

La SIPT se ha expandido entre los investigadores, aparte de su desarrollador original para incorporar otros medios de la CMC basados en la comunicación textual, pero son formulaciones provisionales (Tanis y Postmes, 2003; Westerman, Van Der Heide, Klein y Walther, 2008; Tidwell, Walther, 2002; Antheunis, Valkenburg y Peter, 2010, en Walther 2012). Sin embargo se ha logrado posicionar el Modelo Hiperpersonal que describe los elementos de la comunicación interpersonal y por tanto a la misma comunicación interpersonal para comprenderla.

La comunicación interpersonal en los espacios virtuales, tales como las redes sociales, son descritos por diversos teóricos, sin embargo es Joseph Walther (1992, en Walther 2012) quien describe cómo se generan y desarrollan estas relaciones virtuales a través de la Teoría del Proceso de Información Social.

Esta teoría se enfoca en la explicación de los encuentros y el desarrollo de las relaciones entre las personas en los entornos virtuales (Utz, 2000). Sus principales argumentos son:

1. Los comunicadores están motivados para desarrollar interacciones interpersonales y afinidades independientemente del medio. Cuando las señales no verbales no están disponibles, los usuarios adaptan su comunicación interpersonal (instrumental) a cualquier contexto para permanecer disponible a través del canal que se esté utilizando. Ante la falta del lenguaje no verbal, la teoría supone que los individuos se adaptan a la codificación y decodificación de la información social (socioemocional y mensajes relacionales) en lenguaje y tiempo sincronizados. La teoría implica, que las señales no verbales del lenguaje son el idioma de los contenidos y el estilo de ciertas características como conductos primarios mayormente de información interpersonal. Lo anterior, más allá del uso e implementación de emoticonos. Recientes investigaciones han demostrado que los comunicadores se han adaptado a los significados sociales del lenguaje de la CMC que de otra manera sería la expresión del lenguaje no verbal.
2. La CMC opera a una velocidad diferente a la que se da cara-a-cara, refiriéndose a la capacidad de los usuarios para lograr un impacto y la definición relacional equivalentes a la interacción cara-a-cara, ya que la comunicación verbal, sin señales no verbales, sólo transmiten una porción de la información de la comunicación multimodal, estas funciones de la comunicación pueden requerir un tiempo más largo para asimilarse. Los usuarios de la CMC necesitan más tiempo para compensar la lenta asimilación, con la finalidad de acumular suficiente información con la cual construir modelos cognitivos con la información proporcionada por el emisor, para recibir y emitir mensajes con los cuales negociar y definir el estatus relacional entre ellos. Es necesario más tiempo en la CMC porque

se utiliza esporádicamente en relación a la comunicación cara-a-cara. La CMC implica, a veces, medios asincrónicos (Walther, 2012).

De estos se pueden destacar como principales conceptos, los códigos de comunicación no verbal de la CMC, que sustituyen a los códigos físicos de las interacciones cara-a-cara, y el tiempo de respuesta de los mensajes en las interacciones virtuales, que le dan al usuario la capacidad de codificar de manera más consciente el mensaje que va a transmitir.

El estudio de la CMC interpersonal a partir de la SIPT, se ha extendido entre los investigadores y su mismo desarrollador original, y han continuado bajo los postulados de la teoría incorporando otros medios de la CMC basados en texto, debido al desarrollo tecnológico acelerado en la actualidad. Estos estudios han brindado formulaciones provisionales:

- Tanis y Postmes (2003, en Walther 2012) establecieron que la presentación de fotografía o el intercambio de biografías como preinterpretación de los usuarios de la CMC, funciona equivalentemente bien en inducir expectativas interpersonales en contextos de la CMC.
- Esta teoría está enfocada a los intercambios textuales, sin embargo, se puede destacar que la información fotográfica funciona de manera similar al texto biográfico, Westerman, Van Der Heide, Klein y Walther (2008, en Walther 2012) ofrecen un enfoque más sofisticado para los efectos potenciales de las fotografías y otras informaciones multimedia en los espacios virtuales, dentro del marco de la SIPT. Desde la postura de la velocidad de la transmisión de la información por el ancho de banda que afecta la velocidad de la formación de la impresión y desarrollo relacional, algunas formas multimedia de información son más rápidas o más lentas, es decir, transmiten más información social en un intervalo de tiempo respectivo; entre los más rápidos: fotografías y videos.

- Los indicadores visuales han disminuido la frecuencia de las divulgaciones y preguntas personales de la CMC (Tidwell, Walther, 2002, en Walther 2012).
- Antheunis, Valkenburg y Peter (2010, en Walther 2012) proponen que en las redes sociales se proporciona, en abundancia, de manera asincrónica y no intrusiva, información biográfica multimodal (pictórica) e información sociométrica de otras personas. Por lo que se espera que estos elementos sean la fuente de reducción de incertidumbre acerca de los demás, sin recurrir al intercambio textual.

Los códigos no verbales que interrelacionan interpersonalmente a las personas en la CMC, son información, textual o multimodal. La información textual tiene que ver con el contenido de las interacciones, es decir, qué se dice a quién, a partir de las motivaciones de los comunicadores. La información multimodal, se asocia con los recursos visuales, en lo que no interviene el intercambio informacional sincrónico, esto se traduce en la información que se proporciona fuera de una interacción en las biografías con texto y fotografías, e incluso videos, para la generación de la preinterpretación.

La tipología informacional para esta investigación se definirá a partir de la intencionalidad de los mensajes, o como la Teoría del Proceso de Información Social lo establece, las motivaciones de los comunicadores para desarrollar interacciones interpersonales y afinidades. Por tanto, a partir de la adaptación de los individuos a la codificación y descodificación de la información social, es decir, información socioemocional y mensajes relacionales, se traducirá en información social e información personal. Ambas tipologías informacionales se presentan en la forma textual o multimedia, durante las interacciones o puestas a la preinterpretación.

Se agrega una tipología más, la de información impersonal, en la que no se hallan motivaciones en los comunicadores para desarrollar interacciones interpersonales y afinidades.

Las tipologías informacionales se definirán a partir de las siguientes categorías, basadas en la Teoría del Proceso de Información Social:

- Intencionalidad de desarrollo de interacciones interpersonales y afinidades por parte de los comunicadores. Donde para la información social deberán existir vínculos por preinterpretación de la información proporcionada en publicaciones, chat o biografía; para la información personal sucede lo mismo en menor grado por previo procesamiento de la información proporcionada por los comunicadores, es decir, se habla de un conocimiento previo de una situación específica respecto de la información.
- Tiempo de respuesta. La información social es mayormente condicionada por esta variable debido al tiempo de compensación que se requiere para la asimilación de la información intercambiada; la información personal, respecto a esta variable, requerirá menor tiempo de respuesta por los niveles de interpersonalidad en los que no se requiere acumular suficiente información para definir el estatus relacional entre los interactuantes.
- Lenguaje. Radica en los significados sociales de los comunicadores, para la información social el lenguaje será mayormente coloquial y cómodo; mientras que para la información personal, además de ser coloquial y cómodo, definirá la relación de los interactuantes.

La tipología informacional será uno de los determinantes de la interpersonalidad en las relaciones establecidas en Facebook, por lo que se establecen los tipos de relaciones entre los comunicadores, partiendo de las relaciones primarias que “son de carácter más íntimo y envuelven la mayor parte de la personalidad del individuo, este tipo de relaciones requiere más tiempo y contacto entre las personas envueltas, lo cual proporciona lazos más estrechos y duraderos de afiliación” (Murillo, 2004: 181), en estas relaciones se trata a la persona por la persona que es, no por su función; por ejemplo, la familia o la pareja. Las relaciones secundarias “son más superficiales y no implican amistad

íntima entre las personas” (Murillo, 2004: 181), se dan en función de obtener alguna utilidad, son sustituibles.

Las tipologías informacionales apoyarán en gran medida la codificación de las variables en el proceso metodológico, en función de la Teoría del Proceso de Información Social, así como en el Modelo Hiperpersonal.

## 2.6 Modelo Hiperpersonal

El Modelo Hiperpersonal es una propuesta para el estudio de las interacciones interpersonales en Internet a partir de la descripción de los elementos convencionales del proceso comunicativo, basado en los postulados de la CMC.

El Modelo Hiperpersonal (1996, en Walther 2012) deriva de la Teoría del Proceso de Información Social dando seguimiento a los estudios de la CMC:

es la propuesta de un conjunto de procesos para explicar teóricamente cómo la CMC puede facilitar las impresiones y relaciones en los espacios virtuales que exceden la conveniencia y la intimidad que se produce paralelamente en las interacciones cara-a-cara.

El modelo sigue cuatro elementos comunes del proceso de comunicación para abordar la CMC, que pueden afectar los procesos cognitivos y de comunicación relacionados con la construcción y recepción de mensajes (Walther, 2012: 460).<sup>1</sup>

La explicación del modelo radica en los procesos elaborados por los siguientes elementos de la comunicación:

- Receptores: Idealización; los efectos debidos a los procesos del receptor.
- Emisores: Selectiva <presentación de sí mismo>; los efectos entre los emisores.
- Canal: Tiempo de respuesta; los atributos del canal.
- Retroalimentación: Confirmación y desconfirmación del comportamiento; los efectos de la retroalimentación.

---

<sup>1</sup> Traducción de Jiménez, A. del texto *Theories of Computer-Mediated Communication and Interpersonal Relations*, capítulo 14.

Los procesos se describen a partir de los elementos comunes del proceso comunicativo en una extracción realizada por el mismo Walther, y los define y describe respecto a su funcionamiento y efectos que provocan en los usuarios de la CMC de carácter interpersonal.

Receptores: al recibir mensajes de otras personas en la CMC, el individuo puede tender a exagerar las percepciones del remitente del mensaje. En ausencia de los códigos físicos que la interacción cara-a-cara proporciona, se falla al construir una impresión, ya que los receptores llenan los espacios en blanco con respecto a la información que les falta. Esto, a menudo, toma la forma de <idealización> si las pistas iniciales sobre la otra persona son favorables (...) el enfoque Hiperpersonal sugiere que una primera impresión puede ser activada, no sólo por las identificaciones de grupo, también por estereotipos individuales, tales como características de la personalidad o debido a la vaga semejanza de un individuo en el entorno virtual a un “amigo” previamente conocido (Walther, 2012).

Walther (2012) maneja el concepto de impresiones con respecto a los efectos que entre usuarios de la CMC se producen, resaltando la <idealización> a partir de la falta de información que se transmite en una interacción virtual, esta formulación parte de los filtros sociogenéticos e individuales, postulados en la comunicación interpersonal, como elementos que afectan a la comunicación interpersonal. En este caso, se puede resaltar que el lenguaje no verbal en la CMC va más allá de la inferencia de los recursos multimedia o los emoticonos, se refiere, específicamente, al idioma y ciertas características interpersonales no especificadas, pero sí identificables entre participantes.

Emisores: la CMC basada en el texto, facilita la selectiva <presentación de sí mismo>. En línea, uno puede transmitir señales únicas que el individuo desea que otros entiendan. No necesitan ser evidentes para los demás como las señales físicas lo son (a menos que se den a conocer verbalmente), los individuos, generalmente, transmiten, inconscientemente, durante sus interacciones, comportamientos indeseables como interrupciones, mala administración del

contacto visual o falta de fluidez verbal, del manera que afecta las impresiones que se quieren dar en las interacciones cara-a-cara. En la CMC, los emisores pueden construir mensajes que favorezcan a su personalidad, resaltando las características deseables de manera que obtenga reacciones preferenciales en su comunicación. La <autorevelación>, naturalmente, juega un papel en este proceso, los individuos, al revelar lo que desean que se conozca de ellos generan intimidad. Las investigaciones demuestran, que las cuestiones de revelación y personales constituyen la mayor proporción de las expresiones en las interacciones en línea entre extraños que lo hacen comparable con las relaciones cara-a-cara (Joinson, 2001; Tidwell y Walther, 2002, en Walther 2012). Esto puede ser una simple adaptación por la falta de lenguaje no verbal expresamente formal, lo que normalmente produce incertidumbre por la reducción de información. Sin embargo, las revelaciones de los usuarios de la CMC son más íntimas que en las interacciones cara-a-cara, sugiriendo también, un aspecto estratégico para identificar esta diferencia.

Además de las revelaciones explícitas, mucho de lo que los remitentes selectivamente presentan de sí mismos, es transmitido a través del contenido de sus intercambios, de la presentación de sus juicios y opiniones de varios temas, sus acuerdos con los interactuantes, la elección de las palabras y cualquier número de expresiones ordinarias que resulten afines. (...) En línea (y tal vez en otros lugares) manipulamos nuestra conveniencia para los otros, no tanto por las declaraciones explícitas de afecto interpersonal, sino a manera de complementación o la competencia de otros puntos de vista de las cosas del mundo.

González y Hancock (2008, en Walther 2012) llegaron a la conclusión, a través de un estudio, de que la selectiva <presentación de sí mismos>, genera una potente influencia, no sólo en los demás, sino también en la transformación de uno mismo, fenómeno al que se le denomina <cambio de identidad>.

Respecto a los emisores se postula una selectiva <presentación de sí mismos> en la CMC, comprendido como la provisión de información social, esta misma se califica como selectiva, debido a que tiene la característica de ser seleccionada con base en lo que el emisor desea que se conozca de él, favoreciendo su personalidad, que a diferencia de la comunicación cara-a-cara, no es tan viable de hacer por la cercanía física que implica, pero no quiere decir que no se realice o sea posible. Esta manipulación de información en la <presentación de sí mismo> se considera una revelación, además de los juicios y opiniones que se puedan generar en las interacciones, afecta las respuestas de los receptores y del emisor, en este último sucede el fenómeno de <cambio de identidad> ya que tiene una gran influencia.

Canal: el tercer elemento del Modelo Hiperpersonal, implica las características del canal y de cómo la CMC, como un medio de comunicación, contribuye a la deliberada construcción de mensajes favorables en línea. Una parte del factor canal se centra en la mecánica de la interfaz de la CMC, lo que sugiere que los usuarios cuentan con la capacidad de tomarse el tiempo para contemplar y construir mensajes conscientemente. En muchas aplicaciones de la CMC (especialmente en los sistemas asincrónicos), los usuarios pueden tomar algún tiempo para crear mensajes de forma óptima, sin interferir con el flujo conversacional, a diferencia de los efectos de respuesta en las interacciones cara-a-cara.

El Modelo Hiperpersonal sugiere, además, que los usuarios de la CMC pueden aprovechar la posibilidad de editar, borrar y volver a escribir los mensajes para reflejar los efectos deseados antes de ser enviados.

La introducción del modelo, también contempla que los usuarios de la CMC pueden redirigir los recursos cognitivos para mejorar los mensajes, sin la necesidad de poner atención a los comportamientos físicos de su interactuante o de él mismo, o a los elementos ambientales donde se encuentra físicamente la comunicación. Los usuarios de la CMC pueden centrar su atención en la

elaboración de mensajes en mayor medida que lo que podrían en las conversaciones cara-a-cara.

Otro componente del canal en el Modelo Hiperpersonal, más difícil de interpretar, ha cuestionado las afirmaciones originales del modelo asincrónico contra el sincrónico de la CMC. El modelo originalmente planteado, dice que la CMC asincrónica de los usuarios permite evitar los problemas asociados a las interacciones cara-a-cara. (...), se refiere a la capacidad de sincronizar la atención y la interacción con los comunicadores, lo que resulta una propuesta difícil de lograr cuando los participantes compiten por el tiempo y la atención. La presión por el tiempo, se vuelve un desafío en los encuentros cara-a-cara, lo que lleva a los comunicadores a descuidar ciertas conductas interpersonales en favor de las discusiones de grupo, sin embargo, los usuarios de la CMC asincrónica pueden interactuar con otros en momentos convenientes y disponibles para ellos. El modelo sugiere que la CMC no debe padecer estos descuidos, ya que los usuarios participan en las interacciones interpersonales fuera de sus ocupaciones, a diferencia de los encuentros cara-a-cara, sin encontrarse en tiempo real. No hay presión de tiempo que restrinja tales intercambios.

Al respecto, Roberts, Smith y Pollock's (1996), durante observaciones etnográficas y entrevistas, reflejan que las personas en tiempo real, juegos multijugador en línea y los sistemas de chat, rápidamente exhiben intercambios sociales.

Peña y Hancock (2006, en Walther 2012) demostraron que las conversaciones en tiempo real de los juegos multijugador en línea, reflejan, mayormente, expresiones socioemocionales relacionadas con el juego. La sociabilidad benéfica, originalmente asignada a la CMC asincrónica en la introducción del modelo, es claramente un aspecto que muchos sistemas sincrónicos tienen, al menos aquellos en los que la socialización es su finalidad.

El canal en la CMC permite la deliberada construcción de mensajes favorables al usuario por la capacidad de elaborar conscientemente un mensaje,

esto a partir de las interfaces en las que se lleva a cabo este tipo de interacción. También los mensajes se pueden borrar, editar y volver a escribir para proyectar lo que se desea. El canal en la CMC no requiere de la atención a los comportamientos físicos del receptor, el emisor o los elementos ambientales que rodean a la interacción, situación contraria a la comunicación cara-a-cara. Y aunque el modelo fue planteado para la CMC asincrónica, la CMC sincrónica, especialmente la enfocada a la socialización, se adapta a estas características sin descuidar los niveles de interpersonalidad, incluso en las discusiones de grupo, ya que los usuarios interactúan fuera de sus ocupaciones sin presión de tiempo y demanda de atención.

Retroalimentación: el Modelo Hiperpersonal de la CMC sugiere que el mejoramiento de las relaciones proviene de la idealización, la selectiva <presentación de sí mismos> y los efectos del canal, influenciadas recíprocamente, estas cuestiones forman un sistema de retroalimentación por el cual, la CMC intensifica y magnifica la dinámica de cada componente contribuyente del modelo. Es decir, cuando un receptor recibe un mensaje selectivo de <presentación de sí mismo> idealiza a su fuente, este individuo puede responder de manera recíproca reforzando parcialmente la modificación de la personalidad reproduciendo, mejorando y hasta exagerando la retroalimentación. La manera en las que la dinámica de las expectativas recíprocas pueden modificar el carácter de los participantes fue sugerido para reflejar el proceso de <confirmación de comportamiento>.

La <confirmación de comportamiento> (Snyder, Tanke y Berscheid, 1997, en Walther 2012) se describe como la percepción en una interacción entre dos personas. Una de las personas conduce a la otra a comportarse de alguna manera y esa construcción del comportamiento altera las respuestas de la persona en el retorno del mensaje. El Modelo Hiperpersonal apropiado a este constructo, sugiere que las propias impresiones idealizadas de un interactuante en línea, puede llevar al otro a corresponder con un mensaje configurados con base en la impresión idealizada, cambiando la dirección de la personalidad hacia las impresiones

idealizadas mutuamente construidas y promulgadas por ambos. De esta manera, la retroalimentación puede intensificar los efectos del Modelo Hiperpersonal con respecto a la idealización, la selectiva <presentación de sí mismo> y la explotación de canales.

El componente retroalimentación del Modelo Hiperpersonal ha sido poco estudiado hasta hace poco:

- Walther, Liang et al (2011, en Walther 2012): examinaron si la retroalimentación a un comunicador de la CMC, favoreció al fenómeno de <cambio de personalidad> (González y Hancock, 2008, en Walther 2012). Este estudio ayudó a establecer un enlace entre la selectiva <presentación de sí mismos> y a la retroalimentación, como componentes del Modelo Hiperpersonal, que muestran la activación de estos elementos de forma conjunta y producen efectos más fuertes que aislados el uno del otro.
  - Varios estudios han generado hallazgos consistentes en la CMC de un efecto de <desconfirmación de comportamiento> (Ickes, Patterson, Rajecki y Tanford, 1982; Piore, Burgoon y Le, 1993, en Walther 2012). La <desconfirmación de comportamiento> tiene lugar cuando un individuo anticipa una interacción desagradable con una persona específica, y para evitar la incomodidad, reacomoda la información con el fin de mejorar la conducta de la otra persona.
  - Dos estudios recientes exploraron los efectos de las expectativas posteriores de la <preinterpretación> en impresiones, tras el intercambio en la CMC basada en voz (Epley y Kruger, 2005; Walther, DeAndrea y Tong, 2010, en Walther 2012).
1. Epley y Kruger (2005, en Walther 2012): se entrevistó a dos grupos de personas, uno que utilizó un sistema telefónico con personas reales y a otro que usó la CMC, expuestos a una conversación real. Los resultados parecen reflejar superficialmente una mayor <confirmación de

comportamiento> en la CMC que en el teléfono: se realizaron evaluaciones y los resultados en la CMC fueron variados, pero en los del teléfono no.

2. Walther, DeAndrea y Tong (2010, en Walther 2012): hicieron una réplica de lo anterior con involucrados reales en la voz y las condiciones de la CMC, posteriormente, la CMC indicó relativamente, mejores evaluaciones que en las basadas en voz, lo que refleja la <desconfirmación de comportamiento>”.

A la retroalimentación la definen la idealización, la selectiva <presentación de sí mismos> y los efectos del canal, influenciadas recíprocamente, ya que estos elementos influyen la respuesta del receptor en las interacciones. Cuando esta respuesta es favorable, recíproca y correspondida es <confirmación de comportamiento>, que es la percepción que se obtiene de una interacción con respecto a otra persona, por otro lado, la <desconfirmación de comportamiento> es cuando en una se anticipa una interacción desagradable con una persona y se trata de influenciar en ella para el mejoramiento de su comportamiento. La <preinterpretación> también es un elemento importante, ya que se basa en la información social que se proporciona antes de la interacción y que se ha comprobado que impacta de manera importante en la CMC.

## **2.7 Facebook**

En una primera instancia se resaltan las características interaccionales que Facebook proporciona a sus usuarios pertinentes para esta investigación, para vincularlas con los elementos teóricos que la guían.

Facebook, como red social, parte de una suscripción en la que se realiza un registro por usuario para adquirir una cuenta. Con una serie de datos personales se hace el registro a partir de una cuenta de correo electrónico y se tiene la suscripción. El contacto con otros suscriptores se sugiere desde un principio, pero éste se da conforme al desarrollo de las interacciones y el contacto que se

expande con otras personas. Posteriormente se hace (de manera opcional) un llenado de datos socialmente personales que son públicos para las personas con las que se decide compartir la información, con la alternativa de que sean privados o exclusivos para algunas personas. Después de esto, se comienzan las interacciones.

Facebook tiene la característica de permitir a sus usuarios de hacer publicaciones textuales o multimedia, pueden combinarse. Los recursos multimedia son imágenes, emoticonos, videos y animaciones. Las publicaciones pueden ser comentadas por el propio usuario, los miembros de su comunidad virtual, y en caso de una configuración de privacidad pública, cualquiera, o en su defecto, sólo algunas personas podrán ver y/o comentar las publicaciones.

Facebook tiene la posibilidad de chat, es decir, una aplicación privada para las interacciones dialógicas sincrónicas o asincrónicas, con la alternativa de la multiconferencia. En el chat se pueden intercambiar emoticonos, imágenes, fotos, archivos y videos. Cuenta con la modalidad de video llamada.

Es en la característica de publicaciones en donde se centra esta investigación para analizar la comunicación interpersonal mediada por tecnología, que se basará en las impresiones de los usuarios, el uso que se le da a Facebook de acuerdo a los participantes, así como los elementos en las publicaciones y chat utilizados, para medir los elementos comunicativos del Modelo Hiperpersonal, es decir, los efectos debidos a los procesos del receptor, los efectos entre los emisores y los efectos de la retroalimentación.

## **2.8 La comunicación interpersonal en Internet**

Quizás la comunicación sea uno de los procesos más naturales que efectúa el hombre y asumida como necesidad, sugiere la intención de desarrollo, facilitación y optimización de la misma, para ello se ha desarrollado la tecnología para romper

las barreras del espacio y del tiempo para contactar a los humanos a través de diversos medios, es aquí donde la comunicación presenta modificaciones y se desarrolla en diferentes niveles.

Con la tecnología y su desarrollo, los medios comunicativos han desempeñado la función de generar flujos de información a los que los hombres, en diversos ámbitos, se exponen, y con ello, se han generado cambios sociales y culturales que han modificado las formas de relación, los espacios de socialización y la concepción del mundo. Los impactos generados, han sido arduamente estudiados por los teóricos de las muchas disciplinas. Principalmente, las ciencias sociales han dedicado ramas académicas poniendo atención especial en los medios de comunicación, debido a los comportamientos humanos que se adoptan y adaptan en la sociedad.

El vínculo que se ha generado entre el humano y la tecnología, se considera una importante transición para el desarrollo de las sociedades del mundo y, de ahí, la apertura de campos de estudio dedicados a los fenómenos mediáticos. El auge del estudio de la comunicación se dio a principio del siglo XX y a partir de eso, su desarrollo ha desencadenado numerosas investigaciones desde múltiples enfoques y disciplinas.

La necesidad de explicar los fenómenos entre el hombre y la tecnología ha llevado a la creación de modelos y teorías que definan el proceso de comunicación, enmarcando elementos que apoyen y describan su desarrollo y aunque existen diversas posturas, enfoques y tendencias, hay modelos y teorías que han logrado acuñarse entre los investigadores.

Al realizar la investigación del desarrollo de la comunicación interpersonal en Internet, se asume la existencia de la misma, cabe mencionarlo, ya que se considera, desde algunos enfoques, que este fenómeno no se puede calificar de esta manera, sin embargo, actualmente el desarrollo de las relaciones en los espacios virtuales se han extendido y se considera pertinente establecer que la comunicación interpersonal sucede en los espacios virtuales.

La razón del análisis de la comunicación interpersonal en Internet radica en la importancia que ha cobrado como recurso en las relaciones cotidianas de las personas en la red social Facebook. Es interesante comprender de qué manera se llevan a cabo estos procesos y cuáles son las características que la diferencian de la comunicación interpersonal cara-a-cara, por qué los vínculos que se gestan en ese espacio virtual trascienden a los espacios tradicionales y son parte integral de las relaciones humanas.

Si bien, las relaciones que se establecen en los entornos virtuales trascienden a los espacios físicos de interacción, vale la pena hacer una revisión resumida, referencial y teórica, de lo expuesto anteriormente para formular una reflexión general de la presente investigación.

Desde las perspectivas sociológicas y antropológicas, la actual sociedad se encuentra en función de la información, por tanto es llamada Sociedad de la Información, en donde el orden de las estructuras parte de la transmisión de la información, situación que ha generado Nuevas Formas de Comunicación, este término surge, indiscutiblemente, por la mediación tecnológica de la transmisión de la información sugiriendo su manipulación, a través de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Primeramente, este fenómeno se registró debido a los impactos generados por los medios de comunicación masiva, pero hoy en día, se ha adjudicado más a un fenómeno que sobrepasa este proceso de transmisión de información, gracias al surgimiento del Internet y sus plataformas tecnológicas. Por ello, es diferente la asimilación de la información de los medios masivos de comunicación, hoy llamados también medios tradicionales, a lo que Internet proporciona.

Por un lado, se presenta el acceso a la información de manera más amplia a partir de la selección del medio consultado por Internet, posteriormente se abre la posibilidad de la colaboración, la producción y la retransmisión de la misma en espacios públicos virtuales y la sociedad cambia. Sucede la implicación humana

en los procesos de comunicación en todos los niveles comunicativos. De ahí, que los espacios virtuales sean una alternativa de socialización.

En esta línea, las relaciones sociales humanas se modifican y entonces la comunicación entre individuos es mediada por la tecnología y surge el término de Comunicación Mediada por Computadora, que se dirige a los estudios de las relaciones en los espacios virtuales.

En la Sociedad de la Información, con las Nuevas Formas de Comunicación, las Tecnologías de la Información y Comunicación y el fenómeno de la Comunicación Mediada por Computadora, las investigaciones sociales tienen más fenómenos que analizar.

En este sentido, las diversas disciplinas apegadas al estudio del hombre, su comportamiento, sus relaciones, y sus procesos sociales en general, se involucran con los fenómenos virtuales y uno de los resultados de esos trabajos es la Teoría del Proceso de Información Social y el Modelo Hiperpersonal, enfocados específicamente al análisis de la comunicación interpersonal mediada por tecnología, aportes que guían la presente investigación.

Para definir los elementos teóricos de esta investigación primero se define a la comunicación interpersonal a partir de los postulados de Manuel Marroquín y Aurelio Villa (1995), con la finalidad de establecer sus características, de ahí se parte para aterrizarla a la CMC. Marroquín y Villa se basan en el modelo de comunicación de Harold Lasswell, retomando los elementos que él propuso en su modelo de comunicación y ellos lo adaptan al modelo de comunicación interpersonal que proponen. El papel de la CMC en este punto sirve como vínculo entre las comunicaciones cara-a-cara y las virtuales, la CMC supone redes de computadoras enlazadas en las que se establecen vínculos comunicativos, explicando el desarrollo de los mismos y la formación de comunidades virtuales que sirven de plataforma social en el ámbito virtual.

En las comunidades virtuales, a través de la CMC, es donde se da la comunicación interpersonal, especialmente en las plataformas conocidas como redes sociales, ya que están destinadas a la sociabilidad. Sin embargo, la CMC no describe la comunicación interpersonal como tal en Internet y se recurre a una teoría reciente enfocada específicamente a este fenómeno, la Teoría del Proceso de Información Social desarrollada por Joseph Walther en 1992, busca concentrar las características de este proceso mediante los efectos de los elementos comunicativos en el proceso. Es de interés, ya que es de las pocas teorías que se han desarrollado específicamente enfocadas a la comunicación interpersonal mediada por tecnología; a esta teoría se tuvo la posibilidad de acceso debido a un estudio que analizaba las teorías de comunicación interpersonal y era la única que permitía explícitamente la mediación tecnológica, por lo que se ajustaba apropiadamente a las necesidades de la presente investigación.

A partir de esta teoría se enfocan las condiciones que se viven en la CMC interpersonal, su desarrollo y los encuentros que se gestan, pero para complementar este enfoque también Walther desarrolló el Modelo Hiperpersonal en el que explica cada uno de los elementos comunicativos de la comunicación interpersonal en Internet y cuenta con la apertura de incluir otras mediaciones tecnológicas, así como recursos multimedia.

Tanto la Teoría del Proceso de Información Social como su complemento, el Modelo Hiperpersonal, sustentan teóricamente la investigación y se parte de sus principales argumentos para comenzar con una noción descriptiva de la comunicación interpersonal en Facebook, complementando estas nociones con los usos de Internet en el mundo, México y Puebla, con datos estadísticos.

Por otro lado, la finalidad de la investigación es determinar qué es y qué no es comunicación interpersonal para definir los niveles de interpersonalidad en las interacciones en la red social Facebook, ya que es una plataforma, actualmente, suficientemente popular y por lo tanto usada por los internautas en México, en la

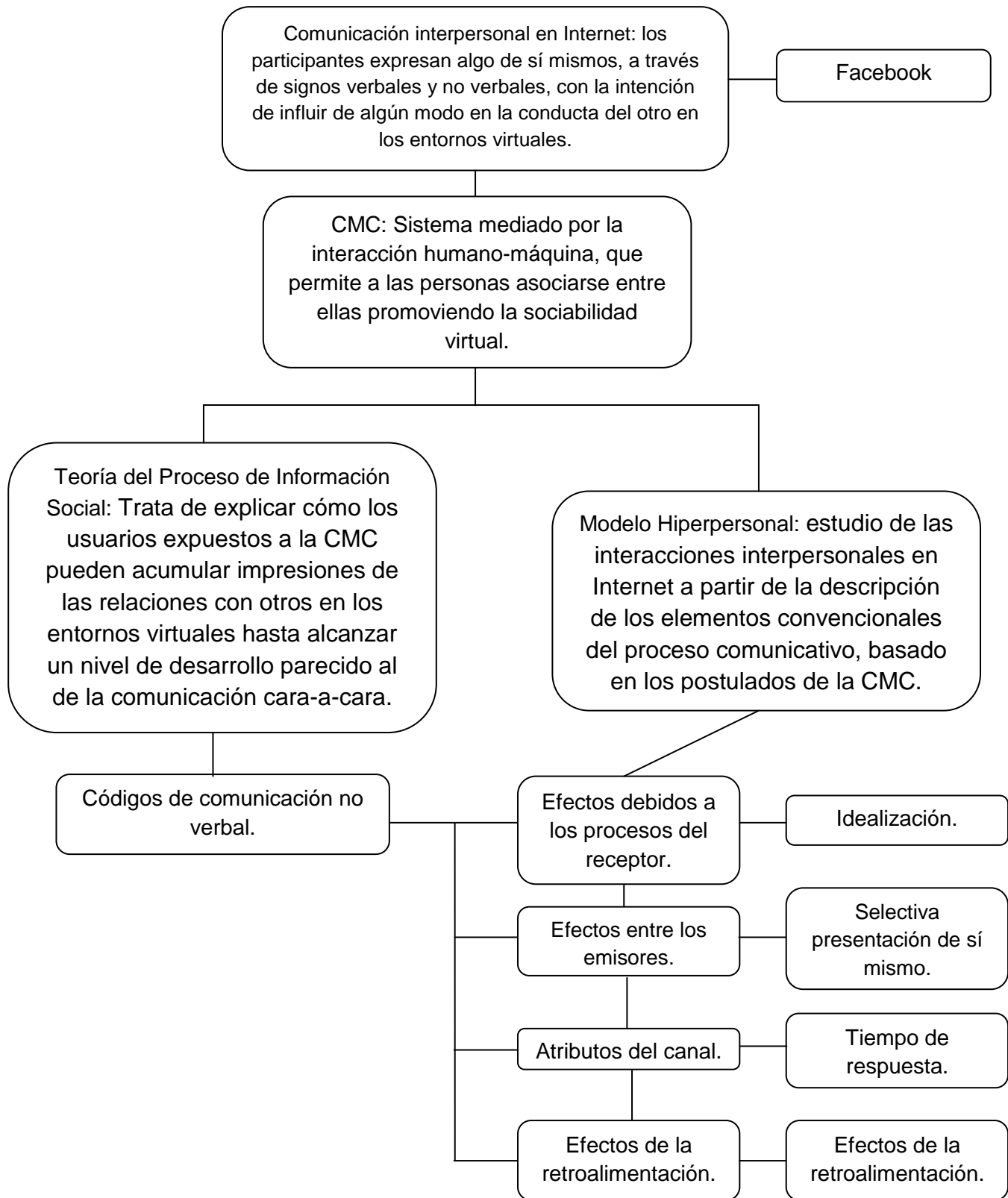
que se establecen relaciones nuevas o las que ya se tienen se llevan a este espacio.

La investigación se enmarca en el funcionalismo que se basa en las funciones y las instituciones, el equilibrio y el conflicto, la estructura social y la historia, estos elementos se reflejan en la parte teórica e histórica referencial de la investigación (Paoli, 2005), ya que el conocimiento de tales datos, permiten un acercamiento mayor al problema de investigación.

Todo lo anterior plantea un panorama con la finalidad de aterrizar el problema de investigación en los aspectos teóricos requeridos para su abordaje, así como histórica y referencialmente, para conocer su evolución y trascendencia, con ello la investigación se perfila, a continuación, a explicar el proceso metodológico a seguir para la consecución de una definición de los niveles de interpersonalidad en las interacciones en Internet en la red social Facebook a partir de los elementos del proceso de comunicación explicitados en la Teoría del Proceso de Información Social y el Modelo Hiperpersonal, y las experiencias de los usuarios de esta plataforma tecnológica.

Para cerrar el presente capítulo se presenta un esquema relacional de las teorías, conceptos y variables que guiaron esta investigación.

Figura 12: esquema relacional de teorías, conceptos y variables.



## **Capítulo 3: Apartado metodológico**

### **3.1 Apartado metodológico**

En el presente capítulo se expone la metodología aplicada para la recolección de datos en el campo de estudio. Se retoman los aspectos históricos, referenciales y teóricos para aterrizarlos como vehículos de establecimiento de las técnicas metodológicas. Se presenta el perfil de los participantes y la descripción de las técnicas empleados en esta fase de la investigación. Finalmente, se incluyó un cuadro de la operacionalización de las variables medidas durante la recolección de la información.

A partir de revisión documental, se busca definir los niveles de interpersonalidad en las interacciones en Facebook, a través de un análisis interpretativo desde la experiencia de los usuarios de esta red social para entender el mundo del hombre.

### **3.2 Tipo de estudio**

Se efectuó un estudio cualitativo para comprender y profundizar en el fenómeno de la comunicación interpersonal en Facebook, a partir de la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con el contexto.

Desde la tradición fenomenológica, se estudió la comunicación interpersonal en Facebook como un fenómeno desde la experimentación vivida y percibida por los participantes, para entender el proceso y explicar sus características específicas.

López y Sandoval (2005) establecen que este tipo de estudio es una producción de datos descriptivos con las propias palabras de las personas, habladas o escritas y la conducta observable bajo específicas técnicas para llevar a cabo la recolección de datos y desarrollar conceptos y comprensiones de la comunicación interpersonal en Facebook partiendo de las pautas que los datos brindan, por lo que la investigación es inductiva (López y Sandoval, 2005:3).

Por la profundidad de la investigación el alcance es descriptivo, ya que se registraron, analizaron e interpretaron las condiciones del momento, comparando y/o estableciendo relaciones causa-efecto con la finalidad de lograr una explicación de la comunicación interpersonal en Facebook, más allá de la predicción e identificación del problema (Rosado, 2003).

Por otra parte, la vigencia de la información en la actualidad es más corta que en otros tiempos, esto debido al flujo de descubrimientos, además de que los estudios se realizan con datos cada vez más actualizados (Babbie, 2002), ante esta situación, un estudio transversal se considera pertinente respecto a la comunicación interpersonal en Facebook, debido al acelerado desarrollo de la tecnología y su expansión en las sociedades.

Continuando en la misma línea de tiempo y vigencia, la constante evolución y crecimiento de la comunicación interpersonal en Facebook, llevaron a este estudio a ser prospectivo para perfilar tendencias de comportamiento y del uso de esta red social como medio de interacción interpersonal a partir de la descripción de los efectos de los elementos comunicativos basados en el Modelo Hiperpersonal de CMC.

Debido a la pretensión analítica de esta investigación, se tipificó como no experimental, ya que no se intervino de ninguna manera en el proceso natural y contextual de los participantes en la investigación para la consecución de datos que permitieron describir las percepciones subjetivas de los individuos con respecto a la comunicación interpersonal en Facebook y así generar un acercamiento a su conceptualización a partir de sus rasgos característicos particulares.

Así, para el análisis de la información se tomó en cuenta el método analítico, ya que el proceso de comunicación interpersonal en Facebook se estudió a partir de la descomposición del mismo en sus elementos y de cada uno de ellos se estudiaron sus efectos para describirla.

### **3.3 Selección de la muestra**

El método de muestreo de la presente investigación fue por conveniencia, ya que para la aplicación de las técnicas se requirió del contacto con los participantes. El método de muestreo por conveniencia también se denomina muestra de voluntarios,

y se utiliza si el investigador necesita que los posibles participantes se presenten por sí mismos. Este muestreo es fácil y eficiente pero no es uno de los preferidos debido a que en estos estudios la clave es extraer la mayor cantidad posible de información de los pocos casos de la muestra, y el método por conveniencia puede no suministrar las fuentes más ricas en información. Es un proceso fácil y económico que permite pasar a otros métodos a medida que se colectan los datos (Martín-Crespo y Salamanca, 2007.)

Se denominó estudio de caso de seis personas de edades entre 15 a 18 años, ya que se concentran en un nivel educativo similar, el medio superior, y se supone mayor demanda del uso de Internet en actividades y tareas escolares, en el bachillerato “Gilberto Bosques Saldívar” de nueva creación en la unidad habitacional Solidaridad en la ciudad de Puebla.

### **3.4 Perfil de la muestra**

Por lo tanto se realizó un estudio cualitativo de caso en seis estudiantes, hombres y mujeres de 15 a 18 años, estudiantes de nivel medio superior, del bachillerato “Gilberto Bosques Saldívar” en la ciudad de Puebla.

Figura 13. Biografía de Facebook de J. Alex Chokolate

GÉNERO	EDAD	NOMBRE
♂	15	J Alex Chokolate

**J Alex Chokolate (Dafi)**

Amigos Mensaje

Biografía Acerca de Amigos Fotos 218 Más

**Acerca de**

Soda jerk en **YO AMO A MI NOVIA**

Estudió en **Escuela Secundaria Tecnica No. 30 Puebla**

Vive en **Puebla de Zaragoza**

De **Puebla de Zaragoza**

Casado(a) con **Maupi Era**

**Publicación** Foto

Escribe algo...

**Joy Joylokote Ponce Cervantes**  
Jueves

Chikass ... Perdonen ... Noo podree ir !!  
mee surgioo algooo.. el lunes les explikoo .. Ahh y yoo noo pagaree los \$50 .. Por esoo  
aviso dee unaa ves qee noo iree !!  
Diviertanse womans ! :) — con J Alex Chokolate y 4 personas más.

**Acerca de**

**Formación y empleo**

**YO AMO A MI NOVIA**  
Soda jerk

**Escuela Secundaria Tecnica No. 30 Puebla**

**Relación** [Agregar como familiar](#)

**Maupi Era**  
Casados desde 6 de octubre de 2012

**Familia** [Agregar como familiar](#)

**MonTse HerRera**  
Hija

**Fatima Madrid Cruz**  
Prima

**Anahí Gutierrez Mendoza**

**Residencia**

**Puebla de Zaragoza**  
Ciudad actual

**Puebla de Zaragoza**  
Ciudad de origen

**Información básica**

Fecha de nacimiento: 8 de junio

Sexo: Hombre

Me interesan: Mujeres

Situación sentimental: Casado con Maupi Era

Aniversario: 6 de octubre de 2012

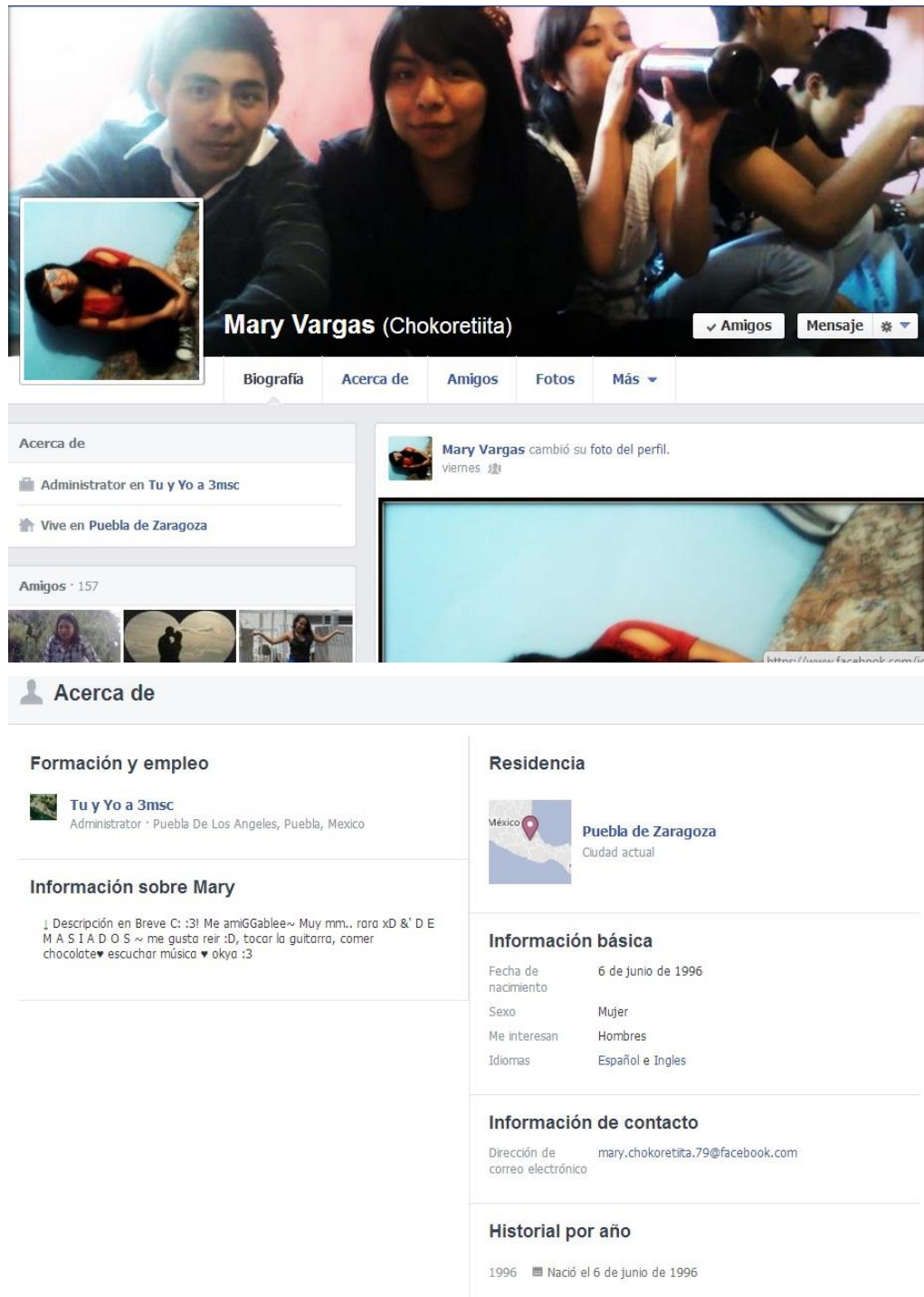
Idiomas: Ingles

**Información de contacto**

Dirección de correo electrónico: jalex.chokolate@facebook.com

Figura 14. Biografía de Facebook de Mary Vargas

GÉNERO	EDAD	NOMBRE
♀	16	Mary Vargas



**Mary Vargas (Chokoretiita)** Amigos Mensaje

Biografía Acerca de Amigos Fotos Más

**Acerca de**

Administrador en **Tu y Yo a 3msc**

Vive en **Puebla de Zaragoza**

Amigos · 157

Mary Vargas cambió su foto del perfil.  
viernes

**Acerca de**

**Formación y empleo**

**Tu y Yo a 3msc**  
Administrador · Puebla De Los Angeles, Puebla, Mexico

**Residencia**

México  
**Puebla de Zaragoza**  
Ciudad actual

**Información sobre Mary**

↓ Descripción en Breve C: :3! Me amIGGablee~ Muy mm.. rara xD &' D E M A S I A D O S ~ me gusta reir :D, tocar la guitarra, comer chocolate♥ escuchar música ♥ okya :3

**Información básica**

Fecha de nacimiento 6 de junio de 1996

Sexo Mujer

Me interesan Hombres

Idiomas Español e Inglés

**Información de contacto**

Dirección de correo electrónico mary.chokoretiita.79@facebook.com

**Historial por año**

1996 ■ Nació el 6 de junio de 1996

Figura 15. Biografía de Misifu Gomez Morales

GÉNERO	EDAD	NOMBRE
♀	17	Misifu Gómez Morales

**Cristhian**

**Misifu Gomez Morales**  
(Pollitha De Hernandez)

Amigos Mensaje

Biografía Acerca de Amigos 4 amigos en común Fotos 557 Más

**Acerca de**

Trabaja en para los que sonríen cuando en realidad por dentro están destrozados y Tratar de Conquistar el Mundo con Pinki y Cerebro  
Anterior: Y dónde está Perry??? Oh!!! Ahí está!!!

Estudió en el amor llega cuando no lo buscas ▾  
Anteriores: ing. pastor rouaix y bachiller

Vive en Miami

De México, D. F.

Ver todas las empresas ▾

el amor llega cuando no lo buscas <3

**bachiller**  
Santo Domingo

**ing. pastor rouaix**  
De 2007 a 2009 · Tehuacán

**Familia** ➤ Agregar como familiar

**Jose Miguel**  
Hermano

**Marco Antonio Ortega Rendon**  
Hermano (Pendiente)

**Mariel Way Way Iero**  
Hermana

**Angel Chable Gomez**  
Hermano

**Faloz Alf**  
Hermano (Pendiente)

**Jerry Acosta**  
Hermano

**Cristinitha Bipolarcitha Celositha**  
Hermana

**Eliot Lee Broderick Burton**  
Hijo

**Rodrigo Abrahamm Jacobo Segura**  
Primo

**Dosok Miguel**  
Primo

**Joshua Garache**  
Primo

**México, D. F.**  
Ciudad de origen

**Información básica**

Fecha de nacimiento 22 de diciembre de 1996

Sexo Mujer

Situación sentimental Soltera

Idiomas Lengua de señas francesa, Francés, Italiano, Inglés, Español, Alemán y Portugués brasileño

**Información de contacto**

Usuario alejandra (ADM)

Dirección de correo electrónico misifu.gomezmorales@facebook.com

**Historial por año**

2009 🎉 Saló de ing. pastor rouaix

2007 🎉 Comienzo de los estudios en ing. pastor rouaix

1996 📅 Nació el 22 de diciembre de 1996

**Diana Paola Fernandez Gomez**  
Prima

**Viktor Cerberus Keine Angs**  
Cuñado

**Sariitha Peerez**  
Cuñada (Pendiente)

**Andrea Chanfle Gomez**  
Cuñada (Pendiente)

**Información sobre Misifu**

azu...soy bien mega bipolar!!!...eso me encanta de mí!!! xD

**Frases célebres favoritas**

cuando te sacan una sonrisa...cuando mas triste estas!!! xD

Figura 16. Biografía de Facebook de Mker Flores Morales

GÉNERO	EDAD	NOMBRE
♂	17	Mker Flores Morales

**Mker Flores Morales** Amigos Mensaje

Biografía Acerca de Amigos 2 amigos en común Fotos 512 Más

**Acerca de**

Publicación Foto

Escribe algo...

Se etiquetó a **Mker Flores Morales** en 5 fotos en el álbum Fotos de la biografía de Yibrán Zared Rojas Juárez.

**Acerca de**

**Formación y empleo**

- Entrenando en las Calles Full Contact
- FEDERAL #4

**Residencia**

Mexico **Puebla de Zaragoza**  
Ciudad actual

**Familia** Agregar como familiar

- Alejandra Gomez**  
Hermana
- Hassbel Jimenez**  
Hermana (Pendiente)
- Danna Flores**  
Hermana (Pendiente)
- Ariel Ammed Morales Arellano**  
Primo

**Información básica**

Fecha de nacimiento 26 de agosto de 1995

Sexo Hombre

Me interesan Mujeres

**Información de contacto**

Dirección de correo electrónico mker.floresmorales.1@facebook.com

**Historial por año**

1995 Nació el 26 de agosto de 1995

**Información sobre Mker**

SOI EXPERTHO EN CARIICIAS II ORGAZZZMOsssst!!!!

**Frases célebres favoritas**

A ZIII!!!!  
ESO ZI NO M PARECIIIO!!!  
Y ZIEEE EEEHH!!!

Figura 17. Biografía de Facebook de Mariiana Cluchifrezitha Monzter

GÉNERO	EDAD	NOMBRE
♀	18	Mariiana Cluchifrezitha Monzter

**Mariiana Cluchifrezitha Monzter (De Valderrama)**

Amigos Mensaje

Biografía Acerca de Amigos 4 amigos en común Fotos 484 Más

**Acerca de**

Publicación Foto

Escribe algo....

Soledad de Jesus  
2013

hay k ponernos a estudiar ja..... — con Mariiana Cluchifrezitha Monzter y 16 personas más.

Me gusta · Comentar

**Acerca de**

**Formación y empleo**

**Lady Gaga Little Monsters**  
Asistente Administrativo. · Puebla De Los Angeles, Puebla, Mexico · De junio de 2009 hasta la fecha somos bunos

**Laz Frezaz**  
El Marzo de 2012

**Bubaloo**  
El enero de 2011

**Tratar de Conquistar el Mundo con Pinky y Cerebro**  
Ver todas las empresas +

**Lady Gaga**

**Lady Gaga**

**Residencia**

México **Puebla de Zaragoza**  
Ciudad actual

México **Puebla de Zaragoza**  
Ciudad de origen

**Información básica**

Fecha de nacimiento 24 de junio de 1994

Sexo Mujer

Idiomas Inglés, Francés e Italiano

Creencias religiosas **Cristiana - Católica**  
nádita

**Información de contacto**

Dirección de correo electrónico marii.c.monzter@facebook.com

**Historial por año**

2012 Empezó a trabajar en Laz Frezaz

2011 Empezó a trabajar en Bubaloo

2009 Empezó a trabajar en Lady Gaga Little Monsters

1994 Nació el 24 de junio de 1994

**Familia** Agregar como familiar

**Ashley Germanotta**  
Hermano

**Dosok Miguel**  
Hermano

**Rayuelita Lizbeth**  
Hermana

**Fernando Hernandez Gonzalez**  
Hermano

**Eli Ortega**  
Hermana



**Rayuelita Lizbeth Gonzalez**  
Hermana



**Susana Reynoso**  
Hermana (Pendiente)



**Cesar Evans**  
Padre



**Monse Perturbada Sarcasmo Martinez**  
Madre



**Jose Miguel**  
Hijo



**NeNaa MaaQhyy**  
Hija



**Mauricio Alvarado Sanchez**  
Primo (Pendiente)



**Angie Perez**  
Prima (Pendiente)



**Zoe DE Perez**  
Mujer



**Misifu Gomez Morales**  
Mujer



**Priinzeezithaa Yazzmin Yaaret Hernaandhez Maartiineez**  
Mujer



**Juan Carlos Galan Salas**  
Hjastro (Pendiente)

#### Frases célebres favoritas

par que y cine haha hoteljeje

Figura 18. Biografía de Facebook de Roberto Carlos Reyes Rodríguez

GÉNERO	EDAD	NOMBRE
♂	18	Roberto Carlos Reyes Rodríguez

**Roberto Carlos Reyes Rodríguez** (Enfiestadoyalegre)

Amigos Mensaje

Biografía Acerca de Amigos 2 amigos en común Fotos 420 Más

**Acerca de**

- Jefe en **Andar De Parranda** (Anterior: Flojeando en mi casa ! :)
- Estudió en **QUE TE IMPORTA SAPO**
- Vive en **Puebla de Zaragoza**
- De **Puebla de Zaragoza**
- Casado(a) con **María Guerrero**
- Le siguen 31 personas

**Publicación** Foto

Escribe algo...

**Emely González** ▶ **Roberto Carlos Reyes Rodríguez**  
Hace 3 horas

morro morro ! tranquilo jaja

Me gusta · Comentar

**Roberto Carlos Reyes Rodríguez** ehhh ora que esaal te voy a reventar! ahh me das m regalo verdad 😊

**Acerca de**

**Formación y empleo**

- Andar De Parranda** Jefe
- Flojeando en mi casa ! :**
- QUE TE IMPORTA SAPO** Nueva York

**Residencia**

- Puebla de Zaragoza** Ciudad actual
- Puebla de Zaragoza** Ciudad de origen

**Relación** [Agregar como familiar](#)

**María Guerrero**  
Casados desde 11 de diciembre de 2012

**Familia** [Agregar como familiar](#)

- Eduardo Lunha** Hermano
- Eduardo Lunha** Hermano
- Lalo Lunha** Hermano
- Lucy Howard** Hermana
- Samuel Gonzalez Vargas** Hermano
- Pao Gleez** Hermana
- Raul Dominguez** Hermano

**Información básica**

- Fecha de nacimiento: 3 de mayo
- Sexo: Hombre
- Situación sentimental: Casado con María Guerrero
- Aniversario: 11 de diciembre de 2012
- Idiomas: Español
- Ideología política: **la politica es una mierda**

politica

**Información de contacto**

- Dirección: Puebla, Mexico
- Usuario: elprincipeadulcapena (AIM)
- Dirección de correo electrónico: roberto.reyesdfeallatio@facebook.com

**Historial por año**

1996 se me ocurrió chingar!!



**Pao Gleez**  
Hermana



**Raul Dominguez**  
Hermano



**Chelli Cheeri**  
Hermana (Pendiente)



**Marcelys Raz Zerpa**  
Hermana



**NataLi XopiTa**  
Hermana



**Alfredo Toxqui Conde**  
Hermano



**Micheel González**  
Hermano



**Alecz'itho Lhop'z**  
Hermano



**Jio Hernandez**  
Hermano



**Angelica Valenzuela**  
Hermana



**Liliana Medina Martinez**  
Hermana



**Cristian Pérez**  
Hermano



**Valerio SN**  
Primo

**Información sobre Roberto Carlos**

Me gusta scuchar musica y do0rmir!!! :)

Esta muestra fue extraída, posterior a la aplicación de un cuestionario de filtro a los alumnos del centro educativo. La selección fue potencialmente aleatoria, buscando un equilibrio con respecto a las edades y el género.

### **3.5 Técnica de recolección de datos**

Para realizar la recolección de datos, fue necesario definir la técnica que se utilizó, con la finalidad de comprender la confiabilidad y validez de la información que se extrajo al aplicar la técnica y los instrumentos de recolección de datos. Para ello fue necesario un procedimiento adecuado y se recurre a Hernández, Fernández y Baptista (2008), que determinan el proceso de recolección de datos en tres actividades para explicar la técnica:

- 1) Seleccionar el instrumento: el área de estudio es una importante variable para la selección del instrumento (s). En lo social, como área de investigación, existen diversos instrumentos para la consecución de los datos necesarios.
- 2) Aplicar el instrumento: las condiciones adecuadas para la aplicación del instrumento de investigación es la más importante consideración para la generación de resultados adecuados. La observación participante y entrevista estructurada se realizarán dentro y fuera del contexto del fenómeno a estudiar.
- 3) Tabulación de resultados: compete al registro de datos para medirlos y analizarlos correctamente a partir de las observaciones que se realizarán. Para la tabulación de los datos de la observación participante y entrevista estructurada, con la finalidad de sistematizar los resultados, se presentan guías para la recolección y registro de los datos obtenidos que permiten la lectura de la información para su uso en el análisis.

### **3.6 Técnicas de recolección de datos**

Las técnicas que se aplicaron fueron la observación no participante y la entrevista estructurada, estas técnicas buscan profundidad en los datos que se obtengan y a continuación se definen:

La observación no participante es una modalidad de la observación, tiene como fin, complementar la observación participante, en ésta, el investigador no forma parte del contexto a estudiar, no participa ni modifica, la presencia de éste es desconocida por los participantes de la investigación y no se deja afectar por las percepciones de a quiénes se observa, no se produce interacción entre el observador y los participantes de la investigación (García, 2013).

La entrevista es una de las vías más comunes para investigar la realidad social. Permite recoger información sobre acontecimientos y aspectos subjetivos de las personas. Consiste en recoger la información a través de un proceso de comunicación, en donde el entrevistado responde cuestiones, previamente diseñadas en función de las dimensiones que se pretenden estudiar, planteadas por el entrevistador. La modalidad de la entrevista será estructurada y dirigida individual. La entrevista estructurada se refiere a que el entrevistador pregunta a cada entrevistado una serie de preguntas preestablecidas con una serie limitada de categorías de respuesta (ver anexo 2). La entrevista dirigida consta de una lista de cuestiones o aspectos que han de ser explorados durante la entrevista (Ruiz, 2013).

#### **3.6.1 Proceso de análisis**

Para llevar a cabo la aplicación de las técnicas anteriores se procedió de la siguiente manera, describiendo a continuación el proceso por cada técnica, así como su codificación. Cabe mencionar, que de acuerdo con la Teoría del Proceso de la Información Social y el Modelo Hiperpersonal, ya se contaban con variables

definidas a analizar en la investigación, y se asociaron directamente a la estructura de las técnicas de recolección de datos.

### **3.6.2 Observación no participante**

La observación no participante complementa la observación participante a partir de las interacciones de los participantes de la investigación en su cuenta personal de Facebook. Las categorías son similares a las de la observación participante, sin embargo se realizaron en un espacio ajeno a los participantes y sin la intervención de ellos. Por tanto, la técnica que guió a la observación no participante es la misma que la de la observación participante (García, 2013), adaptando algunos pasos para resultar de la siguiente manera.

1. Selección de un conjunto de informantes: se llevó a cabo con los seis participantes de la investigación.
2. Observar sus actividades: se monitoreó el perfil de Facebook de cada uno de los participantes, capturando las pantallas de sus publicaciones e interacciones públicas durante una semana.
3. Escribir las impresiones de lo observado: se hizo un registro de lo observado, acotando anotaciones que complementan la observación.
4. Organizar los datos: con los registros realizados, se organizó la información y se presentó.

### **3.6.3 Entrevista estructurada**

Para la aplicación de la entrevista se describen los pasos que sugiere Ruiz Garzón (2013) del Departamento Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación, así como su codificación.

1. Definir la modalidad de la entrevista: la modalidad de la entrevista fue estructurada y dirigida individual.
2. Preparación de los ítems: los ítems se definieron respecto de la información que se pretendió recolectar, se organizaron de la siguiente manera atendiendo a las necesidades de la investigación.

Figura 19. Cuadro de variables e ítems.

VARIABLE	ÍTEM
Señales no verbales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuando platicas en Facebook ¿cómo sustituyes los gestos, señas, sonidos y cercanía espacial?</li> </ul>
Efectos debidos a los procesos del receptor: <idealización>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué tipo de información te proporcionan en Facebook para generarte una impresión positiva o negativa las personas con las que “platicas”?</li> </ul>
Efectos entre los emisores: <presentación de sí mismo>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuando “platicas” en Facebook ¿qué tipo de información es la que tú proporcionas?</li> </ul>
Atributos del canal: características del canal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Por qué utilizas la red social Facebook?</li> </ul>
Efectos de la retroalimentación: <confirmación y desconfirmación del comportamiento>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuando utilizas Facebook ¿cuáles son los elementos que te permiten continuar “hablando” o no con las personas?</li> <li>• ¿Cuál es la información que permite que tus “pláticas” en Facebook sean más profundas?</li> <li>• Cuando “platicas” en Facebook, ¿qué es lo que te dicen para que tus conversaciones continúen?</li> </ul>

*Fuente: elaboración propia.*

3. Planificar la entrevista. La planificación de la entrevista se realizó contactando al director del plantel, explicándole la intención y finalidad de la investigación

4. Realizar la entrevista. La realización de la entrevista se dio fuera del horario escolar, dentro del plantel, sin supervisión de algún miembro del personal de la escuela (ver anexo 3).
5. Resumir el contenido y significado de las respuestas. Este paso se presenta en el siguiente capítulo Análisis de datos.
6. Comparar las respuestas con las de otros entrevistados (validez). Este paso también se encuentra en el siguiente capítulo, en donde se citan las respuestas de los participantes para dar validez a los datos.

Ambos técnicas abordaron las variables consideradas pertinentes para la investigación, uno y otro se complementaron y enriquecen con la información que proporcionaron datos para el cumplimiento de los objetivos de la investigación.

A continuación se presenta la operacionalización de variables que ha regido la aplicación de los instrumentos, contiene, a través de dimensiones, indicadores y subindicadores de cada variable, los aspectos observables para el análisis de las variables en la aplicación de las técnicas.

### 3.7 Operacionalización de variables

Figura 20. Operacionalización de variables.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES O CATEGORÍAS	INDICADORES	SUBINDICADORES
Señales no verbales	Conductos primarios mayormente de información interpersonal.	Están contenidas en la Información Social que se proporciona en las interacciones en las modalidades textuales y multimodal. Son un determinante de la interpersonalidad en la comunicación virtual.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiempo de respuesta</li> <li>• Idioma de los contenidos</li> <li>• Estilo de ciertas características del lenguaje en el contenido</li> </ul>	Información Social	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información personal (socioemocional) en modalidad textual o multimodal</li> <li>• Información social (mensajes relacionales) en modalidad textual o multimodal</li> </ul>
Efectos debidos al receptor: <Idealización>	Si los mensajes son favorables las percepciones pueden ser exageradas. Con la Información Social que se proporciona se llenan los espacios en blanco con respecto a la información que falta. Ayuda al mejoramiento en las relaciones.	Es lo que se construye a partir de la Información Social que se proporciona en las interacciones, asimilado por el receptor.	Impresiones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Filtros sociogenéticos</li> <li>• Filtros individuales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificación de grupo</li> <li>• Características de personalidad</li> <li>• Semejanza vaga con un amigo previamente conocido</li> </ul>
Efectos entre los emisores: <presentación de sí mismo>	Se resaltan las características deseables para obtener reacciones preferenciales en sus comunicaciones.	Es la Información Social que el emisor decide compartir con los receptores de las interacciones y le favorecen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Señales únicas que el emisor desea que otros entiendan</li> <li>• Construcción de mensajes que favorecen su personalidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación de juicios</li> <li>• Opinión de varios temas</li> <li>• Acuerdos</li> <li>• Palabras y expresiones afines</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incertidumbre</li> <li>• Revelaciones íntimas</li> </ul>
			Autorevelación	Revelación personal	

Atributos del canal: características del canal	Características del canal.	Considera las características de la interfaz para el intercambio de Información Social de manera favorable.	Características del canal	Mecánica de la interfaz	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contemplación y construcción de mensajes conscientemente</li> <li>• Edición, eliminación y volver a escribir mensajes para efectos deseados</li> </ul>
				Atención centrada en la construcción de mensajes	
Efectos de la retroalimentación: <confirmación y desconfirmación del comportamiento>	Resultado de la <idealización>, la <selectiva presentación de sí mismo> y los atributos del canal. La CMC intensifica y magnifica la dinámica de cada componente del proceso.	Es la aceptación o rechazo de una interacción basada en la Información Social proporcionada entre el emisor y el receptor, en donde contribuyen los atributos del canal.	Confirmación del comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impresiones idealizadas</li> <li>• Influencia para el mejoramiento del comportamiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mensaje configurado</li> </ul>
			Desconfirmación del comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preinterpretación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información social que se proporciona sin interacción</li> </ul>

*Fuente: elaboración propia.*

Como se puede observar en la operacionalización de variables, se retoman los elementos de la Teoría del Proceso de Información Social y del Modelo Hiperpersonal de Walther, mismos que fueron analizados por las técnicas de recolección de datos.

### **3.8 Aspectos metodológicos**

La aplicación de la metodología en la presente investigación, cumple con el objetivo general de la investigación, se realizó un análisis de las interacciones de los estudiantes del bachillerato “Gilberto Bosques Saldívar” para la consecución de los objetivos específicos. Entonces, el conjunto de los aspectos históricos, referenciales, teóricos y metodológicos, abren camino para realizar el análisis de datos y la interpretación de los mismos. Esta información, se presenta en el siguiente capítulo, en el que se retoma lo que implica todo lo anterior.

Por lo tanto, los aspectos metodológicos antes presentados, sistematizan las actividades realizadas para la recolección de los datos y aportan la información para presentar un cúmulo de resultados, basados en las variables preestablecidas de la Teoría del Proceso de Información Social y el Modelo Hiperpersonal, con la finalidad de cumplir con los objetivos específicos de la investigación, así mismo, orientando una respuesta a la pregunta de investigación.

## **Capítulo 4: Análisis de datos y resultados**

#### 4.1 Análisis de datos y resultados

Después de la recolección de datos a través de la aplicación de las técnicas e instrumentos entre los seis participantes de la investigación, respecto a la comunicación interpersonal en Facebook, se procede a la explicación del proceso que se llevó a cabo.

Se hizo el análisis de datos con base en las variables establecidas y definidas en el marco teórico, presentando citas e imágenes tanto de las entrevistas y las observaciones no participantes, respondiendo a cada variable y posteriormente, un resultado.

#### 4.2 Señales no verbales

Para analizar las señales no verbales, en la entrevista se cuestionó directamente sobre la sustitución de ellas en las interacciones en Facebook en la pregunta seis de la entrevista aplicada.

Cuando platicas en Facebook ¿cómo sustituyes los gestos, señas, sonidos y cercanía espacial?

Por medio de las caritas que hay ahí.

Mariiana Cluchifrezhitha Monzter.

Durante las observaciones, los datos proporcionados por los participantes se corroboraron respecto del uso de señales no verbales en sus interacciones.



Sin embargo, también los participantes utilizan otro tipo de señales no verbales:

Con palabras o las caritas. Palabras: sí, jaja, jejeje, la de XD, todo eso.

J Alex Chokolate.



Así las señales no verbales, expresadas en las interacciones de los participantes se representan con los recursos del lenguaje textual disponibles:

Los gestos con los emoticonos, los sonidos con los sonidos que se forman con las palabras, la cercanía espacial con la forma de hablar, cómo le hablas, cómo le escribes, por ejemplo hay personas que escriben una letra grande y una chiquita, entonces como que desespera y si estás hablando con una persona con la que estás hablando más formalmente tienes que escribir todo correcto, sin faltas de ortografía.

Mary Vargas.

La siguiente tabla muestra el vaciado de los datos de todos los participantes de la pregunta seis de la entrevista. Se toma de manera textual la descripción; las señales no verbales definen a partir de los datos recolectados. Cabe mencionar que se utilizan dos términos:

- Representaciones fonéticas: para englobar aquellas expresiones que en los contextos virtuales enriquecen la interacción como lenguaje no verbal y que

refieren a las expresiones que no pueden verse o escucharse, tales como lo risa, el sollozo, expresiones faciales, entre otros.

- Interpretaciones intencionales del uso del lenguaje: refiere al <cómo> se utiliza el lenguaje a partir de la interpretación del emisor respecto de la forma, es decir, lo formal o informal, o el uso de recursos personales que dictan el rumbo o intención del mensaje que se emite.

Tabla 21. Señales no verbales

PARTICIPANTE	DESCRIPCIÓN	SEÑAL NO VERBAL
J Alex Chokolade	Palabras o caritas. Sí, jaja, jejeje, XD.	Emoticonos y representaciones fonéticas.
Mary Vargas	Los gestos con los emoticonos, los sonidos con los sonidos que se forman con las palabras, la cercanía espacial con la forma de hablar, cómo le hablas, cómo le escribes.	Emoticonos, representaciones fonéticas e interpretaciones intencionales del uso del lenguaje del emisor.
Misifu Gómez Morales	Los símbolos que vienen ahí	Emoticonos
Mker Flores Morales	Carita triste, feliz, XD, o cuando estoy con mis amigos pongo una señal obscena con puntitos y palitos.	Emoticonos, códigos personales.
Mariiana Cluchifrezhitha Monzter	Las caritas que hay ahí.	Emoticonos.
Roberto Carlos Reyes Rodríguez	Emoticonos y si hay algunas señas pues las medio escribo como me las entienden mis amigos y yo.	Emoticonos, códigos personales

*Fuente: elaboración propia.*

El uso de los emoticonos es generalizado en los participantes y concebido como una señal no verbal propia de las interacciones no verbales, de igual manera, se consideran las representaciones fonéticas y los códigos personales de comunicación. Por lo que se puede exhibir como resultado, que los emoticonos,

representaciones fonéticas, o el conjunto de elementos lingüísticos (códigos personales) que forman señas y por tanto expresan algo, son las formas en las que los participantes conciben la expresión de las señales no verbales propias del contexto virtual en la comunicación en Facebook, de esta manera complementan su comunicación en este entorno para hacerla efectiva, enfrentándose a las carencias del medio definiendo un nivel de interpersonalidad de acuerdo al uso de los recursos disponibles y su implicación en las interacciones.

#### **4.3 Efectos debidos a los procesos del receptor**

Esta variable procuró medir la idealización, que es el efecto principal del proceso de los receptores con respecto a la Información Social que se proporciona. La pregunta que cuestionó este proceso fue, ¿qué tipo de información te proporcionan en Facebook para generarte una impresión positiva o negativa las personas con las que platicas?

Cómo te hablan, si te agregan y ya empiezan con mucha confianza, definitivamente no. (..) Algo positivo sería si expresas cómo te sientes con indirectas, con canciones y si veo que es muy recatado o recatada no le hablaría, sería como un contacto, no sería una impresión negativa, sería indiferente, me daría lo mismo. Positivo sería le gustan cosas que a mí me gusta, si tenemos temas o amigos en común.

Mary Vargas

A esta pregunta, otros participantes respondieron a partir de los elementos que sustentan a la preinterpretación, que refuerzan los procesos de idealización impactando a los efectos de los receptores por la Información Social a la que se exponen.

Las publicaciones y las fotos, con los comentarios que se les pone arriba y de los comentarios que tienes con otras personas hacen ver cómo eres con una y con otra persona.

Mary Vargas

Fotos y publicaciones, ya si después se da que uno hable, pues igual, porque en las publicaciones fácil uno como que son más de los que están publicando cualquier babosada y media, así un chiste o que críticas a los demás, pero casi no me interesa, se me hace sí medio víbora, los chistes un poco más, se me hace buena onda. Ya después platicas un poco más.

Roberto Carlos Reyes Rodríguez

Las publicaciones que hacen los demás y el tipo de información que te proporciona la red.

J Alex Chokolate

Más que nada sus pláticas y sus publicaciones que ellos mismos hacen, son como se dan a conocer más. Tiene que ver con todo, fotos, videos, etcétera.

Misifu Gómez Morales

En la siguiente tabla se presentan las respuestas de todos los participantes de la pregunta 4 que responden a la variable de los efectos debidos al proceso del receptor.

Tabla 22. Efectos debidos a los procesos del receptor.

PARTICIPANTE	IMPRESIÓN POSITIVA	IMPRESIÓN NEGATIVA	EFECTOS DEBIDOS A LOS PROCESOS DEL RECEPTOR
J Alex Chokolade	Las publicaciones que hacen los demás y el tipo de información que te proporciona la red		Información Social proporcionada en las publicaciones.
Mary Vargas	Cómo te hablan, si te agregan y ya empiezan con mucha confianza, definitivamente no. Las publicaciones y las fotos, con los comentarios que se les pone arriba y de los comentarios que tienes con otras personas hacen ver cómo eres con una y con otra persona.		Interacciones, información Social proporcionada en las publicaciones.
	Cómo te sientes con indirectas, con canciones (...) Le gustan cosas que a mí me gusta, si tenemos temas o amigos en común.	Si veo que es muy recatado o recatada no le hablaría, sería como un contacto, no sería una impresión negativa, sería indiferente, me daría lo mismo	Información Social proporcionada en las publicaciones e interacciones
Misifu Gómez Morales	Más que nada sus pláticas y sus publicaciones que ellos mismos hacen, son como se dan a conocer más. Tiene que ver con todo, fotos, videos, etcétera.		Información Social proporcionada en las interacciones y publicaciones.
Mker Flores Morales	Que mis amigos me digan que va a haber una fiesta	Que me den una mala noticia	Identificación de grupo a partir de la información Social proporcionada en las interacciones.
Mariiana Cluchifrezhitha Monzter	Sus estados, lo que publican, cómo lo publican. Con caras felices, con gestos emocionantes.		Identificación de grupo a partir de la información Social proporcionada en las publicaciones.
Roberto	Fotos	Fotos	Identificación de grupo a

Carlos Reyes Rodríguez	publicaciones: un chiste	publicaciones: o que críticas a los demás	partir de la información Social proporcionada en las publicaciones
------------------------	--------------------------	---	--

*Fuente: elaboración propia.*

Los efectos debidos a los procesos del receptor radican en la Información Social que se proporciona, básicamente en las publicaciones, pero también es importante durante las interacciones privadas, este genera la identificación de grupo que parte de las características de personalidad. La <idealización>, entonces, como la teoría lo dice, se estructura a partir de los espacios en blanco de la Información Social proporcionada, en las interacciones con personas desconocidas en los espacios físicos, pero en Facebook, las comunidades virtuales, están mayormente conformadas por personas conocidas fuera del contexto virtual y por tanto, son relaciones establecidas que se extienden a la interacción virtual, pero que también complementan lo que se piensa de las personas.

#### **4.4 Efectos entre los emisores**

La medición de esta variable se realizó a partir de la pregunta, cuando “platicas” en Facebook, ¿qué tipo de información es la que tú proporcionas?

En publicaciones indirectas, si me siento triste, pongo una canción que tenga que ver, si me siento contenta, publico cosas que den gracia. Si estoy enojada de plano pongo señas obscenas. En el chat depende con quién hable, si hablo con mi tía es de cómo estás, cómo has estado, qué me cuentas, si hablo con mis amigos puras señas, hablar de algo que esté haciendo u que tengamos que hacer, cosas personales.

Mary Vargas

Me preguntan cómo estoy, qué estoy haciendo y eso.

J Alex Chokolade

De dónde soy, cuántos años tengo porque es lo que más me preguntan, y qué es lo que hago, por dónde vivo pero no así exactamente. Con mis amigos las salidas, los problemas que llegamos a tener, de por qué uno se enoja y todo

eso. Con mi familia más sobre la escuela. Con conocidos lees hasta el saludo y ya.

Roberto Carlos Reyes Rodríguez

Depende de la persona con la que esté hablando. Con mis amigos procuro decirles cómo estoy y cosas que me han pasado. Es raro cuando platico con mi familia por lo mismo del tiempo, más con mis primos sí, platicamos de cosas así, tonterías por así decirlo, cosas que nos pasan juegos, cuándo nos vamos a ver. Con conocidos no mucho, que estoy bien, que soy medio bipolar y cosas así. Con los desconocidos no platico mucho.

Misifu Gómez Morales

Con amigos de cuándo nos vamos a ver y que alguien ponga la casa para la botella.

Mker Flores Morales

Cuando salí con mi novia, cómo la vi, que me gustó estar con ella y las fotos que tengo con ella. En chat y con otras personas, hablo de fiestas, de cuándo vamos a tomar, que cuándo nos vamos de pinta.

Mariiana Cluchifrezhitha Monzter

En la siguiente tabla se muestran los datos recolectados para la variable de los efectos entre los emisores, se mide a partir de la revelación personal como íntima e incertidumbre, esta se categorizó por la Información Social que los participantes proporcionaron.

Tabla 23. Efectos entre los emisores.

PARTICIPANTES	INFORMACIÓN QUE SE PROPORCIONA	EFFECTOS ENTRE LOS EMISORES
J Alex Chokolade	Me preguntan cómo estoy, qué estoy haciendo y eso.	Revelación personal: incertidumbre.

Mary Vargas	En publicaciones indirectas, si me siento triste, pongo una canción que tenga que ver, si me siento contenta publico cosas que den gracia. Si estoy enojada de plano pongo señas obscenas. En el chat depende con quién hable, si hablo con mi tía es de cómo estás, cómo has estado, qué me cuentas, si hablo con mis amigos puras señas, hablar de algo que esté haciendo u que tengamos que hacer, cosas personales.	Revelación personal: revelaciones íntimas indirectas.
Misifu Gómez Morales	Depende de la persona con la que esté hablando. Con mis amigos procuro decirles cómo estoy y cosas que me han pasado. Es raro cuando platico con mi familia por lo mismo del tiempo, más con mis primos sí, platicamos de cosas así, tonterías por así decirlo, cosas que nos pasan juegos, cuándo nos vamos a ver. Con conocidos no mucho, que estoy bien, que soy medio bipolar y cosas así. Con los desconocidos no platico mucho.	Revelación personal: incertidumbre.
Mker Flores Morales	Con amigos de cuándo nos vamos a ver y que alguien ponga la casa para la botella.	Revelación personal: incertidumbre.
Mariiana Cluchifrezhitha Monzter	Cuando salí con mi novia, cómo la vi, que me gustó estar con ella y las fotos que tengo con ella. En chat y con otras personas, hablo de fiestas, de cuándo vamos a tomar, que cuándo nos vamos de pinta.	Revelación personal: revelaciones íntimas.
Roberto Carlos Reyes Rodríguez	De dónde soy, cuántos tengo porque es lo que más me preguntan, y qué es lo que hago, por dónde vivo pero no así exactamente. Con mis amigos	Revelación personal: incertidumbre.

	<p>las salidas, los problemas que llegamos a tener, de por qué uno se enoja y todo eso. Con mi familia más sobre la escuela. Con conocidos lees hasta el saludo y ya.</p>	
--	---	--

*Fuente: elaboración propia.*

Los participantes proporcionan información personal casi siempre durante sus interacciones establecidas; en las que resultan alejadas, información social, a través de las cuales delimitan las relaciones, tal como los mensajes relacionales afectan la comunicación, por tanto, aquí se ubica un importante indicador de las relaciones en los efectos entre los emisores para identificar el tipo de relaciones de las personas en las interacciones y que son uno de los determinantes la comunicación interpersonal.

#### **4.5 Atributos del canal**

La medición de los atributos del canal, se basó en la mecánica de la interfaz, como ya se había explicado, las características de Facebook se explotan en la comunicación sincrónica y asincrónica, se preguntó entonces, ¿por qué utilizas la red social Facebook?

Por tener amistades lejanas que no puedo ver y por ese medio me puedo comunicar con ellas. La uso por simple gusto.

J Alex Chokolade

Porque mis amigos lo usan para estar en contacto con ellos.

Roberto Carlos Reyes Rodríguez

Porque ahí puedo poner cosas que me han pasado en el día, es como si fuera mi diario.

Mker Flores Morales

Porque mi novio se conecta y como no me dejan verlo todos los días por ahí estamos platicando. Iba en la secundaria y todos tenían Facebook, fue por moda.

Mary Vargas

En la siguiente tabla se concentra la información correspondiente a la pregunta uno de la entrevista aplicada a los participantes, en la que se consiguió identificar los atributos que reconocen en el canal de comunicación que utilizan.

Tabla 24. Atributos del canal.

PARTICIPANTE	DESCRIPCIÓN	ATRIBUTOS DEL CANAL
J Alex Chokolade	Por tener amistades lejanas que no puedo ver y por ese medio me puedo comunicar con ellas. La uso por simple gusto.	Mecánica de la interfaz
Mary Vargas	Porque mi novio se conecta y como no me dejan verlo todos los días por ahí estamos platicando. Iba en la secundaria y todos tenían Facebook, fue por moda.	Mecánica de la interfaz
Misifu Gómez Morales	Por pasar tiempo, más que nada. Hace tiempo lo usaba para jugar pet society, no sé si todavía existe, lo usaba por eso, me la pasaba jugando horas, ya después descubrí otras cosas.	Mecánica de la interfaz
Mker Flores Morales	Porque ahí puedo poner cosas que me han pasado en el día, es como si fuera mi diario.	Mecánica de la interfaz / Atención centrada en la construcción de mensajes.
Mariiana Cluchifrezhitha	Porque es interesante, me gusta checar, me gusta tener muchos amigos	Mecánica de la interfaz.

Monzter	en Facebook. Me lo recomendaron, me dijeron que era muy buena esa página.	
Roberto Carlos Reyes Rodríguez	Porque mis amigos lo usan para estar en contacto con ellos.	Mecánica de la interfaz.

*Fuente: elaboración propia.*

Facebook, como red social, como canal, atiende a las necesidades de comunicación de los participantes permitiendo que se relacionen con sus amigos, sus novios o novias. En ambos casos, las relaciones resultan una extensión de sus relaciones sociales que, llevadas al contexto virtual, las expande y entonces la comunicación crece, esta situación respecta a la mecánica de la interfaz. Por otro lado, la atención centrada en la construcción de mensajes, para uno de los participantes, es importante como un atributo del canal, ya que puede expresar sus emociones y sentimientos.

#### **4.6 Efectos de la retroalimentación**

La medición de esta variable se basó en tres de las preguntas de la entrevista, la primera: cuando utilizas Facebook, ¿cuáles son los elementos que te permiten continuar “hablando” o no con las personas?

Depende quién es, si es mi amigo, si empieza a agredirme ya no le contesto, se ve la forma, las groserías pues no, pero en la forma de decirte algo, no pues tú te pasaron al pizarrón y no hiciste nada, en las palabras está, hay una forma especial en la que te hacen.... Si es con conocidos no corto la comunicación porque n nos llevamos tan pesado, la comunicación es muy respetable.

J Alex Chokolade

Si la plática está interesante y hay muchos temas que desglosar sí me gusta. Pero si es así de hola y tú le tienes que estar preguntando se hace muy aburrido. Los temas interesantes sería que platicuen de sus cosas, el chisme.

Mary Vargas

Depende de lo que publiquen, si es algo de lo que me interesa, si no para qué estoy ahí.

Misifu Gómez Morales

La segunda: ¿cuál es la información que permite que tus “pláticas” en Facebook sean más profundas?

Si es una persona que conozco y no me llevo muy bien con ella, nada más es de que haces, si es alguien a quien veo todos los días, con quien platico, seguimos la plática que no terminamos este día.

Misifu Gómez Morales

Con mis amigos es sobre lo que nos pasó y eso, a veces nuestro lenguaje es así con groserías y eso, hace que sea personal, muy personal.

J Alex Chokolate

Que me digan sus problemas.

Mariiana Cluchifrezhitha Monzter

Fiestas, que me digan de una fiesta empiezo a sacar varias ideas, eso le da profundidad a mis pláticas.

Mker Flores Morales

Y la tercera: cuando “platicas” en Facebook, ¿qué es lo que te dicen para que tus conversaciones continúen?

Si es una persona que conozco y que no he visto en mucho tiempo, pero sé que me llevo mucho con ella, le estoy sacando plática, depende la forma que me trate, de acuerdo con las cosas que me pregunte, es que no puedes decir, es que el tono en el que me escribe, pero sí la manera en la que me escribe, quizás demasiado uso de signos de admiración y si ya la conoces sabes cuándo se enoja, qué cosas le molestan y cómo te las dice.

Misifu Gómez Morales

Que no se queden nada más en su hola cómo estás, que te empiecen a preguntar más, qué has hecho de tu vida, qué estás haciendo, a mí también me gusta lo que estás haciendo o estamos haciendo lo mismo, pero que tengamos algo en común y de ese común se empieza a sacar otro tipo de temas.

Mary Vargas

Que me digan cuándo salimos o que nos vemos algún día y así, que no hablen cosas normales que sean diferentes nada más. Si me hablan de su escuela como que empieza a aburrirme, estoy fuera de la escuela como para pensar en eso.

Roberto Carlos Reyes Rodríguez

La próxima tabla muestra tres elementos que se identificaron para definir los efectos de la retroalimentación de todos los participantes de la investigación.

Tabla 25. Efectos de la retroalimentación.

PARTICIPANTE	DESCRIPCIÓN	EFECTOS DE LA RETROALIMENTACIÓN
J Alex Chokolade	Que sean cosas que me importen con mis amigos y familia.	Impresiones idealizadas.
Mary Vargas	Que no se queden nada más en su hola cómo estás, que te empiecen a preguntar más, qué has hecho de tu vida, qué estás haciendo, a mí también me gusta lo que estás haciendo o estamos haciendo lo mismo, pero que tengamos algo en común y de ese común se empiece a sacar otro tipo de temas.	Impresiones idealizadas.

<p>Misifu Gómez Morales</p>	<p>Si es una persona que conozco y que no he visto en mucho tiempo, pero sé que me llevo mucho con ella, le estoy sacando plática, depende la forma que me trate, de acuerdo con las cosas que me pregunte, es que no puedes decir, es que el tono en el que me escribe, pero sí la manera en la que me escribe, quizás demasiado uso de signos de admiración y si ya la conoces sabes cuándo se enoja, qué cosas le molestan y cómo te las dice.</p>	<p>Impresiones idealizadas.</p>
<p>Mker Flores Morales</p>	<p>Cosa que me importen, como fiestas o esas cosas.</p>	<p>Impresiones idealizadas.</p>
<p>Mariiana Cluchifrezhitha Monzter</p>	<p>Si es un admirador, si es un Little Monster igual que yo entonces como que sí hay comunicación y hablamos sobre Lady Gaga y lo que pasa con ella. Lo que influye para que mis no continúen tiene que ver con la forma en la que me habla, hay personas que te dicen, por qué no me hablas cunado ni siquiera la conoces, si es un amigo, sería diferente, le diría tú por qué no me hablas y me ignoras y así seguiría la conversación.</p>	<p>Impresiones idealizadas.</p>
<p>Roberto Carlos Reyes Rodríguez</p>	<p>Que me digan cuándo salimos o que nos vemos algún día y así, que no hablen cosas normales que sean diferentes nada más. Si me hablan de su escuela como que empieza a aburrirme, estoy fuera de la escuela como para pensar en eso.</p>	<p>Impresiones idealizadas.</p>

--	--	--

*Fuente: elaboración propia.*

Las categorías observables para los efectos de la retroalimentación es la <confirmación y desconfirmación del comportamiento>, parten del lenguaje y las señales no verbales para la interpretación del “tono” en que les hablan, pero principalmente, este proceso de <confirmar o desconformar el comportamiento> radica en sus intereses y afinidades, es decir, en las impresiones idealizadas. Cada uno de los participantes tiene diferentes intereses y afinidades pero se basan en la Información Social, ya sea, personal o social, que se intercambia durante las interacciones.

A la variable anterior se le ha considerado un indicador que también se puede observar en los efectos entre los emisores, la <preinterpretación>, basada en la Información Social que se proporciona sin interacción, tanto los participantes como receptores y emisores, este proceso es observable en Facebook en la biografía, en una primera instancia, y en el contenido de sus publicaciones. Para comprender este indicador se puede recurrir a las “biografías” y muros de la red social presentadas en el perfil de la muestra de los participantes en el capítulo anterior.

Durante las observaciones, se recolectaron datos de otras señales que podrían calificar como no verbales, que son parte de la retroalimentación, son códigos virtuales de la mecánica de la interfaz, que miden los efectos debidos a los procesos del receptor, los efectos entre emisores, el canal y los efectos de la retroalimentación. En este caso particular de Facebook, los códigos virtuales como señales no verbales se consideran un comentario, más allá de su contenido; compartir un contenido; y el botón “like”, que significa que algo le ha gustado a un usuario de otro usuario. Estos códigos virtuales, como señales no verbales, apoyan a identificar, una noción de interpersonalidad en el proceso de comunicación en Facebook.





En la primera imagen no hay interacción de parte del participante, fue etiquetado y se pueden suponer varias situaciones.

1. No vio la publicación
2. Ignoró la publicación
3. No le interesa la publicación

En la segunda imagen, se etiqueta al participante y oprime el botón “like” con lo que se pueden suponer varias situaciones.

1. Le gusta la imagen

2. La imagen es de su interés
3. Mayor simpatía con el emisor de la segunda imagen
4. La experiencia que se expone en el texto, fue compartida

En cualquiera de los casos, es posible el acercamiento a la interpretación de la interpersonalidad debido a los códigos virtuales implicados como señales no verbales.

Con todo lo anterior se puede decir que, efectivamente, las señales no verbales en la comunicación virtual que se generan a partir del lenguaje y sus características es uno de los determinantes de la interpersonalidad de las relaciones. Por su parte, las interacciones como proceso se basan en la Información Social, a partir de las señales no verbales integradas con los códigos virtuales específicos de Facebook.

#### **4.6 Señales no verbales de las interacciones en Facebook**

La integración de estos elementos proporcionan las condiciones para que se lleve a cabo el proceso de comunicación interpersonal, por eso, a continuación se presenta una tabla en la que se retoman los resultados de las variables medidas para especificar las señales no verbales identificadas en la investigación.

Tabla 26. Señales no verbales de las interacciones en Facebook.

VARIABLE	SEÑALES NO VERBALES
SEÑALES NO VERBALES	Emoticonos Códigos personales Representaciones fonéticas

EFFECTOS DEBIDOS A LOS PROCESOS DEL RECEPTOR	<p>Información Social pública</p> <p>Información Social privada</p>
EFFECTOS ENTRE LOS EMISORES	Nivel de revelación de Información Social
ATRIBUTOS DEL CANAL	Mecánica de la interfaz como extensión de las relaciones sociales
EFFECTOS DE LA RETROALIMENTACIÓN	<p>Botón "like"</p> <p>Comentarios</p>

*Fuente: elaboración propia*

La implicación de las señales no verbales en las interacciones se da de acuerdo a cada usuario y, en función de los usuarios con los que interactúa. Ya sea privada o públicamente, el uso de estos elementos como señales no verbales determinantes de la interpersonalidad, apoyan el proceso de comunicación para hacer explícitas las emociones, intereses, tendencias, inclinaciones y otros factores personales.

El uso de las anteriores señales no verbales describe a las interacciones en el plano virtual, como un proceso que se va enriqueciendo con los recursos disponibles en la plataforma virtual, es decir, los usuarios se van adaptando y van adoptando nuevos elementos que permiten el establecimiento de relaciones personales mediadas por la tecnología, que resultan extensiones de su vida cotidiana, manteniendo los niveles de interpersonalidad con las personas con las que se interactúa.

#### 4.7 Niveles de interpersonalidad

Con base en las señales no verbales identificadas y haciendo una vinculación con las variables establecidas anteriormente, se hizo una integración de ambos elementos para generar un acercamiento a la medición de los niveles de interpersonalidad.

Se recurrió a la tabla de señales no verbales de las interacciones virtuales en Facebook (tabla 20), en la que se asocian directamente las señales no verbales por variable. Se realizó una tabla relacional de los elementos analizados que se miden en cuatro parámetros por niveles del uso de señales no verbales durante las interacciones en Facebook:

- Alto: siempre.
- Medio: a veces.
- Bajo: ocasionalmente.
- Nulo: nunca.

Es decir, cada una de estas palabras representa el uso de determinada señal no verbal, indicando el nivel de interpersonalidad por el nivel del uso. Cabe señalar que esta tabla se realizó con base en las interpretaciones de los datos recolectados, respecto al uso de las señales no verbales durante las interacciones de los usuarios en Facebook.

Tabla 27. Tabla relacional de señales no verbales y niveles de interpersonalidad.

CATEGORÍAS	NIVEL DE INTERPERSONALIDAD ALTO	NIVEL DE INTERPERSONALIDA D MEDIO	NIVEL DE INTERPERSONALIDA D BAJO
------------	---------------------------------------	---	--

CÓDIGOS PERSONALES	Alto	Medio / Bajo	Bajo / Nulo
EMOTICONOS	Alto	Alto / Medio / Bajo	Medio / Bajo
REPRESENTACIONES FONÉTICAS	Alto	Alto / Medio / Bajo	Medio / Bajo
INFORMACIÓN SOCIAL PRIVADA	Alto	Medio / Bajo	Nulo
INFORMACIÓN SOCIAL PÚBLICA	Alto	Alto / Medio	Bajo
LIKE	Alto	Alto / Medio	Medio / Bajo
COMENTARIOS	Alto	Medio / Bajo	Bajo / Nulo

*Fuente: Elaboración propia.*

En esta tabla, las señales no verbales sirven de indicador de los niveles de interpersonalidad en las interacciones en Facebook, estos niveles radican en el tipo de señales no verbales que acompañan a los mensajes textuales, radican en el tipo de Información Social, y afectan a cada uno de los elementos del proceso de comunicación. Entonces, con lo anterior se presenta un acercamiento a los niveles de interpersonalidad de las interacciones en Facebook.

Entonces, los niveles de interpersonalidad, a partir de las señales no verbales, se pueden definir de la siguiente manera:

- Nivel de interpersonalidad alto: en el que siempre se implican las señales no verbales durante las interacciones en Facebook.
- Nivel de interpersonalidad medio: en el que se implican siempre algunas señales no verbales, pero mayormente a veces u ocasionalmente, se implican otras señales no verbales.

- Nivel de interpersonalidad bajo: en el que a veces, ocasionalmente o nunca se implican las señales no verbales.

El uso de las señales no verbales se da en función de las relaciones previas que se tiene con los usuarios, es decir, al considerar que las interacciones en los entornos virtuales son una extensión de la vida cotidiana, éstas se expanden a las redes sociales, en este caso Facebook, en las que se establecen interacciones que se acompañan de los recursos disponibles para generar señales no verbales que determinan los niveles de interpersonalidad.

Con lo anterior, considerando los capítulos pasados y el presente, se puede establecer que los niveles de interpersonalidad, centran su nivel en el uso e implicación de señales no verbales como sustitutos de las características que particularizan a la comunicación interpersonal cara-a-cara, pero en el caso de los entornos virtuales, las señales no verbales dictan los niveles de interpersonalidad a partir de la Información Social que se proporciona e intercambia entre usuarios, ya sea privada o públicamente.

## **Conclusiones**

## **Conclusiones**

Si bien, el fenómeno de la comunicación interpersonal en Internet es una realidad, la atención que merece radica en la importancia que estas interacciones cobran en la vida cotidiana de los individuos y su expansión, principalmente en las ciudades.

Los aportes teóricos para el estudio de este fenómeno, deben incrementarse para comprender mejor el comportamiento humano en este contexto. La Comunicación requiere protagonizar la aportación de teorías y la apertura de líneas de investigación para hacer crecer su validez, incluso en los ámbitos laborales, pero también en los educativos, pero principalmente en los académicos.

Las tendencias de los estudiantes de la Comunicación, en poca proporción se perfilan a la investigación, esta situación impera a la implementación de nuevas estrategias de enseñanza de la misma, así como el aumento de la calidad de investigadores en esta disciplina y la creación de posgrados en esta materia. Sin embargo, los aportes, inicialmente pequeños, que hacen los estudiantes al final de su formación profesional deben tomarse seriamente en cuenta, especialmente los de aquellos que muestran el interés en continuar la investigación.

Bajo esta convicción, la presente investigación sostiene su interés en la continuidad del estudio de los fenómenos sociales, por ello y tras suficiente tiempo de trabajo en este proyecto, se encontraron los recursos teóricos que lo argumentan. Se encontró la Teoría del Proceso de Información Social y Modelo Hiperpersonal de Joseph Walther, un comunicador estadounidense, que plantea el análisis de la comunicación interpersonal en los ámbitos virtuales. Con ello, se presentaron complicaciones porque los documentos registrados sobre la teoría y el modelo sólo se encuentran en el idioma inglés y, aunque se tenga conocimiento y cierto dominio del mismo, no se aprende para traducir postulados y propuestas teóricas, por lo que los tecnicismos y modismos resultaron una barrera de comunicación pese a las actuales herramientas de las que se disponen para la solución de estos problemas. Sin embargo, el interés no limitó la continuidad del

trabajo con esta teoría y modelo, ya que sus características y adecuaciones han permitido plantear desde otra perspectiva el fenómeno de la comunicación interpersonal en Internet.

Bajo estos lineamientos teóricos se lograron adecuar ciertas categorías a las variables de interés de la investigación, dando como resultado un análisis del proceso comunicativo interpersonal en un segmento poblacional de la ciudad de Puebla, que de acuerdo con las estadísticas obtenidas de dos fuentes de información que dedican sus estudios a los hábitos y usos del Internet, en México, son quienes más lo utilizan. Aunado a esto, la popularidad del uso e integración a las redes sociales, especialmente a Facebook, establecieron las condiciones adecuadas para la realización de esta investigación.

Es importante resaltar, que los resultados obtenidos son tan sólo un acercamiento a la realidad, sin mayores pretensiones, se buscaron las fuentes que se consideraron adecuadas para la recolección de datos y este proceso ha conseguido arrojar resultados que si bien pudieron ser predichos, se sustentan con la investigación.

Estos resultados se presentan acordes a la previa creación de categorías y códigos tras la transcripción de las técnicas de recolección, pero debido a las limitaciones no se ha podido abarcar una muestra mayor que resultara representativa. Sin embargo, y como se ha mencionado, es un acercamiento a las actuales prácticas humanas.

La experiencia que se obtuvo por el trabajo con la Teoría del Proceso de Información Social y el Modelo Hiperpersonal es que requiere mayor actualización de acuerdo a las tecnologías vigentes en las que también se produce la comunicación interpersonal.

Los resultados, más que ser una satisfacción por la culminación del proyecto, resultan un aporte que, a nivel personal se esperaban, pero que se han

confirmado a través de los procesos científicos basados en las necesidades académicas de la Comunicación.

Abordar el fenómeno de la comunicación interpersonal desde la Comunicación tiene sus respectivas complicaciones, primeramente por ser un tema poco estudiado por esta disciplina, en segundo lugar, porque las teorías, conceptos y aportaciones teóricas provienen de la Psicología Social y la Sociología Fenomenológica y en tercer lugar, porque es un fenómeno complejo por ser subjetivo en la medición del mismo por la cantidad de relaciones que se gestan hoy en día en mucho espacios tanto físicos como virtuales.

Justamente, es parte de lo que ha motivado a esta investigación, la búsqueda de un concepto específico de la comunicación interpersonal virtual, que considere sus características, sus elementos interpretativos y los recursos que toma de Internet para establecer relaciones en niveles de profundidad interpersonal.

Por ello, se comenzó escribiendo acerca de la comunicación, su cronología tecnológica y cómo estas plataformas revolucionaron y siguen revolucionando las formas de comunicación entre personas, rompiendo barreras de tiempo espacio y ofreciendo la información en mayores alcances a mayores públicos. Todo este proceso de reorganización en las sociedades a partir de la información se llama Sociedad de Información, principalmente delimitada por el acceso colectivo al Internet.

Posteriormente el acceso a Internet se ha hecho masivo, un importante porcentaje de personas, especialmente en las ciudades hoy en día tienen acceso y su comunicación se extiende sus espacios y de ahí que los procesos de comunicación en sus diferente niveles sucedan.

Así se puede decir que la comunicación interpersonal también se aloja en Internet. Por ello se tomó la Teoría del Proceso de Información Social y el Modelo Hiperpersonal de comunicación, específicamente interpersonal, en Internet,

partiendo de una amplia definición de este proceso con sus características cara-a-cara, para poder analizarlo en los contextos virtuales.

La pregunta central que guía la presente investigación buscaba aquellos factores que determinan los niveles de interpersonalidad en las interacciones en Facebook de los estudiantes del bachillerato "Gilberto Bosques Saldívar" de la ciudad de Puebla, uno de los elementos que determinan los niveles de interpersonalidad en las interacciones son, justamente, las señales no verbales, lo cual fue explicado en tres niveles:

- Nivel de interpersonalidad alto.
- Nivel de interpersonalidad medio.
- Nivel de interpersonalidad bajo.

Y la función de las señales no verbales en las interacciones interpersonales, es su implicación a partir de la Información Social textual o multimodal que se intercambia durante el proceso de comunicación.

Los datos recolectados validan la hipótesis, ya que las señales no verbales son indicadores determinantes de los niveles de interpersonalidad de las interacciones en Facebook en estudiantes del bachillerato "Gilberto Bosques Saldívar" de Puebla, además sirven como códigos personales de comunicación traducidos en representaciones fonéticas e interpretaciones intencionales del uso del lenguaje, sumados a los recursos disponibles en la red social, es decir, las interacciones en Facebook se basan en la Información Social textual y multimodal que se proporciona, generando señales no verbales que particularizan las características de la comunicación interpersonal en Internet.

Los objetivos de la investigación se cumplieron con base en el objetivo general, para cumplir éste, fue necesario abordar los objetivos específicos a partir de las técnicas de recolección de datos, mismas que dieron, paulatinamente, la información requerida para describir la Información Social textual o multimodal que

se proporciona en las interacciones, así como para identificar las señales no verbales que determinan los niveles de interpersonalidad en el proceso de comunicación interpersonal en Facebook.

Por tanto, el análisis de los niveles de interpersonalidad de los estudiantes del bachillerato “Gilberto Bosques Saldívar” en sus interacciones en Facebook, permitió recolectar los datos necesarios para identificar que los niveles de interpersonalidad son determinados por la implicación de señales no verbales basadas en la Información Social textual y multimodal que se proporciona.

Actualmente, las interacciones en las redes sociales, particularmente en Facebook, se ven modificadas por el acceso a la red social a través de dispositivos móviles, en los que se mantiene una interconexión constante, permitiendo la interacción en cualquier momento del día de los usuarios.

En un reciente acercamiento, con usuarios de redes sociales de bachillerato, en un contexto similar al de la presente investigación, se registraron cambios en el acceso de redes sociales, especialmente en Facebook, lo que permite continuar, de manera constante, el registro de las actividades de usuarios de Facebook, ya que principalmente realizan interacciones interpersonales privadas y se encuentran conectados a esta red social la mayor parte del día, lo que abre camino al seguimiento de la identificación de las señales no verbales que se implican en estas interacciones a partir de la Información Social textual y multimodal.

## **Bibliografía**

- ASOCIACIÓN MEXICANA DE INTERNET (AMIPCI) <http://www.amipci.org.mx/> [Noviembre, 2011].
- BABBIE, E. (2002) *Fundamentos de la investigación social*. México, D. F.: International Thomson Editores.
- CANDELAS, R. (2013). *1060 millones de usuarios en Facebook en 2013*. Merca 2.0. México, 2013.
- CASTELLS, M. (2002). *Internet y la sociedad Red*, [en línea]. España. Disponible en: <http://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/print.html> [Noviembre, 10, 2011].
- CASTELLS, M. (2001). *¿Comunidades Virtuales o Sociedad Red?*, [en línea]. España: Barcelona. Disponible en: <http://www.cholonautas.edu.pe/biblioteca.php> [Agosto 21, 2011].
- CASTELLS, M. (1999). *La era de la información*. Vol. 1. México: Siglo XXI Editores.
- COMISIÓN NACIONAL DE SALARIOS MÍNIMOS (CONASAMI). <http://www.conasami.gob.mx/> [Noviembre 25, 2011].
- DEFLEUR, M. Y BALL-ROKEACH, S. (1988). *Teorías de la comunicación de masas*. México: Editorial Paidós.
- DOMÍNGUEZ, M. (2003). *Las tecnologías de la información y comunicación: sus opciones, sus limitaciones y sus efectos de enseñanza*, [en línea]. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas, Nómadas 8, julio - diciembre. España: Universidad Complutense. Disponible en: <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/nomadas/8/mdominguez.htm>
- DUCH, L. (2012). *Religión y comunicación*. España: Romaya Valls, S. A.
- ECO, H. (1995). *Tratado de Semiótica General*. México: De Bolsillo.

- FERNÁNDEZ, C., GALGUERA, L. (2008). *La comunicación humana en el mundo contemporáneo*. México: Mc Graw Hill.
- FUENTES, R. (2003). *La Investigación Académica sobre Comunicación en México*. México: ITESO.
- GALINDO, J. (2006). *Cibercultura, un mundo emergente y una nueva mirada*. Colección Intersecciones, no. 7, CONACULTA, Instituto Mexiquense de Cultura, México.
- GARAIGORDOBIL, M. (2005). *Conducta antisocial durante la adolescencia: correlatos socio-emocionales, predictores y diferencias de género*, [en línea]. *Psicología Conductual*, Vol. 13, Nº 2. España: Universidad del País Vasco. Disponible en: [http://www.sc.ehu.es/ptwgalam/art\\_completo/Antisocial%20Adolescencia%20PDF.pdf](http://www.sc.ehu.es/ptwgalam/art_completo/Antisocial%20Adolescencia%20PDF.pdf) [30 de abril, 2013].
- GACÍA, B. (21 de abril, 2013). *Observación participante en Glosario*, [en línea]. México, Chihuahua: Instituto Tecnológico de Chihuahua. Disponible en: <http://cursos.itchihuahua.edu.mx/mod/glossary/print.php?id=16202&mode=letter&hook=O&sortkey=&sortorder=&offset=0> [21 de abril, 2013].
- GARCÍA, M. (25 de mayo, 2011). *Puebla, sexto lugar en uso de Internet: Amipci*. Síntesis.
- GARZA, M. (2009). *La comunicación interpersonal dentro del campo académico de la comunicación*. *Global Media Journal México*, Vol. 6, no. 12. México.
- GÓMEZ, E., GALINDO, A. (2005). *Los estudios de Comunicación Mediada por Computadora: una Revisión y algunos apuntes*, [en línea]. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Estado de México, México: Razón y Palabra, vol. 10, núm. 44, abril-mayo 2005. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=199520624018> [enero, 2013].

H. AYUNTAMIENTO DE PUEBLA. <http://www.pueblacapital.gob.mx> [Noviembre 25, 2011].

HERNÁNDEZ I, R.; FERNÁNDEZ, C. & BAPTISTA, P. (2008). *Metodología de la investigación* (4a ed.). México, D. F.: McGraw-Hill Interamericana.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA (INEGI)  
<http://www.inegi.org.mx> [Octubre, 2011].

INTERNET WORLD STATS: USAGE AND POPULATION STATISTICS.  
<http://www.internetworldstats.com> [Noviembre 25, 2011].

IVOSKUS, D. (2010). *Obsesión digital. Usos y abusos en la red*. Argentina: Grupo Editorial Norma.

KISS DE ALEJANDRO, D. (2004). *Comunicación Interpersonal en Internet*, [en línea]. *Convergencia* vol. 11, no. 036. México: Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca, Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/105/10503611.pdf> [junio, 2011].

LÓPEZ, N., & SANDOVAL, I. (2005) *Métodos y técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa*, [en línea]. Sistema de Universidad Virtual. Disponible en: [http://recursos.udgvirtual.udg.mx/biblioteca/bitstream/20050101/1103/2/Metodos\\_y\\_tecnicas\\_de\\_investigacion\\_cuantitativa\\_y\\_cualitativa.swf](http://recursos.udgvirtual.udg.mx/biblioteca/bitstream/20050101/1103/2/Metodos_y_tecnicas_de_investigacion_cuantitativa_y_cualitativa.swf) [30 de septiembre, 2012].

MARROQUÍN, M., VILLA, A. (1995). *La comunicación interpersonal. Mediación y estrategias para su desarrollo*. España: Ediciones Mensajero.

MARTÍN-CRESPO M. Y SALAMANCA A. (2007). *El muestro en la investigación cualitativa*, [en línea] Madrid: Departamento de Investigación de FUDEN, Nure Investigación. Disponible en: [http://www.nureinvestigacion.es/FICHEROS\\_ADMINISTRADOR/F\\_METODOLOGICA/FMetodologica\\_27.pdf](http://www.nureinvestigacion.es/FICHEROS_ADMINISTRADOR/F_METODOLOGICA/FMetodologica_27.pdf) [enero 21, 2013].

- MATTELART, A. (2002). *Historia de la Sociedad de la Información*. España: Paidós Iberoamérica. S. A.
- MIRABITO, M. (1998). *Las nuevas tecnologías de la comunicación*. España: Gedisa Editorial.
- MUCCHIELLI, A. (1998). *Psicología de la comunicación*. España: Paidós Ibérica.
- MURILLO, S. (2004). *Relaciones humanas*. México, Limusa.
- NAVARRO, L., & DE LARA, F. (Enero-2010 Noviembre de 2011). *Teoría general de la comunicación. Recorrido histórico*, [en línea]. Razón y Palabra, no.74. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/N/N74/VARIA74/24NavarroV74.pdf> [Noviembre, 2011].
- NINOVA, M. G. (2008). *Comunidades, software e individualismo conectado*, [en línea]. Athenea Digital no. 13, primavera 2008. España, Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en: [dialnet.unirioja.es/servlet/dfichero\\_articulo?codigo=2591753&orden=0](http://dialnet.unirioja.es/servlet/dfichero_articulo?codigo=2591753&orden=0) [Septiembre 11, 2011].
- PAOLI, A. (2005). *Comunicación e Información*. México: Trillas.
- RIZO, M. (2006). *George Simmel, sociabilidad e interacción: aportes a la ciencia de la comunicación*, [en línea] Revista Cinta de Moebio no. 27, diciembre 2006. Chile: Universidad de Chile. Disponible en: <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/27/rizo.html> [Noviembre 29, 2011].
- ROSADO, M. (2003) *Metodología de investigación y evaluación*. México, D. F.: Trillas.
- RUIZ, F. (21 de abril, 2013). *Recursos. Cómo elaborar una entrevista*, [en línea]. España, Madrid: Universidad Complutense de Madrid, Departamento

Métodos de Investigación y Diagnóstico en educación. Disponible en: [http://www.suagm.edu/umet/biblioteca/Reserva\\_Profesores/linna\\_irizarry\\_educ\\_173/como\\_elaborar\\_entrevistas.pdf](http://www.suagm.edu/umet/biblioteca/Reserva_Profesores/linna_irizarry_educ_173/como_elaborar_entrevistas.pdf)

SEPÚLVEDA, E. (2006, 15 de marzo). *La Comunicación*, [en línea]. Disponible en: [http://esepulveda.cl.tripod.com/la\\_comunicacion.htm](http://esepulveda.cl.tripod.com/la_comunicacion.htm) [30 de abril, 2013].

TELLO, E. (2007). *Las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) y la brecha digital: su impacto en la sociedad de México*, [en línea] Revista de Universidad y Sociedad de Conocimiento, vol. 4, no. 2, Universidad Oberta de Catalunya. Disponible en: <http://www.uoc.edu/rusc/4/2/dt/esp/tello.pdf> [31 diciembre, 2012].

TOUSSAIN, F. (2008). *Crítica de la Información de masas*. México: Trillas.

UNIVISIÓN NOTICIAS (2012). <http://noticias.univision.com/tecnologia/redes-sociales/article/2012-04-24/facebook-llego-a-900-millones#axzz24inJWtVR> [enero 2013].

UTZ, S. (2000). *Social Information processing in MUDs: The Development of Friendships en Virtual Worlds*, [en línea]. Journal of Online Behavior. Disponible en: <http://www.behavior.net/JOB/v1n1/utz.html> [enero, Univisión.com (24 de abril, 2012). Facebook llegó a 900 millones de usuarios.

WALTHER, J. (2012). *Theories of Computer-Mediated Communication and Interpersonal Relations*, [en línea, traducción de Jiménez, A.] Capítulo 14. Disponible en: [http://www.sagepub.com/upm-data/42241\\_14.pdf](http://www.sagepub.com/upm-data/42241_14.pdf) [enero, 2013].

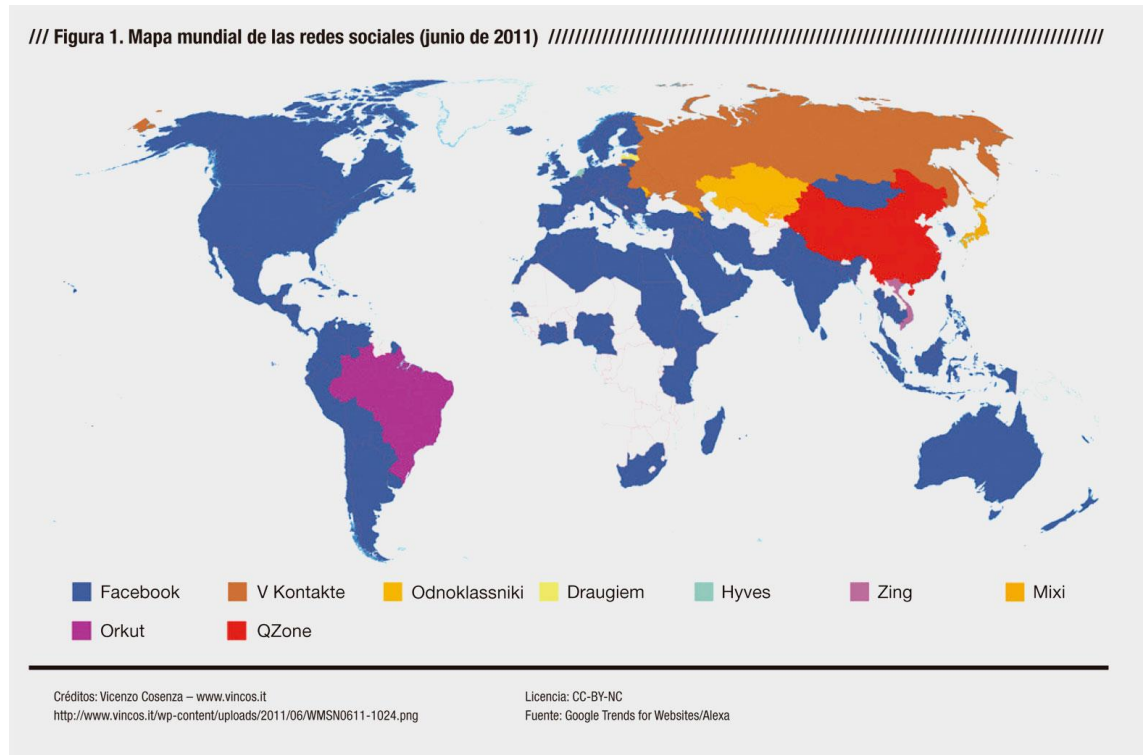
WORLD INTERNET PROJECT-MÉXICO (2011). *Percepciones de los Mexicanos sobre Internet y diversas Tecnologías Asociadas*. [en línea]. México: Tecnológico de Monterrey Campus Estado de México. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/> [05 julio, 2011].

ZAMBRANO, J. (7 de marzo, 2012). *Ubican a Puebla en lugar 48 de usuarios de Facebook*. E-Consulta.com. <http://www.merca20.com/facebook-mexico-tiene-32031240-usuarios/>

## **Anexos**

## Anexos

### Anexo 1: Mapa de redes sociales en el mundo.



## Anexo 2: Cuestionario filtro.

<b>BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN</b>			
Objetivo: hacer una selección de muestra para la investigación "Calidad Interpersonal de la comunicación en Internet" para obtener el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.			
Nombre: _____			
Edad: _____ Hombre _____ Mujer _____			
Año escolar que cursas: _____			
<b>RANGO DE INGRESOS MENSUALES EN TU CASA</b>			
a) De \$0 a \$2.699	b) de \$2.700 a \$4.999		
c) de \$5.000 a \$10.999	d) de \$11.000 a 19.999		
e) de \$20.000 a 35.999	f) de \$36.000 a \$43.999		
g) \$44.000 o más.	Computadora en casa: _____		
<b>USO DE INTERNET</b>			
En casa	Cyber café	Otro: _____	
<b>REDES SOCIALES</b>			
Facebook	Twitter	Hi5	Otro: _____

## **Anexo 2: Entrevista estructurada.**

### ENTREVISTA

1. ¿Por qué utilizas la red social Facebook?
  
2. Cuando utilizas Facebook ¿cuáles son los elementos que te permiten continuar “hablando” o no con las personas?
  
3. ¿Cuál es la información que permite que tus “pláticas” en Facebook sean más profundas?
  - Amigos
  - Familia
  - Conocidos
  - Desconocidos
  
4. ¿Qué tipo de información te proporcionan en Facebook para generarte una impresión positiva o negativa las personas con las que “platicas”?
  
5. Cuando “platicas” en Facebook ¿qué tipo de información es la que tú proporcionas?
  
6. Cuando platicas en Facebook ¿cómo sustituyes los gestos, señas, sonidos y cercanía espacial?
  
7. Cuando “platicas” en Facebook ¿qué es lo que te dicen para que tus conversaciones continúen?

## Anexo 3. Entrevistas

### J Alex Chokolade

#### ENTREVISTA

1. ¿Por qué utilizas la red social Facebook?

Por tener amistades lejanas que no puedo ver y por ese medio me puedo comunicar con ellas. La uso por simple gusto.

2. Cuando utilizas Facebook ¿cuáles son los elementos que te permiten continuar “hablando” o no con las personas?

Depende quién es, si es mi amigo, si empieza a agredirme ya no le contesto, se ve la forma, las groserías pues no, pero en la forma de decirte algo, no pues tú te pasaron al pizarrón y no hiciste nada, en las palabras está, hay una forma especial en la que te hacen.... Si es con conocidos no corto la comunicación porque n nos llevamos tan pesado, la comunicación es muy respetable.

3. ¿Cuál es la información que permite que tus “pláticas” en Facebook sean más profundas?

Con mis amigos es sobre lo que nos pasó y eso, a veces nuestro lenguaje es así con groserías y eso, hace que sea personal, muy personal.

4. ¿Qué tipo de información te proporcionan en Facebook para generarte una impresión positiva o negativa las personas con las que “platicas”?

Las publicaciones que hacen los demás y el tipo de información que te proporciona la red.

5. Cuando “platicas” en Facebook ¿qué tipo de información es la que tú proporcionas?

Me preguntan cómo estoy, qué estoy haciendo y eso.

6. Cuando platicas en Facebook ¿cómo sustituyes los gestos, señas, sonidos y cercanía espacial?

Con palabras o las caritas. Palabras: sí, jaja, jejeje, la de XD, todo eso.

7. Cuando “platicas” en Facebook ¿qué es lo que te dicen para que tus conversaciones continúen?

Que sean cosas que me importen con mis amigos y familia.

## Mary Vargas

### ENTREVISTA

1. ¿Por qué utilizas la red social Facebook?

Porque mi novio se conecta y como no me dejan verlo todos los días por ahí estamos platicando. Iba en la secundaria y todos tenían Facebook, fue por moda.

2. Cuando utilizas Facebook ¿cuáles son los elementos que te permiten continuar “hablando” o no con las personas?

Si la plática está interesante y hay muchos temas que desglosar sí me gusta. Pero si es así de hola y tú le tienes que estar preguntando se hace muy aburrido. Los temas interesantes sería que platicuen de sus cosas, el chisme.

3. ¿Cuál es la información que permite que tus “pláticas” en Facebook sean más profundas?

Si es una persona que conozco y no me llevo muy bien con ella, nada más es de que haces, si es alguien a quien veo todos los días, con quien platico, seguimos la plática que no terminamos este día.

4. ¿Qué tipo de información te proporcionan en Facebook para generarte una impresión positiva o negativa las personas con las que “platicas”?

Cómo te hablan, si te agregan y ya empiezan con mucha confianza, definitivamente no. Las publicaciones y las fotos, con los comentarios que se les pone arriba y de los comentarios que tienes con otras personas hacen ver cómo eres con una y con otra persona. Algo positivo sería si expresas cómo te sientes con indirectas, con canciones y si veo que es muy recatado o recatada no le hablaría, sería como un contacto, no sería una impresión negativa, sería indiferente, me daría lo mismo. Positivo sería le gustan cosas que a mí me gusta, si tenemos temas o amigos en común.

5. Cuando “platicas” en Facebook ¿qué tipo de información es la que tú proporcionas?

En publicaciones indirectas, si me siento triste, pongo una canción que tenga que ver, si me siento contenta, publico cosas que den gracia. Si estoy enojada de plano pongo señas obscenas. En el chat depende con quién hable, si hablo con mi tía es de cómo estás, cómo has estado, qué me cuentas, si hablo con mis amigos puras señas, hablar de algo que esté haciendo u que tengamos que hacer, cosas personales.

6. Cuando platicas en Facebook ¿cómo sustituyes los gestos, señas, sonidos y cercanía espacial?

Los gestos con los emoticonos, los sonidos con los sonidos que se forman con las palabras, la cercanía espacial con la forma de hablar, cómo le hablas, cómo le escribes, por ejemplo hay personas que escriben una letra grande y una chiquita, entonces como que desespera y si estás hablando con una persona con la que estás hablando más formalmente tienes que escribir todo correcto, sin faltas de ortografía.

7. Cuando “platicas” en Facebook ¿qué es lo que te dicen para que tus conversaciones continúen?

Que no se queden nada más en su hola cómo estás, que te empiecen a preguntar más, qué has hecho de tu vida, qué estás haciendo, a mí también me gusta lo que estás haciendo o estamos haciendo lo mismo, pero que tengamos algo en común y de ese común se empiece a sacar otro tipo de temas.

## Misifu Gómez Morales

### ENTREVISTA

1. ¿Por qué utilizas la red social Facebook?

Por pasar tiempo, más que nada. Hace tiempo lo usaba para jugar pet society, no sé si todavía existe, lo usaba por eso, me la pasaba jugando horas, ya después descubrí otras cosas.

2. Cuando utilizas Facebook ¿cuáles son los elementos que te permiten continuar “hablando” o no con las personas?

Depende de lo que publiquen, si es algo de lo que me interesa, s no para qué estoy ahí.

3. ¿Cuál es la información que permite que tus “pláticas” en Facebook sean más profundas?

Quizás que los conozco desde hace tiempo y no los veía y estamos preguntándonos.

Con mi familia no platico mucho.

Con conocidos, poco solamente hablamos de cómo estás y como te ha ido.

Procuro no hablar con desconocidos.

4. ¿Qué tipo de información te proporcionan en Facebook para generarte una impresión positiva o negativa las personas con las que “platicas”?

Más que nada sus pláticas y sus publicaciones que ellos mismos hacen, son como se dan a conocer más. Tiene que ver con todo, fotos, videos, etcétera.

5. Cuando “platicas” en Facebook ¿qué tipo de información es la que tú proporcionas?

Depende de la persona con la que esté hablando. Con mis amigos procuro decirles cómo estoy y cosas que me han pasado.

Es raro cuando platico con mi familia por lo mismo del tiempo, más con mis primos sí, platicamos de cosas así, tonterías por así decirlo, cosas que nos pasan juegos, cuándo nos vamos a ver.

Con conocidos no mucho, que estoy bien, que soy medio bipolar y cosas así.

Con los desconocidos no platico mucho.

6. Cuando platicas en Facebook ¿cómo sustituyes los gestos, señas, sonidos y cercanía espacial?

Los símbolos que vienen ahí.

7. Cuando “platicas” en Facebook ¿qué es lo que te dicen para que tus conversaciones continúen?

Si es una persona que conozco y que no he visto en mucho tiempo, pero sé que me llevo mucho con ella, le estoy sacando plática, depende la forma que me trate, de acuerdo con las cosas que me pregunte, es que no puedes decir, es que el tono en el que me escribe, pero sí la manera en la que me escribe, quizás demasiado uso de signos de admiración y si ya la conoces sabes cuándo se enoja, qué cosas le molestan y cómo te las dice.

## Mker Flores Morales

### ENTREVISTA

1. ¿Por qué utilizas la red social Facebook?

Porque ahí puedo poner cosas que me han pasado en el día, es como si fuera mi diario.

2. Cuando utilizas Facebook ¿cuáles son los elementos que te permiten continuar “hablando” o no con las personas?

La cercanía que tengo con ellos, por ejemplo si es mi amigo, hablo mucho, si casi no lo conozco nada más le digo hola y adiós y ya.

3. ¿Cuál es la información que permite que tus “pláticas” en Facebook sean más profundas?

Fiestas, que me digan de una fiesta empiezo a sacar varias ideas, eso le da profundidad a mis pláticas.

4. ¿Qué tipo de información te proporcionan en Facebook para generarte una impresión positiva o negativa las personas con las que “platicas”?

Positiva, que mis amigos me digan que va a haber una fiesta. Negativa que me den una mala noticia.

5. Cuando “platicas” en Facebook ¿qué tipo de información es la que tú proporcionas?

Con amigos de cuándo nos vamos a ver y que alguien ponga la casa para la botella.

6. Cuando platicas en Facebook ¿cómo sustituyes los gestos, señas, sonidos y cercanía espacial?

Con las caritas, carita triste, feliz, XD, o cuando estoy con mis amigos pongo una señal obscena con puntitos y palitos.

7. Cuando “platicas” en Facebook ¿qué es lo que te dicen para que tus conversaciones continúen?

Cosa que me importen, como fiestas o esas cosas.

## **Mariiana Cluchifrezitha Monzter**

### ENTREVISTA

1. ¿Por qué utilizas la red social Facebook?

Porque es interesante, me gusta checar, me gusta tener muchos amigos en Facebook. Me lo recomendaron, me dijeron que era muy buena esa página.

2. Cuando utilizas Facebook ¿cuáles son los elementos que te permiten continuar “hablando” o no con las personas?

Platico más por el chat, no hablar tan como hablas en persona, hablar como resumido, con palabras clave.

3. ¿Cuál es la información que permite que tus “pláticas” en Facebook sean más profundas?

Que me digan sus problemas.

4. ¿Qué tipo de información te proporcionan en Facebook para generarte una impresión positiva o negativa las personas con las que “platicas”?

Sus estados, lo que publican, cómo lo publican. Con caras felices, con gestos emocionantes.

5. Cuando “platicas” en Facebook ¿qué tipo de información es la que tú proporcionas?

Cuando salí con mi novia, cómo la vi, que me gustó estar con ella y las fotos que tengo con ella. En chat y con otras personas, hablo de fiestas, de cuándo vamos a tomar, que cuándo nos vamos de pinta.

6. Cuando platicas en Facebook ¿cómo sustituyes los gestos, señas, sonidos y cercanía espacial?

Por medio de las caritas que hay ahí.

7. Cuando “platicas” en Facebook ¿qué es lo que te dicen para que tus conversaciones continúen?

Si es un admirador, si es un Little Monster igual que yo entonces como que sí hay comunicación y hablamos sobre Lady Gaga y lo que pasa con ella. Lo que influye para que mis no continúen tiene que ver con la forma en la que me habla, hay personas que te dicen, por qué no me hablas cunado ni siquiera la conoces, si es un amigo, sería diferente, le diría tú por qué no me hablas y me ignoras y así seguiría la conversación.

## Roberto Carlos Reyes Rodríguez

### ENTREVISTA

1. ¿Por qué utilizas la red social Facebook?

Porque mis amigos lo usan para estar en contacto con ellos.

2. Cuando utilizas Facebook ¿cuáles son los elementos que te permiten continuar “hablando” o no con las personas?

Que me interese lo que me platican porque si me están poniendo así algo medio x de cómo estás y de dónde eres o así, como que me aburre y dejo de contestar o que me empiecen hablar sobre tareas y así, porque yo lo ocupo para distraerme no para que estén preguntando por tareas.

3. ¿Cuál es la información que permite que tus “pláticas” en Facebook sean más profundas?

Con amigos de salir a empedarnos o de ir a otros lados, de hacer pendejadas también, pero es que ellos ya saben, porque nada más nos hablamos como en un código para que nadie sepa, por si alguien ve nuestras conversaciones en un muro.

4. ¿Qué tipo de información te proporcionan en Facebook para generarte una impresión positiva o negativa las personas con las que “platicas”?

Fotos y publicaciones, ya si después se da que uno hable, pues igual, porque en las publicaciones fácil uno como que son más de los que están publicando cualquier babosada y media, así un chiste o que críticas a los demás, pero casi no me interesa, se me hace sí medio víbora, los chistes un poco más, se me hace buena onda. Ya después platicas un poco más.

5. Cuando “platicas” en Facebook ¿qué tipo de información es la que tú proporcionas?

De dónde soy, cuántos tengo porque es lo que más me preguntan, y qué es lo que hago, por dónde vivo pero no así exactamente. Con mis amigos las salidas, los problemas que llegamos a tener, de por qué uno se enoja y todo eso. Con mi familia más sobre la escuela. Con conocidos lees hasta el saludo y ya.

6. Cuando platicas en Facebook ¿cómo sustituyes los gestos, señas, sonidos y cercanía espacial?

Emoticonos y si hay algunas señas pues las medio escribo como me las entienden mis amigos y yo, porque así no soy de poner muchas caritas más que con mis amigos.

7. Cuando “platicas” en Facebook ¿qué es lo que te dicen para que tus conversaciones continúen?

Que me digan cuándo salimos o que nos vemos algún día y así, que no hablen cosas normales que sean diferentes nada más. Si me hablan de su escuela como que empieza a aburrirme, estoy fuera de la escuela como para pensar en eso.