



Espacio Abierto

ISSN: 1315-0006

eabierto@cantv.net

Universidad del Zulia

Venezuela

Tapia, María Lourdes

Los vínculos interpersonales en las redes sociales. Nuevos modos de comunicación en el marco de la Universidad Nacional de San Luis (UNSL), Argentina.

Espacio Abierto, vol. 25, núm. 4, octubre-diciembre, 2016, pp. 193-201

Universidad del Zulia

Maracaibo, Venezuela

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12249087015>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



Espacio Abierto Cuaderno Venezolano de Sociología
Vol.25 No.4 (octubre - diciembre, 2016): 193-201

Los vínculos interpersonales en las redes sociales. Nuevos modos de comunicación en el marco de la Universidad Nacional de San Luis (UNSL), Argentina.

*María Lourdes Tapia**

Resumen

En los últimos 20 años, la vertiginosidad y el avance de las nuevas tecnologías han influido fuertemente en la comunicación, dando lugar a diversos e impensados modos de establecer vínculos, e impactando en la construcción de la experiencia de los sujetos. El presente trabajo supone una reflexión en torno a Internet y las Redes sociales como marco de los vínculos virtuales, las conexiones entre los *perfiles* que construyen los usuarios al presentar sus aspectos identitarios en la red, y el interrogante sobre la “posible sustitución” de los relaciones virtuales por las de la vida real o pre-virtuales, entre otros. Además, se describe el uso de las Redes sociales en la Argentina y en particular en la Universidad Nacional de San Luis, focalizando tanto en las actividades académicas como en las prácticas investigativas realizadas en los últimos años. La comprensión de la Redes sociales como fenómeno sociocultural es incipiente, abriendo el campo a futuras investigaciones desde las más diversas disciplinas.

Palabras clave: Redes Sociales; Vínculos interpersonales; Comunicación

Recibido 08-07-2016 / Aceptado: 12-08-2016

* Universidad Nacional de San Luis. Argentina.
E-mail: mtapia@unsl.edu.ar

Interpersonal links in Social Networks. New modes of communication in the framework of an argentine university

Abstract

In the last 20 years, the giddiness and the advancement of new technologies have strongly influenced communication, leading to diverse and unforeseen ways to build links, and impacting on the construction experience of the subjects. This work is a reflection on the Internet and Social networks as part of the virtual links, the connections between the profiles that build users to present their identity aspects on the network, and the question about the “possible replacement” of virtual relationships by real or pre-virtual life, among others. In addition, the use of social networks in Argentina and particularly in the National University of San Luis is described, focusing on both academic activities and research practices carried out in recent years. Understanding the Social networks as a sociocultural phenomenon is emerging, opening the field for future research from diverse disciplines.

Keywords: Social networks; Interpersonal relationships; Communication

Comunicarse es una experiencia vital para el hombre desde que nace, experiencia común a todas las culturas y épocas de la historia de la humanidad. Con ella se concreta la posibilidad de expresar sentimientos, ideas, emociones, la búsqueda de conocimiento, crear información y transmitirla. Esto es una consecuencia lógica de la naturaleza intersubjetiva de la configuración del sí mismo en las personas. La interacción social es una característica de la especie humana que se convierte en el sostén de una supervivencia adaptativa.

En los últimos 150 años, y en especial en las dos últimas décadas, la experiencia comunicativa ha tomado características impensadas: la reducción de los tiempos de transmisión y acceso de la información a distancia se han transformado en uno de los retos esenciales de nuestra sociedad.

En este sentido, el uso de las nuevas tecnologías conjuntamente con el surgimiento y extensión de la Redes Sociales en Internet, han constituido uno de los fenómenos sociales de mayor relevancia en estos últimos 25 años. Desde sus inicios, han ido generando nuevos espacios comunicacionales y escenarios sociales que han posibilitado nuevas formas de sociabilidad.

En la década del 90, la expansión de Internet generó una ampliación en la comunicación facilitando una nueva naturaleza de diálogo mediante una interacción en simultáneo, a través de múltiples pantallas, en tiempo real y sin necesidad de presencia física.

En el año 2010, casi cualquier conjunto de gente organizada constituyó la denominada Red. De este modo, en torno a diversas afinidades, gustos, intereses, etc. se comenzaron a crear nuevas relaciones; manteniéndose, reforzándose o transformándose ciertos vínculos. Así la web 2.0 se convirtió en el un nuevo modo de nombrar lo que antes se definía como “hacer algo en grupo”. La web 2.0 o el blog 2.0 es el espacio de Internet en el que se otorga una especial importancia a lo social. Si bien la expresión 2.0 emana de las webs, es aplicable como adjetivo a un gran número de actividades, significando un valor añadido a través de la interactividad (Ej. profesionales 2.0, empresas 2.0, universidades 2.0, etc.).

Las redes sociales son plataformas virtuales en donde sus usuarios socializan con otros desde cualquier dispositivo que posea conectividad a Internet (computadoras, netbooks, celulares, etc.). Estas redes virtuales son servicios brindados por Internet que permiten a las personas crear su propio *perfil* o propio espacio virtual colocando la información que las caracteriza (edad, género, intereses, religión, formación académica, profesión e incluso orientación sexual), con una foto o imagen particular, y al cual los otros usuarios de la misma red tendrán posibilidad de acceder e interactuar.

El uso de las herramientas virtuales varía significativamente según las diferentes regiones geográficas, siendo llamativas las estadísticas nacionales en relación al resto del mundo. De acuerdo a un informe realizado en el año 2012 por la Consultora *comScor*, Argentina lidera el uso de las Redes Sociales en América latina. A sí mismo, se ubica primero en cuanto al *tiempo de utilización*: mientras que en el mundo el promedio es de seis horas, en el país llega al récord de nueve horas de uso diario en sitios como Facebook y Twitter, seguido por los internautas de Chile y Perú. En cuanto al número de *usuarios de redes sociales*: la medición 2010 arroja un 24% de usuarios, mientras que la medición 2012 un 88%, evidenciando un crecimiento (73%) mayor al de los usuarios de Internet en general.

Con base a lo informado por *Facebook Argentina por dentro*, esta red social tiene 23 millones de usuarios, que hacen 1100 millones de comentarios al mes. El 52% de los usuarios argentinos son mujeres, y el 28% del total local tiene entre 18 y 24 años; siguiendo en popularidad el segmento etario de 25 a 34 años, con un 26%.

La provincia de San Luis cuenta desde el año 1998 con un servicio que es único en el país. Se desarrolló a partir de ese año, una plataforma que permitiría años después el acceso gratuito a Internet. En este sentido, la Autopista de la Información (AUI) con antenas WI-FI de servicio de Internet gratuito proveído por el Estado Provincial, planteó un contexto tecnológico particular de conectividad inalámbrica. Sumado a esto, la entrega de netbooks a los alumnos de Instituciones educativas, por el Gobierno Nacional y Provincial, hizo posible la conectividad permanente y en cualquier localidad de la provincia.

En el año 2011, la Constitución provincial en su artículo 11, consideró la *Inclusión Digital* como un derecho de los sanluiseños.

El panorama descripto, sentó las bases de conectividad de acceso permanente y masivo para los usuarios de la provincia, dando las condiciones estructurales de posibilidad para un mayor y frecuente uso de Internet y las Redes Sociales.

Las Redes Sociales en el contexto de la UNSL

Dentro de las Redes Sociales, Facebook es la red de comunicación más utilizada tanto a nivel Institucional como Académico por los distintos agentes sociales que conforman esta casa de altos estudios. La Universidad, así como las distintas Facultades, cuentan con un Facebook oficial en sus páginas web. Aproximadamente en los últimos tres años, un gran porcentaje de Docentes de la Facultad de Psicología, han adoptado el Facebook como modalidad de comunicación con los estudiantes, focalizando en el intercambio de información bibliográfica y consultas académicas-administrativas del funcionamiento de la cátedra.

Por otra parte, las agrupaciones políticas o centros de estudiantes que representan a los alumnos, utilizan el Facebook como herramienta principal de comunicación masiva (Ej. San Luis Independiente Psicología, San Luis Independiente Humanas).

Dado la posibilidad que ofrece Facebook a los usuarios, donde cada uno puede abrir su plataforma y desarrollar mini - aplicaciones que la enriquezcan, es que se encuentran distintos Facebooks con fines específicos para los usuarios alumnos. Existen perfiles que agrupan a alumnos ingresantes, alumnos que comparten el interés por una determinada línea teórica psicológica (Ej. Facebook Línea Cognitiva Integrativa -grupo cerrado de estudiantes de psicología, orientación Cognitivo - Integrativa de la Universidad Nacional de San Luis, Argentina), o grupos cerrados de estudiantes que cursan un determinado año en la carrera (Ej. Psi 2011), entre otros.

Pese al crecimiento vertiginoso de esta red social en el ámbito académico, se observa un panorama diferente en el campo de investigación. Los Proyectos de Investigación vigentes de Ciencia y Tecnología de las Facultades de Ciencias Humanas y Psicología, no poseen como objeto de estudio las redes sociales.

La búsqueda y recopilación de artículos publicados en las Revistas de divulgación pertenecientes a dichas Facultades, arroja escasos artículos referidos a la temática.

Se hizo un relevamiento desde el primer número editado por cada una de estas revistas, abarcando un período de 16 años (2000-2016), y utilizando como criterio de búsqueda las palabras redes sociales. La *Revista Fundamentos en Humanidades* (ISSN 1515-4467/ ISSN 1668-7116 (En línea) ha publicado sólo dos artículos, uno donde se mencionan las redes sociales en torno a campañas publicitarias (Romá, 2013) y el otro específicamente, a las relaciones interpersonales en Internet (Cornejo y Tapia, 2012). La *Revista Digital de Educación y Ciencias Sociales Argonautas* (ISSN 1853-9092) registra artículos (7) vinculados a la Educación en la era digital, Educación y Tics (Tecnología de la Información y la Comunicación), y las Nuevas Escuelas Digitales.

Por último, *La Revista Electrónica de Psicología Política* (ISSN 1669-3582) donde se publican trabajos de autores latinoamericanos y del Caribe con una mirada sociopolítica, se encontraron tres artículos, de los cuales sólo uno menciona la Red Social Facebook en el escenario de la elecciones Generales de Perú, y los restantes sobre Consumo, Globalización económica e Internet.

Siguiendo con el análisis en el área de investigación, se indagaron los trabajos de los estudiantes de carreras de grado para optar a la titulación (Trabajo Final Integrador-TIF), encontrándose sólo tres investigaciones relacionadas a la temática. Dos que vinculan procesos psicológicos (Estrategias de afrontamiento, personalidad, comportamientos y emociones) asociados al uso de Internet, y uno que analiza la participación de los jóvenes de la Ciudad de San Luis en temas de interés público dentro de la Red Social Facebook.

A nivel de carreras de postgrado y especialización, sólo un trabajo de investigación analiza Estilos interpersonales y construcción de la Identidad en el espacio virtual (Tapia, 2016).

La vertiginosidad y el uso cada vez más amplio de las Redes Sociales observado tanto a nivel académico- institucional, como así también, entre los estudiantes, no se corresponde con lo hallado en el campo de investigación. Lo descripto muestra que variables asociadas a la era digital, o las Redes Sociales en particular, no son objeto de estudio frecuente en las investigaciones académicas de la UNSL.

En Argentina, son escasas las investigaciones que se centran en estudiar el comportamiento afectivo en las relaciones sociales mediadas por Internet (Levis, 2001). En América Latina y España, se encontraron investigaciones sobre la afectividad en los vínculos virtuales o en el espacio virtual (Raad, 2004; Bona, Callén y Alfama, 2005; Linhares Sanz, 2006; Camacho y Guzmán, 2010).

Los estudios realizados con estudiantes universitarios de San Luis, muestran que el 59.1 % usa el Chat *4 horas o menos a la semana* (menos de 1 hora diaria), siguiendo un 22.5 % que chatea *8 o más horas semanales* con una tendencia mayor de los varones a mantenerse por más horas chateando, que el grupo de mujeres de la misma muestra. En cuanto a *los Motivos de conexión u objetivos de uso del Chat*, se destaca en primer lugar la Amistad, seguida por el Ocio y juego. En este sentido, la opción Amistad representa el 36.37% de las respuestas, Ocio/juego el 20.10%, Estudio/Profesión el 17.38%, seguido por las opciones Información (16.90%) y Otros motivos (9.25%). Esto pone en evidencia la importancia que ha tenido cada vez más la dimensión interpersonal en Internet, dejando en un segundo plano el poder informativo (Tapia y Cornejo, 2011). Un trabajo académico reciente sobre los vínculos de los jóvenes en el contexto de las Redes Sociales de la UNS, indica un mayor número de horas de conexión de los estudiantes. De las 70 personas encuestadas, el 97,14% utiliza Facebook como herramienta y medio de comunicación, la mayoría (88%) se conecta varias veces al día, todos los días (desde sus computadoras o sus teléfonos). Las funciones principales que le dan a esta red social es *mantener contactos* (64,29 %), *publicar fotos, videos* y *música* (60 %), y en menor porcentaje como *herramienta de trabajo* (35,71%). Es interesante que el 50% de los sujetos expresó alguna vez haber experimentado la imposibilidad de desconexión, y autopercebir una conexión desmedida a la red social, independientemente de las horas reales de conexión (Kram Uribe, 2016).

Vínculos virtuales

En la actualidad, no hay dudas que los vínculos interpersonales y su dinámica han sufrido modificaciones asociadas a los avances de la tecnología y la expansión de las redes sociales, cambiando el paradigma de la comunicación fundamentalmente en los adolescentes y jóvenes.

Estas nuevas formas de vincularse, han dado lugar a la construcción de nuevas subjetividades. Sullivan (1953, 1956) planteó que el sí mismo se desarrolla en un contexto interpersonal, por lo que el autoconocimiento incluye la representación cognitiva de acontecimientos interpersonales. El sujeto experimenta ciertas características personales pertenecientes al sí mismo, a través de las apreciaciones de uno mismo reflejadas por otras personas. Así, las características valoradas por las personas significativas, pasan a personificarse como el sí mismo con valor positivo; y las características que se asocian con un grado moderado de obstáculo, forman parte del sí mismo con valoración negativa.

Para Raad (2004) los vínculos virtuales son aquellas interacciones sociales donde las emociones y sentimientos estarían atravesados por la tecnología formando parte de la construcción de la identidad. Gracias a este devenir tecnológico, la comunicación cara a cara no sería necesaria todo el tiempo, llevando la comunicación al plano virtual.

Al respecto, Almeida (2013) sostiene que la sustitución de una interacción cara a cara por una comunicación mediada por computadores, constituye una dialéctica interactiva de protección y exposición, de visibilidad y ocultación. Por un lado, estamos protegidos por estar removidos físicamente de las actuaciones en línea (como si las pantallas fueran escudos), y por el otro, estamos inmersos en el mayor proscenio del mundo.

Lo interesante de este nuevo contexto, es que son las conexiones entre los perfiles y no los perfiles en sí mismos, las que conforman una red.

En las redes sociales, cada usuario hace su performance o su construcción pública del yo, siendo este perfil *“un conjunto de datos de diversa naturaleza, un collage de texto e imágenes que componen un reflejo de sí mismo, pero maleable, cambiante, flexible”* (Bernete, 2010:102). Éste es un espacio donde nada se oculta, dado que las conexiones son públicas; y aunque a veces los comentarios o mensajes que se envían intentan ser privados, el espacio es fundamentalmente público. Las características anacrónicas (acceso a la información tiempo después) y sincrónicas (los datos personales persisten durante mucho tiempo) hacen de Internet un espacio que implica una multiplicidad de riesgos, pudiéndose utilizar la información para diversos fines. Lo público juega un papel diferente, se interactúa de una forma que antes no existía aunque esa interacción sea con personas ya conocidas, o bien, se establecen interacciones nuevas que motivan a pesar del peligro que conllevan.

Al construir su identidad en la red, las personas no solo crean perfiles para comunicarse con los demás, sino también para expresar quiénes son, cómo son, qué preferencias y actividades disfrutan, o describir de alguna forma cuáles son las situaciones sociales por las que atraviesan. En este sentido, la función *“Me gusta”* es una de las funciones que posee Facebook con connotación de aprobación, función utilizada por los usuarios para

dar cuenta que una imagen o un artículo les agrada. Podría pensarse entonces, que en esta sociedad donde la imagen de la persona ocupa un papel relevante, las fotos publicadas sobre sí mismos en Facebook buscan cierta aprobación o valoración de los demás asociados al número de “*Me gusta*” recibidos.

A comienzos del 2016, la compañía Facebook, incorporó más funciones para expresar las emociones que pueden desencadenarse a partir de una publicación (“*Me enoja*”, “*Me asombra*”, “*Me entristece*”, “*Me encanta*” y “*Me divierte*”) en un intento de ampliar aún más la comunicación de la experiencia subjetiva de los usuarios.

Bauman (2003) aporta una mirada interesante al funcionamiento humano en lo que ha denominado la Modernidad Líquida. En ella, las personas más que transmitir su experiencia y expectativas en términos de relacionarse y relaciones, hablan de conexiones, de conectarse y estar conectado. En lugar de hablar de parejas, prefieren hablar de redes. A diferencia de las relaciones, el parentesco, la pareja o cualquier otra idea que resalta el compromiso mutuo; la red representa el descompromiso, una matriz que conecta y desconecta a la vez. En las redes, ambas actividades están habilitadas al mismo tiempo, es decir que conectarse y desconectarse son elecciones igualmente legítimas, del mismo estatus y de igual importancia. La red sugiere momentos de estar en contacto y a la vez momentos de merodeo; en una red las conexiones se establecen a demanda y pueden cortarse a voluntad, pudiendo ser disueltas antes de convertirse en detestables.

Las relaciones pre virtuales o relaciones verdaderas son reemplazadas entonces, por las relaciones virtuales o conexiones. Estas últimas son de fácil acceso y salida, se caracterizan por ser sensatas, higiénicas, fáciles de usar, amistosas con el usuario, en contraposición de lo pesado, inerte, lento y complicado de las verdaderas o pre virtuales. Las relaciones virtuales rigen a todas las otras relaciones; sin embargo, a pesar de la facilidad que ofrecen -descompromiso y ruptura a voluntad-, no reducen los riesgos sino que sólo los distribuyen junto con las angustias que generan de manera diferente.

A la luz de los planteos de Bauman, los vínculos más íntimos se vuelven líquidos e inestables, el contacto humano, el sexual y afectivo, se vuelve inconsecuente, transaccional, efímero mientras obsesivamente se rinde culto al cuerpo el cual es el elemento primordial de retroalimentación de la escala de valores individualista basada en la seducción personal y la apariencia de bienestar. Al individuo se le delega la tarea de autoidentificarse con identidades flexibles y cambiantes mientras los vínculos sociales se diluyen.

Lo cierto e indiscutible, es que los nuevos modos comunicativos y las formas de vincularse han tomado características extraordinarias en relación al esquema comunicacional clásico, abriendo caminos en el estudio del funcionamiento de las nuevas sociedades atravesadas por la vertiginosidad de los avances tecnológicos.

Será tarea de las próximas investigaciones el responder diversos interrogantes a los fenómenos que se observan en la actualidad. Responder a los planteos de la existencia de una realidad dual (real vs virtual) donde las personas se vinculan con dos identidades diferentes, o bien la identidad es única, más allá del contexto vincular. El reemplazo de las relaciones cara a cara por los vínculos virtuales; la importancia y necesidad de autoafirmación a partir de un *Me gusta* del otro, con prescindencia de quién sea ese

otro, serán algunos de los aspectos que deberán abordarse desde la mirada amplia de las diferentes disciplinas, a fin de comprender la complejidad de este fenómeno social que trasciende las fronteras del campo psicológico y sociológico.

Referencias Bibliográficas

- Almeida Arao, R. (2013). "Buscando la mexicanidad en una postmodernidad digital. La mexicanidad en la presentación de mexicano-americanos en Facebook". **Revista de Ciencias Sociales, Segunda época**, año 4, nro. 23. Dossier de Ciencias Sociales. Universidad Nacional de Quilmes. Argentina.
- Bernete, F. (2010). "Usos de las TIC, Relaciones sociales y cambios en la socialización de los jóvenes". **Revista de estudios de juventud**, (88), pp. 97-114.
- Bauman, S. (2003). **Modernidad líquida**. México, Fondo de Cultura Económica.
- Bona, Y., Callén, B. y Alfama, E. "La Virtualización de la Afectividad". **Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social** [en línea] 2005, (primavera): [Fecha de consulta: 7 de septiembre de 2016] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=53700718>> ISSN 1578-8946.
- Camacho I. y Guzmán J. (2010). "Relaciones socio-afectivas en entornos virtuales". **Revista Ética.net**, Año VII, Nro. 9. Universidad Pedagógica experimental, Libertador, Venezuela. Publicado en Granada- España. <http://www.ugr.es/~sevimeco/revistaeticanet/index.htm>
- Cornejo, M. y Tapia, M. (2012). "Redes sociales y relaciones interpersonales en internet". **Revista Fundamentos en Humanidades** (ISSN 1515-4467, ISSN 1668-7116 en línea) año XII número II (24/ 2011) 219/229.
- Facebook Argentina por dentro (2012). **El Diario La Nación**. Recuperado en www.lanacion.com.ar. Consultado el 20/082016.
- Kram Uribe, C. (2016). "Los Vínculos de los jóvenes en el contexto de las redes sociales". Trabajo final integrador para optar al grado de Licenciatura en Psicología. UNSL (sin publicar).
- Levis, D. (2001). "Relaciones afectivas en internet: Buscando salir del círculo de la soledad". **Kairós**, Año 5, n° 6, – ISSN 1514-9331 <http://www.fices.unsl.edu.ar/kairos/index.html> y en **ABRA** n°31, Revista de la Facultad de Ciencias Sociales de la Univ. Nacional de Costa Rica. 2º semestre 2001/1er semestre 2002.
- Linhars Sanz, C. (2006). "Imagem digital e fotologs: novas faces da temporalidade e da memoria no cenário contemporâneo". **Revista Razón y palabra**. VIII Congreso Latinoamericano de Inv. De la comunicación. ALAIC 2006. Universidade Federal Fluminense, posgrado en Comunicação, Imagem, e Informação. Mexico. www.razonypalabra.org.mx/antiores/n52/26linhares.pdf

- Raad, A. (2004). "Comunidad Emocional, Comunidad Virtual: Estudio sobre las Relaciones Mediadas por Internet". **Revista Mad** Nro. 10. Departamento de Antropología, Universidad de Chile. <http://www.revistamad.uchile.cl/index.php/RMAD/article/view/14785/0>
- Romá, M. (2013). "Huracanes"...una campaña publicitaria sexista, entre las disculpas y la reivindicación". **Revista Fundamentos en Humanidades** (ISSN 1515-4467, ISSN 1668-7116 en línea) año XIV número II (28/ 2013).
- Sullivan, H. (1953). **The Interpersonal theory of Psychiatry**. New York: Norton.
- Sullivan, H. (1956). **Clinical studies in psychiatry**. New York: Norton.
- Tapia, M y Cornejo, M. (2011). "Relaciones interpersonales y el chat como nuevo modo de comunicación. Un estudio exploratorio en estudiantes universitarios de San Luis". **Memorias III Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XVIII Jornadas de Investigación Séptimo Encuentro de Investigadores En Psicología Del Mercosur** (ISSN 1667-6750). pp. 285-287.
- Tapia, M. (2016). **Estilos Interpersonales y Construcción de la Identidad en Internet. Las nuevas tecnologías, su impacto en los vínculos y en el sí mismo**. Editorial Académica Española. ISBN 978-3-8417-6499-7. Alemania.