



Universidad de
San Andrés

Universidad de San Andrés
Departamento de Ciencias Sociales
Licenciatura en Comunicación

*Las redes sociales y el cambio en las interacciones entre los
individuos según distintas generaciones*

Autor: Martina Oteiza Aguirre
Legajo: 25051
Mentor: Silvia Ramírez Gelbes

Buenos Aires, julio 2018

Índice

1. Introducción	3
2. Marco teórico	7
3. Plataformas digitales más utilizadas	13
3.1. <i>Facebook</i>	15
3.1.1 Resguardo de los datos	16
4. Características generales de los grupos etarios	18
4.1. Los nativos digitales	18
4.2. Los inmigrantes digitales	21
5. Nuevos desarrollos en las interacciones y sus consecuencias	22
5.1. Bullying informático	23
5.2. Aislamiento	26
5.3. Múltiples identidades	26
5.4. <i>Grooming</i>	29
6. Diseño Metodológico	30
6.1. Rasgos generales de la encuesta	31
6.2. Formato del cuestionario	32
6.3. Grupos etarios encuestados	32
7. Análisis y Hallazgos	34
7.1 Procesamiento de los datos	34
7.1.1 Preguntas cerradas	34
7.1.2 Preguntas abiertas	45
7.2 Síntesis	50
8. Conclusiones y posibles futuros análisis	52
9. Referencias Bibliográficas	56
10. Anexo	61
10.1. Otras plataformas digitales	61
10.2. Encuesta: Interacción en las redes sociales	63
10.3 Capturas de pantalla de <i>Facebook</i>	65

1. Introducción

Las nuevas tecnologías han producido una revolución de la comunicación y, tal como afirma Castells (2009), “el proceso de comunicación se define por la tecnología de la comunicación, las características de los emisores y los receptores de la información, sus códigos culturales de referencia, sus protocolos de comunicación y el alcance del proceso.” (p.87).

La rápida expansión de Internet ha producido la creación de innumerables comunidades ya que en 2001, de acuerdo con Wellman (2001), más de la mitad de los norteamericanos tenían acceso a Internet. El debate centrado en la influencia de Internet en el capital social se ha incrementado. Existen diversas posiciones entre las que podemos distinguir, siguiendo a Wellman (2001), las que el autor denomina “*utopians*” que creen que Internet proporciona nuevas y mejores formas de comunicación.

Por el contrario, los “*dystopians*” sostienen que Internet aleja a las personas de sus comunidades y sus familias. Algunos expertos explican que muchas de las relaciones que se forman en el ciberespacio continúan en el espacio real. Otros afirman que Internet aumenta la comunicación no solo *online* sino *offline* porque permite contactarse con amigos y familiares que se encuentran lejanos. También mejora la comunicación “cara a cara” ya que estimula las relaciones sociales produciendo contactos más frecuentes. Adicionalmente, aparece una postura como la de Kraut *et al.* (1998), quienes aseguran que Internet puede ser un factor de alienación. Además, los autores consideran que el efecto de Internet en la sociedad debe ser considerado a nivel evolucionario porque ha intensificado y modificado las características de la comunicación interpersonal.

A su vez, Carey (1989) y Civin (2000) en Birmie y Horvath (2006) afirman que la aparición de Internet ha tenido un impacto mayor que la de la televisión porque Internet afecta una mayor

cantidad de áreas de la vida de las personas, abarcando familia, educación, trabajo, etc. Ciertamente Internet es una tecnología que revolucionó la forma en que las personas se relacionan. Finalmente, Wellman *et al* (2001) en Birmie y Horvath (2006) concluyen que Internet es un elemento adicional al comportamiento social tradicional y no lo aumenta ni lo disminuye aunque lo ha transformado.

Queda claro entonces que estas nuevas tecnologías han tenido un significativo efecto en la sociedad y las relaciones sociales han sufrido una transformación copernicana: las redes sociales han cambiado al mundo en todos sus aspectos. Por este motivo, resulta importante explorar el impacto resultante en las interacciones entre las personas como consecuencia de estas modificaciones y las percepciones que los usuarios tienen de sus propios comportamientos.

Según Castells (2009), “la comunicación interpersonal es interactiva” debido a que el mensaje se envía de uno a otro “con bucles de retroalimentación”. La difusión de Internet ha posibilitado una nueva forma de comunicación interactiva: pueden enviarse “mensajes de muchos a muchos, en tiempo real o en un momento concreto...” (p. 88). Asimismo, la aparición de las redes sociales hizo que las interacciones “cara a cara”, forma tradicional de comunicación interpersonal, comenzaran a realizarse cada vez con mayor frecuencia mediante distintos dispositivos tecnológicos. La relación entre las personas comenzó a mostrar diferentes esquemas de preferencia, frecuencia y alternancia entre las redes sociales. A primera vista, la creación de las nuevas redes sociales facilitó cada vez más la comunicación entre las personas.

Sin embargo, estos cambios también pueden haber generado desfases a la hora de comunicarse entre personas de distintas generaciones. Los más jóvenes, especialmente los nativos digitales, tienen mayores recursos en el manejo de las comunicaciones vía redes sociales, a

diferencia de los inmigrantes digitales que debieron aprender a usar una computadora en su juventud.

A partir del surgimiento de las redes sociales, cada vez más personas dedican un alto porcentaje de su tiempo libre a las comunicaciones *online* para informar sus actividades, comunicarse o compartir información personal. Los dispositivos tecnológicos permiten nuevos tipos de intercambio, un nuevo campo donde generar interacciones.

En primer lugar, las redes sociales se utilizan para la comunicación entre amigos y familiares, fortaleciendo la sociabilidad ya que las personas se sienten menos expuestas porque interactúan a través de un dispositivo. En segundo lugar, los usuarios se comunican con gente que jamás han conocido y con la que nunca han hablado “cara a cara”.

En tal sentido, Traversa (2014) en *Inflexiones del discurso* presenta cuatro tipos de vínculos: vínculos plenos, vínculos semirrestringidos, vínculos restringidos y vínculos paradójales. El vínculo que interesa a los efectos de la investigación de este trabajo es el segundo tipo, denominado semirrestringido que se caracteriza por la “reducción de las dimensiones del cuerpo”, como es el caso de un teléfono, un *chat* o un lazo a distancia por vía informática. Este autor señala que en este tipo de vínculo “puedo mentir por teléfono sobre asuntos que no admitiría el empleo de Skype” (p. 66) o *chat*. De esta forma, puede verse que las interacciones por medio de las nuevas tecnologías de comunicación tienen ciertas diferencias con las interacciones “cara a cara” porque el usuario puede manifestarse en forma más abierta y libre cuando habla por medio de un dispositivo.

Este trabajo analiza la percepción de tres grupos etarios de los cambios en las interacciones “cara a cara” para responder a la siguiente pregunta de investigación: ¿ha cambiado la percepción de las personas acerca de sus comportamientos a partir de la aparición de las redes sociales? En

cuanto a los comportamientos a investigarse aparece en primer lugar el resguardo de datos personales, luego las costumbres cotidianas y el posible aislamiento y, finalmente, los comportamientos más peligrosos como por ejemplo *bullying*, acoso y *grooming*.

Debido a que la tecnología comunicacional es relativamente reciente, pueden encontrarse generaciones que no nacieron con estos avances y no los han incorporado totalmente a su rutina, a diferencia de los nativos digitales. A estos usuarios se los denomina inmigrantes digitales. Por esta razón, este trabajo explora tres grupos generacionales y las diferencias en las interacciones vía digital y sus preferencias.

En consecuencia, es preciso investigar cómo han cambiado las interacciones a partir del surgimiento de las redes sociales en personas de distintas generaciones haciendo especial hincapié en los nativos digitales y los inmigrantes digitales. A partir de estas preguntas, se elabora la siguiente hipótesis:

La aparición de las redes sociales ha producido un profundo cambio en los comportamientos en las interacciones de las personas, apreciándose distintos grados de cambio según los grupos etarios de los usuarios y sus preferencias.

En cuanto al diseño metodológico, a los efectos de explorar la hipótesis planteada, se recurre al método de encuesta para la recolección de los datos de la población usuaria de redes sociales. Esta encuesta se publica en la plataforma *Facebook* porque permite diferentes tipos de comunicación: una comunicación interpersonal bilateral porque puede restringirse a unos pocos participantes y, mediante el “privado”, las interacciones interpersonales se sitúan a una escala mucho más pequeña.

Este trabajo de investigación se encuentra dividido en ocho partes: luego de la introducción, en el primer apartado se discute el marco teórico recurriendo a Verón (2013), Licklider (1968) y Traversa (2014), entre otros autores. A continuación, se investigan las redes sociales más utilizadas y las características de los grupos etarios seleccionados. El apartado número cinco hace referencia a distintos tipos de interacciones y sus consecuencias. El diseño metodológico utilizado se presenta en el apartado siguiente y se exponen los rasgos generales de la encuesta incluida en el Anexo. A continuación, se exploran los resultados obtenidos para arribar a una síntesis y elaborar una conclusión.

2. Marco teórico

Como marco teórico, esta investigación se apoya en la teoría de discursos sociales de Verón (1987): un conjunto de hipótesis sobre los modos de funcionamiento de la semiosis social, entendiéndose por ésta la dimensión significativa de los fenómenos sociales.

En la década de los años 70 surge el concepto del discurso y el de la teoría de los discursos sociales que, según Verón (1987), permite tres superaciones conceptuales. En primer lugar, el discurso es autónomo respecto de la lingüística y se sitúa en un nivel superior de análisis aunque guarda una relación de articulación mutua con ella. En segundo lugar, se abre la posibilidad de un pensamiento terciario sobre la significación que incluye al interpretante y da lugar a la noción de productividad de sentido. En tercer lugar, se expande el análisis a otras dimensiones, como por ejemplo, la materialidad del sentido y la construcción de lo real.

El autor propone que lo más importante en una sociedad es su capacidad de producir sentido y que está dada en lo que denomina ‘textos’. En cada texto se inscribe un discurso, por lo tanto, se habla de operaciones discursivas. Por dicho motivo, puede afirmarse que la teoría de los

discursos tiene una vocación translingüística, “...cuya materia consiste unas veces en el mito, en el cuento o en el artículo periodístico y otras en objetos de nuestra civilización, en la medida en que estos sean hablados (a través de la prensa, los carteles, las entrevistas, la conversación...” (Barthes, 1964, p. 14) Sin embargo, no es un tipo de discurso sino una dimensión de discursos socialmente determinados que revelan un modo de organizar las ideas y de ubicarse en el mundo.

Verón (1987) propone que toda producción de sentido es necesariamente social ya que todo fenómeno social contiene un proceso de producción de sentido, es decir, una dimensión significativa constitutiva. No se puede describir satisfactoriamente un proceso significativo sin explicar sus condiciones sociales productivas. Además, no hay sociedad sin intercambio de signos y el análisis de los discursos sociales permite el estudio de la construcción social de lo real. Es decir, la semiosis estudia los fenómenos sociales en tanto procesos de producción de sentido. De esta forma, el autor se propone construir una teoría que explique el funcionamiento de los discursos en sociedad, que aclare sus formas de generación, recepción y análisis. La teoría de Verón (1987) se proyecta a los fenómenos colectivos y se pregunta qué fenómenos se vuelven socialmente significativos y, por esta razón, resulta un apropiado marco teórico para el estudio de las redes sociales y los comportamientos de los usuarios de diversas edades en las mismas.

Asimismo, la teoría de los discursos sociales explica la circulación social de los discursos y da cuenta de la trascendencia de la dimensión discursiva en la construcción social de lo real porque estudia la *red interdiscursiva infinita* que compone la semiosis social.

En este trabajo se recurre también a Licklider (1968), quien escribe sobre Internet en una época cuando todavía no existe y la denomina una *red galáctica*. Este autor es el pionero de Internet con una temprana visión acerca de las redes y sus inmensas posibilidades. En *The computer as a communication device*, manifiesta: “In a few years, men will be able to

communicate more effectively through a machine than face to face” (p. 21). Esta cita refleja claramente la visión que se tiene en la actualidad del mundo de las interacciones a partir de la aparición de las redes sociales.

Verón (2013) en *La semiosis social 2* coincide con Licklider (1968) en cuanto a la revolución producida por el acceso mediante los “dispositivos técnicos de comunicación” dado que “la magnitud y la velocidad del proceso” genera enormes cambios en los campos “económico, tecnológico, político, social y cultural”. Para Verón (2013), la globalización de este acceso produce “la aceleración del tiempo histórico” (p. 277). Sin embargo, es preciso identificar la especificidad cualitativa del fenómeno Internet en los discursos.

En su análisis, el autor distingue el concepto de “red” que ya ha mencionado Licklider en 1968 y lo relaciona con los orígenes del pensamiento geométrico y, en términos biológicos, a la red neuronal del cerebro. Para Verón (2013), la especificidad de Internet como dispositivo se ve claramente expresada en las dos primeras “w”: *world wide*, el campo de aplicación mientras que *web* se refiere al concepto. La complejidad de la automatización presenta entonces un tema crucial: “la inteligencia de las trayectorias” (p. 279).

En cuanto a las interacciones, a pesar de los recursos tecnológicos disponibles, los multiniveles y lo hipermedial, en general, de acuerdo con Covi Druetta (2016), “los procesos comunicativos se nutren del modelo aristotélico de la comunicación: emisor - mensaje - receptor” (p.57), pero el mismo se ve totalmente renovado por las posibilidades que ofrece la digitalización. Así, se establecen modelos más activos y participativos que multiplican la posibilidad de los intercambios en la nueva dimensión espacio-temporal.

Tal como ya se ha mencionado, Traversa (2014) introduce cuatro nociones de vínculos o “distinciones que se pueden observar entre los atributos de los cuerpos actuantes en distintas

situaciones de circulación discursiva...” (p. 65). En primer lugar, presenta los vínculos plenos, “aquellos que incluyen los cuerpos de los actores en presencia y las técnicas empleadas son las propias del cuerpo...” (p. 66) por ejemplo, aparato fonador, los gestos o mímica facial. En las interacciones “cara a cara”, los interlocutores recurren a un *feedback* permanente para asegurarse de que la comunicación es efectiva.

En segundo lugar, los vínculos semirrestringidos “...se caracterizan por la reducción de las dimensiones del cuerpo...” y las interacciones se realizan por medio de algún recurso técnico, como el teléfono, *Skype*, chat. Para Traversa “La intervención de la técnica constituye un verdadero salto de universo...” (p. 67). Velkovska (2002) coincide con Traversa (2014) ya que para este autor “los dispositivos técnicos de interacción mediatizada plantean la pregunta por la producción de un sentido compartido en los contextos de intercambio caracterizados por la distancia entre los cuerpos.” (p. 194).

En tercer lugar, se encuentran los vínculos restringidos donde uno de los cuerpos está ausente, por ejemplo un cuerpo frente a un texto y por último, los vínculos paradójales que son la radio o la televisión y existe la “posibilidad de simultaneidad entre los acontecimientos y su mostración y la llamada toma directa.”. Estos medios crean un producto acabado, sea un film, concierto, etc. y “configuran una textualidad que introduce relaciones temporales y espaciales sin precedentes.” (Traversa, 2014, p. 68).

Tal como se indica en la introducción, en esta investigación se trabaja con el vínculo semirrestringido que trata de un cuerpo en interacción con un dispositivo tal como serían las redes sociales.

A Verón (2013) le interesa la “transformación profunda de la relación de los actores individuales (...) con los fenómenos mediáticos”. Internet ha permitido “...introducir los

resultados discursivos de las operaciones cognitivas de la primeridad, la secundariedad y la terceridad en el ciberespacio, a través de la digitalización de todos los productos mediáticos existentes hasta el momento.” (p. 279). En *La semiosis social* (1987), Verón presenta la noción de *circulación discursiva*, concepto que da cuenta de las condiciones de la producción, el discurso y el discurso de lectura. La lectura de esta distancia entre estos factores justifica los efectos de la circulación discursiva. El semiólogo analiza la relación entre las condiciones de producción y las de reconocimiento de un discurso: “La distancia entre producción y reconocimiento es extremadamente variable, según el nivel de funcionamiento de la semiosis en que uno se coloca, así como según el tipo de conjunto significativo estudiado.” (Verón, 1993, p. 129).

Sin embargo, estos resultados discursivos no explican cuáles son las transformaciones que Internet pueda producir en las prácticas de actividad social de distintos sectores o generaciones. Internet, a lo largo de los 10 años que toma en cuenta Verón (2013), ha estabilizado sus usos. A los fines de esta investigación, interesa explorar la dimensión de la secundariedad, los “usos relacionales” que se configuran en las redes sociales: “el contacto, la reacción, la continuidad metonímica de las relaciones interpersonales.” (p. 280)¹.

En otras palabras, Internet plantea tres cuestiones cruciales entre las que se destaca, además del acceso al conocimiento y la cultura y al vínculo de los actores sociales con las instituciones, “la relación con el Otro.” (Verón, 2013, p. 281). Si se tiene en cuenta la historia de la mediatización: “la WWW comporta una mutación de las condiciones de acceso de los actores individuales a la discursividad mediática produciéndose transformaciones inéditas en las condiciones de circulación.” (p. 281).

¹ Se dejan de lado la primeridad, los usos de búsqueda o la navegación y la terceridad de la aplicación de las normas específicas destinadas a producir resultados tales como operaciones bancarias o transacciones comerciales.

Aunque todas las sociedades han sido sociedades de información, para Verón (2013) la red plantea en una forma novedosa la relación de los actores individuales con el saber humano. Además “las redes sociales reactivan sin cesar la pregunta sobre el vínculo social en las tres dimensiones de la semiosis: afectiva, factual y normativa.” (p. 281). En otras palabras, las tecnologías de la comunicación y en este caso en particular, las redes sociales, redefinen el vínculo que establecen las personas.

Cáceres *et al.* (2009) analizan cómo los procesos de digitalización afectan las relaciones intersubjetivas y la comunicación interpersonal que hasta los comienzos de la digitalización ha estado vinculada a la co-presencia de los actores en el espacio y en el tiempo: “La relación directa (...) ha sido una de las características diferenciales (...) que separa los procesos de comunicación interpersonal de aquellos otros que se llevan a cabo con la mediación tecnológica.” (p. 1).

Los autores se refieren a actividades cotidianas tales como la extracción de dinero de un cajero automático en sustitución de la interacción con un empleado, la comunicación vía e-mail en lugar de “cara a cara”, las compras a través de Internet o el establecimiento de relaciones de amistad *online*.

A la hora de investigar el tema de estudio que se trata en este trabajo, estos autores se basan en la forma en que los jóvenes se presentan ante otros a través de los procesos de comunicación interpersonal con mediación tecnológica, así como también cómo estos nuevos procesos permiten manejar múltiples identidades y personajes que se construyen en la relación con sus amigos digitales.

A su vez, Walther (1996) caracteriza tres formas de relaciones personales con mediación de las computadoras. En primer lugar, las impersonales en las que la presencia de la computadora actúa como factor de despersonalización. En segundo lugar, en ciertas circunstancias se da una

verdadera comunicación interpersonal, semejante a las comunicaciones “cara a cara” aún en el caso de comunicaciones mediadas por la computadora, denominadas CMC. Finalmente, la CMC puede facilitar las condiciones para que la comunicación fluya con mayor calidad o intimidad debido a que la mediación de tecnología puede resolver algunos obstáculos que impiden una comunicación interpersonal de calidad. La mediación tecnológica hace que la tipología de relaciones personales se amplíe en comparación con las limitaciones inherentes a las relaciones “cara a cara” y, por este motivo, se denomina relación hiperpersonal.

Sin embargo, el desarrollo de las nuevas tecnologías no ha traído solo avances a nivel social, sino también consecuencias de todo tipo a largo plazo. La sociabilización de los usuarios y su interacción con amigos, familiares, compañeros se ve comprometida a veces de forma negativa, tal como afirman Echeburúa y Corral (2010)². El nivel de uso que se les da a las redes sociales puede presentarse como una adicción. Es importante tener esto en cuenta para entender las dimensiones que abarcan las redes en la sociedad hoy en día: “La ciberadicción³ se establece cuando el niño deja de verse con sus amigos y se instala frente a la pantalla...” Probablemente los atractivos de Internet para los jóvenes sean su respuesta rápida, las recompensas inmediatas, la interactividad. Los autores concluyen que “el uso es positivo, siempre que no se dejen de lado el resto de las actividades propias de una vida normal...” (p. 3).

3. Plataformas digitales más utilizadas

En *Redes Sociales Digitales: lugar de encuentro y organización para los jóvenes*, Covi Druetta (2016) señala que las plataformas digitales más utilizadas por los jóvenes en relación a las

² En su artículo “Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto”

³ Entre un 3% y un 6% de jóvenes españoles de once a veinte años hace un uso abusivo de Internet.

redes sociales en general son: *Facebook* en primera instancia, *Youtube* en segundo lugar y en tercero, *Twitter*. Sin embargo, “según los perfiles de cada grupo etario, dan mayor importancia a una red social u otra, dependiendo de las motivaciones de su uso, las herramientas que posean y la red de intereses a la que se vinculan.” (p. 49). Aunque *WhatsApp* tuvo como objetivo inicial el intercambio de mensajes, se ha convertido en una red social ya que sus usuarios han creado grupos y envían diversos contenidos digitales, como por ejemplo fotografías, texto, voz y videos⁴.

La autora sostiene que, en el momento en que escribió este texto, *Facebook* era la red más utilizada, pero debe tenerse en cuenta que las redes sociales cambian permanentemente y se modifica la preferencia de los usuarios. Un factor muy importante de la popularidad de *Facebook* es que permite el enlace con otras redes. Al facilitar la interconexión, aumenta la percepción de su relevancia. Los jóvenes consideran “que es una red social sin ninguna complicación, fácil de decodificar y usar (...) cómoda y amigable.” (p. 49). Asimismo, *Facebook* es una red visual y esta característica aumenta la sensación de “que es fácil de comprender, la vuelve divertida, informal y se presta más para la conversación con amigos, desde temas trascendentes hasta personales.” (p. 50). *Facebook* ha reemplazado a *MSN Messenger* e inclusive a *Skype* porque permite hacer videollamadas y se ha vuelto un medio de comunicación masiva sin restricciones.

El acceso a la tecnología brinda diferentes alternativas para superar limitaciones, para expresarse u organizarse, especialmente en las generaciones más tecnológicamente atrasadas que, sin embargo, valoran su propia capacidad y disposición para poseer dispositivos digitales, conectarse a una red e interactuar. En muchos casos aquellas personas que no tienen grandes recursos tecnológicos igualmente producen una gran cantidad de intercomunicaciones, de manera

⁴ Dado el alcance de la presente investigación, este punto solo se destaca pero no se lo profundiza.

tal que sus carencias no constituyen una limitante y las potencian incrementando consultas y pedidos de recomendaciones a aquellos más experimentados.

3.1. Facebook

Es preciso considerar el lugar que *Facebook* ocupa dentro de las redes sociales: es la mayor y más rentable del mundo y, por esta razón, recibe innumerables elogios y críticas.

En cuanto a los objetivos de la compañía, estos han variado con el transcurso del tiempo. El 16 de febrero de 2017, Mark Zuckerberg, director ejecutivo de *Facebook* publicó una carta a modo de manifiesto en la que se dirige a la comunidad de 1230 millones de usuarios. En ella, establece los nuevos objetivos de la compañía e insta a los usuarios a utilizarla como medio para comunicarse, para informarse y apoyarse mutuamente. Promueve además el compromiso cívico en un mundo en el que algunos poderosos quieren levantar muros y separar a las personas.

Zuckerberg (2017) destaca la necesidad de mantener a la comunidad global de *Facebook* segura. Sin embargo, *Facebook* se encuentra inmersa en una de las mayores filtraciones de datos en la historia. La corte de Massachusetts ha abierto una investigación "...about misusing data from 50 million Americans in order to target political advertising and manipulate voters"⁵. Los perfiles de estos usuarios activos de *Facebook* representan aproximadamente un tercio de los usuarios norteamericanos y casi un cuarto de los votantes potenciales. Las violaciones a los acuerdos de privacidad son pasibles de severas multas y el monto sería casi impagable si se multiplicara por la cantidad de usuarios afectados.

⁵ [https://www.nytimes.com/2018/03/18/us/cambridge-analytica-facebook-privacy-data.html?emc=edit ta_20180318&nl=top-stories&nid=56483649&ref=cta](https://www.nytimes.com/2018/03/18/us/cambridge-analytica-facebook-privacy-data.html?emc=edit_ta_20180318&nl=top-stories&nid=56483649&ref=cta)

Todas las redes sociales, no solo *Facebook*, pueden producir profundos cambios en la sociedad y en la psicología, tanto en forma positiva como negativa. En tal sentido, Palihapitiya⁶, un ex ejecutivo de *Facebook*, ha expresado su preocupación: “las redes sociales están desgarrando a la sociedad” y lamenta haber participado en la construcción de herramientas que destruyen el tejido social promoviendo ciclos de retroalimentación a corto plazo que estimulan la producción de dopamina y reducen el lapso de atención. Este problema es global y se han erosionado las bases fundamentales del comportamiento humano: corazones y pulgares hacia arriba representan las interacciones humanas y fomentan la ausencia de discurso.

A estas críticas se suman las del primer presidente de *Facebook*, Parker, quien considera que la red social explota los aspectos más vulnerables de la psicología humana y afecta la validación social de los usuarios.

3.1.1 Resguardo de los datos

La filtración de datos reconocida y aceptada por *Facebook* plantea nuevos interrogantes en cuanto al uso de las redes sociales. Verón (2013) presenta el tema del control de las redes y de “quién paga los altos costos de la producción” y advierte que “no debe obedecer simplemente a la lógica comercial” (p. 285) tal como ocurrió en el caso *Facebook*. Asimismo, Verón (2013) advierte que “las corporaciones se disputan el liderazgo en los distintos sectores del mercado potencial de Internet” (p. 286) y someten a la población de usuarios “a un escrutinio permanente.” (p. 287).

Al conocerse que la información personal de 87 millones de usuarios desde 2014 había sido utilizada por Cambridge Analytica con fines políticos, miles de usuarios salieron de *Facebook* o borraron datos de sus cuentas. Sin embargo, muchos también decidieron no prestar atención o

⁶Palihapitiya trabajó en *Facebook* desde 2007 a 2011
<https://www.theverge.com/2017/12/11/16761016/former-facebook-exec-ripping-apart-society>

resignarse. Debe señalarse que aun desactivando la cuenta, la plataforma continúa teniendo maneras de registrar la actividad *online* de un usuario que se ha dado de baja. Por este motivo, es importante conocer que el usuario puede bajar su paquete de datos para analizarlos: carpetas de fotos, videos, historial de llamadas, mensajes. Aun en el caso de usuarios pasivos, las marcas pueden obtener información comprándola a proveedores mediante *cookies* o rastreadores de Internet. En suma, se ha generado un estado de alerta ante la impunidad con que las empresas manejan los datos de los usuarios. Sin embargo, “según datos de la plataforma SAPHybris, el 55 por ciento de los argentinos está dispuesto a mostrar su historial y un 45 por ciento incluye su celular...” (Celora, 2018, p. 33).

De lo expuesto surge que los datos que los usuarios comparten en las redes sociales evidencian una preocupante falta de resguardo y el manejo de la privacidad se ha convertido en un tema de particular relevancia en la actualidad⁷. Esta temática de la privacidad *online* también se relaciona con los grupos etarios que utilizan redes sociales, ya que los usuarios de diferentes grupos aplican distintas prácticas en la gestión de privacidad. La intrusión en las vidas personales es un factor muy importante que puede conducir al robo de identidad, fraude o acoso como luego se investiga en este trabajo.

Con respecto a la Unión Europea (2018)⁸, una nueva ley de privacidad “otorga al usuario derecho sobre el tratamiento de sus datos personales y hace obligatorio el consentimiento claro” y enfatiza la necesidad de transparencia y responsabilidad ya que los datos personales se pueden convertir en armas “para suprimir a los votantes de las minorías, radicalizar a los jóvenes varones

⁷ Dado el alcance de la presente investigación, este punto solo se destaca pero no se lo profundiza.

⁸ <https://www.infobae.com/america/mundo/2018/03/21/como-va-a-cambiar-internet-con-la-nueva-ley-de-privacidad-de-la-union-europea/>

blancos, explotar las creencias políticas para sembrar la división y posiblemente dar vuelta las elecciones.”⁹

4. Características generales de los grupos etarios

El nuevo campo de comunicación contemporáneo, denominado CMC, ha surgido a través de un proceso de cambio multidimensional que presenta conflictos que surgen de la estructura contradictoria de intereses y valores de los diferentes grupos etarios que constituyen la sociedad. Por este motivo resulta imprescindible investigar las características generales de los nativos y los inmigrantes digitales.

4.1. Los nativos digitales

Se denomina nativos digitales a los miembros de la primera generación mundial que ha experimentado la digitalización de la cultura, es decir, que han crecido inmersos en las nuevas tecnologías: computadoras, videojuegos, teléfonos celulares y luego inteligentes, además de todo tipo de *gadgets* digitales. Las nuevas investigaciones de la neurobiología y la psicología social apuntan a descubrir hasta qué punto las funciones intelectuales, habilidades cognitivas y comportamientos de la generación digital difieren respecto a las de sus padres o abuelos, que pueden denominarse inmigrantes digitales porque para ellos lo digital es una segunda lengua.

Según Prensky (2001), los nativos digitales “...piensan y procesan la información de modo significativamente distinto...” y “diversas clases de experiencias conducen a diversas estructuras cerebrales.” (p. 5). De acuerdo con la educadora González de Abreu (2017), los nativos digitales esperan recibir la información de forma ágil e inmediata y se sienten cómodos con el *multitasking*

⁹ *Cómo va a cambiar Internet con la nueva ley de privacidad de la Unión Europea*, 2018.

lo que indicaría que el cerebro tiene la capacidad de atender varias cosas a la vez tal como afirman las teorías de desarrollo de las inteligencias múltiples. Además, los nativos digitales prefieren los gráficos a los textos, se inclinan por los accesos al azar, por ejemplo desde hipertextos, funcionan mejor y rinden más cuando trabajan *online*, en entornos colaborativos, a semejanza de las redes sociales.

Siguiendo a Covi Druetta (2016), aunque a primera vista puede considerarse que todos los nativos digitales se comportan en formas muy similares, los jóvenes pasan por diferentes etapas que a su vez determinan “sus rutinas de navegación y las prácticas de interacción que ejecutan.” (p. 59). Por ejemplo, existe una marcada diferencia entre los jóvenes del colegio secundario que aún están en la adolescencia y los jóvenes universitarios. Los adolescentes navegan en forma de *zapping* moviéndose a partir de lo primero que aparece en el *timeline* y se informan acerca de contenidos cercanos a sus intereses sin expresar sus opiniones. Además, copian los *links* porque no son críticos respecto de los contenidos que consultan. Su actividad en las redes busca reafirmar su personalidad y lograr reconocimiento y popularidad” (p. 60), rodeándose de una gran cantidad de amigos virtuales, en general circunstanciales.

Un estudio realizado por Shakya y Christakis (2017), publicado por el *American Journal of Epidemiology*, muestra que las personas que usan más “*likes*” y abren más enlaces que el típico usuario de *Facebook*, reportan peor salud física y mental. Los autores señalan que las interacciones sociales “cara a cara” aumentan los sentimientos positivos, pero con la presencia de las redes sociales en todos los grupos sociales y etarios, resulta imprescindible determinar el impacto de las interacciones *online*.

No obstante, ciertos usos específicos de *Facebook* pueden asociarse con una mejora en el sentimiento general de bienestar cuando el usuario recibe comunicaciones de tipo personal por

parte de otros usuarios con los que se siente íntimamente relacionado. Sin embargo, la recepción de “one-click feedback” por parte de una audiencia general no produciría el mismo efecto. En otras palabras, las personas se benefician de la comunicación *online* siempre y cuando haya sido personalmente diseñada para su recepción por individuos con los que se sienten involucrados.

Los estudios realizados por Birmie y Horvath (2002) y Burke y Kraut (2016) coinciden en que las costumbres más simples de la vida diaria pueden modificarse con el uso extendido de las redes sociales. Por ejemplo, actualmente un nativo digital llega a una casa, avisa por *WhatsApp* “llegué” en vez de tocar el timbre. A la hora de comunicarse con una persona, para un nativo digital resulta más sencillo mandar un mensaje por *WhatsApp* en lugar de llamar por teléfono. Si bien ambas interacciones se realizan a partir de un soporte tecnológico, existen distintos grados de cercanía a la hora de comunicarse y ciertas costumbres parecerían indicar que las personas se alejan cada vez más. Es posible que las personas de otras generaciones no vivan este alejamiento ya que no nacieron utilizando las nuevas tecnologías. Por este motivo, es importante estudiar este cambio en los comportamientos de la vida cotidiana y verificar si ciertamente sucede.

A partir de estos cambios en los comportamientos, la lengua inglesa ha incorporado recientemente el término “*phubbing*”, (una combinación de *phone* y *snubbing*), es decir, dejar de prestar atención en una forma en que podría considerarse despectiva hacia la persona con la que se está hablando para mirar la pantalla del celular. Este comportamiento que podría ser considerado un *desaire* se ha convertido en parte de la vida diaria y, muy a menudo, la conversación se detiene porque aquellos participantes de la interacción “cara a cara” comienzan a mostrar mayor interés en su *WhatsApp*, *Instagram* o *Facebook* que en los demás.

Aunque el fenómeno pareciera relativamente inofensivo, investigadores como Seppala (2018) han descubierto que puede afectar profundamente las relaciones sociales. Se produce una

severa ruptura en las relaciones “*present-moment, in-person*” o “cara a cara”. Los expertos consideran que un hábito relacionado con un dispositivo se convierte en preocupante cuando comienza a interferir con la vida diaria. La compulsión a enviar mensajes o revisar las redes sociales durante las interacciones “cara a cara” cae dentro de esta clasificación.

Finalmente, para referirse al tema de la privacidad, de acuerdo con Waters y Ackerman (2011), en su estudio sobre lo que motiva a los *millennials* a revelar información en *Facebook*, un 85% de los nativos digitales percibe que “they are giving up some privacy when taking part in a social networking site.” y un 51% no confía plenamente en una red social o sitio de Internet. (p.1). De acuerdo con Hoffman (2012), los adolescentes tienden a compartir mucha más información *online* que los adultos y Walrave *et al.* (2012) sostiene que los jóvenes aplican configuraciones de privacidad mucho menos restrictivas que los adultos por su necesidad de interacción social, retroalimentación por parte de sus compañeros y sus ansias de pertenencia y popularidad.

4.2. Los inmigrantes digitales

Las personas mayores de 29 años no son nativos digitales y, como se ha mencionado anteriormente, se los denomina inmigrantes digitales. En su gran mayoría han nacido antes de los años 90, de la era digital, y sus estructuras mentales están moldeadas sobre la base de los procesos paso a paso: respetan las consignas y realizan un profundo seguimiento de instrucciones antes de resolver un problema. El análisis deductivo brinda un marco racional con el que se sienten cómodos y su aprendizaje está basado en el enlace de los nuevos conocimientos con aquellos adquiridos previamente.

De acuerdo con Prensky (2001), los inmigrantes digitales manifiestan el “acento”, la relación entre lo digital y el pasado de la lectura y los documentos en papel, en actitudes tales

como: navegar por Internet pero luego leer atentamente manuales para obtener más información. Queda claro entonces que la teoría les permite sobrevivir.

Pueden apreciarse otros comportamientos característicos de este grupo etario que los diferencia de los nativos digitales, tales como: imprimir un documento digital para leerlo o corregirlo, llamar a una persona para avisarle que le ha enviado un correo electrónico o leer el manual de un equipo antes de usarlo, en lugar de aprender mediante la experimentación.

Según Prensky (2001), existe “una brecha digital y generacional que no puede ser ignorada” (p. 6), ya que constituye un desfase, una ruptura porque entre ambos cortes generacionales las distancias son infinitas y este hecho afecta sensiblemente las interacciones. Las posibilidades de comunicación y de coordinación de conductas revisten dificultades totalmente nuevas.

No obstante, muchos padres actuales usan muy bien los recursos tecnológicos comunicacionales y se manejan muy bien con los programas y sitios *online* a los que recurren sus hijos. Otros padres tienen dificultades en relacionarse digitalmente con ellos y tampoco comprenden que las vidas *online* de sus hijos son una extensión de sus vidas *offline*.

5. Nuevos desarrollos en las interacciones y sus consecuencias

El uso y consumo cada vez mayor de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) por parte de niños y adolescentes los sitúa en un panorama de diversos riesgos entre los que cabe destacar el acceso a contenidos inapropiados, contacto con desconocidos, *grooming*, amenazas contra la privacidad, suplantación de la identidad, *sexting*, *cyberbullying* y la problemática cada vez más creciente de la adicción a Internet, a los móviles y TIC en general.

Cyberbullying, grooming, sexting, phishing, son palabras que hace poco tiempo han ingresado al vocabulario cotidiano de los adultos. Los ciberdelitos se han convertido en objeto de creciente atención, tal como muestra la preocupación del Centro de Ciberseguridad (BA-Csirt) de CABA que organiza jornadas focalizadas en el *bullying*, el *grooming* y el *sexting*, entre otras amenazas de las redes sociales. La principal intención de estas jornadas de ciberseguridad ciudadana es “informar y alertar sobre las formas del ciberdelito, sus riesgos y los medios posibles de prevención” porque el acoso informático se ha agudizado en los últimos tiempos ya que el ciberespacio ha ampliado el terreno para la proliferación de estos delitos, especialmente porque los niños pueden acceder a las redes sociales utilizando perfiles falsos, fenómeno cada vez más común al que se hace referencia en el apartado 5.2.

El Ministerio de Seguridad de la Nación advierte que, “es imposible hoy pensar en el crimen sin Internet” ya que el mundo virtual se ha convertido en un nuevo medio de captación donde se cometen delitos “como la trata de personas, el abuso sexual de menores y femicidios, porque sabemos que hay millones de dólares de fondo.” Argentina se encuentra entre los 10 primeros puestos del ranking en pornografía infantil.

Debe tenerse en cuenta que en CABA un 47% de los menores tiene perfiles en las redes sociales y este hecho profundiza los posibles peligros relacionados con abusos de niños y adolescentes en las redes. Las denuncias de ciberdelitos han aumentado en un 300% en el último año y el 85% corresponde a pornografía infantil y *grooming*.

5.1. Bullying informático

Las interacciones entre individuos y organizaciones en la red social reflejan flujos de conocimiento y comunicación, como ya ha explicado Verón (2013), pero además tienen un

impacto relevante en el comportamiento de los actores y, en muchos casos, las modificaciones de las conductas individuales reflejan las presiones de la estructura social, por ejemplo la presión para actuar conforme al grupo etario del usuario así como también la generación de la dependencia de las redes sociales.

Debido a una capacidad limitada de autorregulación y alta susceptibilidad a la presión de los pares, los niños y adolescentes pueden estar en riesgo cuando navegan y experimentan con las redes sociales. En la comunicación *online* aparecen frecuentemente diversas expresiones de comportamientos *offline*, como por ejemplo el *bullying*¹⁰, la formación de grupos cerrados exclusivos y la experimentación sexual. Por dicho motivo, se han extendido problemas tales como el *bullying informático*, el *sexting* y el debate acerca de la privacidad de la información.

La fuerte violencia verbal se canaliza principalmente en la telefonía móvil, y en las redes sociales que son las preferidas para la comunicación por parte de adolescentes y niños cada vez más jóvenes. Por esta razón, se han convertido en una herramienta perfecta para ejercer este tipo de acoso que puede ser definido como *cyberbullying*. Williard en Garaigordobil (2011) define el ciberacoso como el uso deliberado de los medios digitales para comunicar información falsa, ofensiva, hostil o vergonzante sobre otra persona.

Se identifican diferentes perfiles tipo: ciberagresor, cibervíctima, instigadores y espectadores pasivos. En este sentido el *cyberbullying* no se diferencia del *bullying* “cara a cara”. El primer tipo, el agresor o acosador muestra en general bajo autocontrol, una personalidad irritable y agresiva, ausencia de empatía, actitudes desafiantes y asume el rol de líder ante pares que buscan reconocimiento o integración en el grupo.

¹⁰ El *bullying* “cara a cara” comenzó a estudiarse en 1973 como “un fenómeno del maltrato entre iguales en el ámbito escolar.” (Garaigordobil, 2011, p. 234)

En segundo lugar, las víctimas constituyen un grupo variado y heterogéneo ya que cualquiera puede convertirse en blanco de las burlas y agresiones. Sin embargo, existen algunos factores que multiplican las posibilidades de sufrir acoso: pertenecer a un grupo étnico, religioso, cultural o de orientación sexual minoritaria, tener algún tipo de trastornos del aprendizaje o discapacidad o una personalidad introvertida. No obstante, han existido casos en los que la víctima era una persona popular y con cualidades que la distinguían del común y había atraído la envidia del agresor. En general, la cibervíctima tiene sentimientos de ansiedad, depresión, estrés, miedo, frustración, etc. Por este motivo, resulta difícil que denuncien a tiempo y el acoso continúa agravándose.

Por último, el grupo con un perfil menos definido es el de los observadores, aquellos que colaboran con el acoso y, en muchos casos, con una actitud pasiva que refuerza la conducta de los agresores ya que constituye una forma de aprobación. En muchas ocasiones actúan de esta forma porque temen convertirse en las próximas víctimas del acoso. La autora señala que ha analizado diversos estudios de *cyberbullying*¹¹ y los resultados “permiten concluir que en todos los países se constata una alta prevalencia del *cyberbullying*.” (Williard en Garaigordobil, 2011, p. 233).

Sin embargo, Birmie y Horvath (2006) consideran que Internet puede ser un lugar que permita superar la timidez causada por las interacciones “cara a cara” ya que protege a los usuarios de las expectativas sociales y proporciona la oportunidad de ejercer un rol diferente en contextos que normalmente causarían ansiedad. En este sentido, el anonimato de Internet otorga oportunidades de apertura personal a aquellos más tímidos. Así, los autores confieren un alto valor a las redes sociales en cuanto al desarrollo de las comunicaciones que permiten mantener las relaciones sociales activas y saludables. Covi Druetta (2016), coincide con Birmie y Horvath

¹¹ Como este es un fenómeno reciente aún deben investigarse en profundidad las consecuencias o efectos psicológicos de la cibervictimización.

(2006): “la vida online no afecta negativamente el desempeño social de los jóvenes, por el contrario se trata de universos complementarios.” (Crovi Druetta, 2016, p. 57).

5.2. Aislamiento

Otro efecto no tan problemático como el anterior pero que igualmente debe ser tenido en cuenta, consiste en el eventual aislamiento de los nativos digitales. Según Crovi Druetta (2016), existen jóvenes que son simples observadores o repetidores, o que reemplazan la interacción “cara a cara” por la interacción en las redes. Este grupo concibe a las redes como un placebo de la comunicación, “una excusa para perder el contacto entre los seres humanos”¹². Consecuentemente, muchos nativos digitales especialmente los más jóvenes, pueden aislarse en un mundo en el cual solo existe la pantalla de la computadora o del celular que los comunica con el resto del mundo virtual.

Según Leary (1983) y McKenna y Bargh (2000) en Birmie y Horvath (2006), las personas tienden a usar Internet para llenar su tiempo y este factor estimula la soledad que puede desembocar en el aislamiento. Además, los autores sostienen que la exposición en las redes sociales causa ansiedad social que puede coartar la formación de nuevas relaciones *online* y *offline*.

5.3. Múltiples identidades

En las redes sociales los usuarios expresan su identidad personal mediante sus perfiles que se ajustan al contexto de interacción y a la impresión que quieren causar en los demás. Por lo tanto, se extiende cada vez más el fenómeno de las múltiples identidades.

¹² Infobae, 2018 Recuperado de: <https://www.infobae.com/teleshow/infoshow/2018/03/25/steven-spielberg-las-redes-sociales-son-una-excusa-para-perder-el-contacto-entre-los-seres-humanos/>

Uno de los aspectos psicológicos a estudiarse en la comunicación social a través de Internet, especialmente en el caso de los jóvenes, es la creación o fortalecimiento de una identidad. En este grupo etario, las interacciones dentro de las redes sociales muestran no tanto el acceso a la tecnología sino sus actividades dominantes, su biografía personal, “su compromiso con determinados temas, actividades o problemas sociales”, tal como señala Crovi Druetta (2016, p. 54).

En este sentido, Casserly (2011) explora el tema de las identidades múltiples en el ámbito de las redes sociales: “in the age of Social Web 2.0 people can split themselves into multiple selves inhabiting multiple communities.”¹³. Resulta bastante frecuente que las personas en su vida *online* presenten una visión positiva de sí mismas aunque no sea muy real y adopten diferentes perfiles de acuerdo con la audiencia con la que interactúan. Esta situación puede llegar a causar problemas ya que “When on a day-to-day basis you’re fragmenting your personality into subsets of networks and assigning different aspects of yourself to different audience groups, it makes it extremely difficult to be a complete person *offline*.” (Casserly, 2011)

La creación de los contenidos se relaciona íntimamente con la auto imagen y los jóvenes prestan gran importancia a la opinión expresada por el *like* que sirve también de confirmación que el mensaje ha sido leído. Verón (2013) afirma que “las nociones que operan a nivel del (...) ‘sentido común’, son extremadamente importantes para la construcción de la teoría...” (p. 143) y las examina como síntomas.

Las manifestaciones de los seguidores y sus aprobaciones contribuyen a que se consolide una cierta identidad, elemento adicional reciente en las comunicaciones interpersonales mediatizadas. Las marcas de aceptación como el *like*, los *emojis* o algún comentario, son

¹³ <https://www.forbes.com/sites/meghancasserly/2011/01/26/multiple-personalities-and-social-media-the-many-faces-of-me/#49cbeec56d51>

importantes para los productores de contenido porque retroalimentan sus objetivos de comunicación. Queda claro entonces que, tal como ha propuesto Verón (1993) en *La semiosis social*, las relaciones sociales tienen un papel predominante al conferir el sentido del discurso.

En *Facebook* se ha evitado expresamente la posibilidad de *dislike*. Zuckerberg explica que aunque a lo largo de los años algunos usuarios han solicitado la posibilidad de un botón de *dislike*, “...no queremos que la gente le diga a sus amigos que no les gustan sus publicaciones (...) a veces uno quiere compartir algo triste o frustrante.”¹⁴

En este sentido, Verón (1997) advierte que no existe determinismo tecnológico respecto de los usos sociales, porque “una nueva tecnología de comunicación no determina (...) prácticas sociales específicas de producción y de consumo” (p. 13) Sin embargo, hay discursos tecnocráticos en la difusión de nuevos dispositivos que alimentan esta ilusión.

Para referirse al término “amigo” tan frecuentemente utilizado por los usuarios de *Facebook*, es preciso investigar qué se entiende por amigo en esta red social a diferencia del concepto tradicional del término. Los usuarios establecen vínculos mediante las tecnologías de comunicación, tal como afirma Traversa (2014), pero el uso de dichas tecnologías confiere nuevas semánticas a los términos utilizados en la comunicación “cara a cara”.

En otras palabras, los lazos mediatizados tienen características propias y contribuyen a la construcción de interrelaciones particulares. Las redes sociales “deeply penetrate their users’ everyday life and, as pervasive technology, tend to become invisible once they are widely adopted, ubiquitous, and taken for granted.” (Luedtke en Debatín *et al.*, 2009, p. 1).

¹⁴ <https://peru.com/epic/tecnologia/mark-zuckerberg-explico-que-no-agrego-dislike-facebook-noticia-442053>

Ver captura 1 en Anexo 10.3.

En el caso particular de *Facebook*, la resignificación de la “amistad” tiene consecuencias en las interacciones sociales. En cuanto a la privacidad, los usuarios deberían preguntarse en quién confiar y qué revelar de uno mismo. *Facebook* afirma explícitamente en sus bases y condiciones: “Usted es el único responsable de sus interacciones con otros usuarios de *Facebook*.” *Facebook* permite a sus usuarios modificar los ajustes personales y así controlar quién puede ver su perfil y qué información figura.¹⁵ No obstante, tal como se ha expuesto anteriormente, algunas compañías han perfeccionado mecanismos para evitar estas barreras. Resulta muy claro que los controles de privacidad que brinda esta red social no son suficientes.

5.4. *Grooming*

Uno de los delitos informáticos muy peligroso en las redes sociales que manejan los menores es el denominado *grooming*, un delito penado por la Ley 26.904¹⁶ del Código Penal sancionada el 13 de noviembre de 2013.

Más específicamente, el *grooming* consiste en el contacto que establece un adulto con un menor de edad y oculta su condición de tal mediante la manipulación y el engaño. Por lo tanto, este tema también se relaciona íntimamente con un aspecto que se ha investigado en este trabajo: las identidades múltiples.

¹⁵ Ver captura 2 en Anexo 10.3.

¹⁶ ARTICULO 1° — Incorporase como artículo 131 del Código Penal el siguiente:

“Artículo 131: Será penado con prisión de seis (6) meses a cuatro (4) años el que, por medio de comunicaciones electrónicas, telecomunicaciones o cualquier otra tecnología de transmisión de datos, contactare a una persona menor de edad, con el propósito de cometer cualquier delito contra la integridad sexual de la misma.”

Dado que este acoso sexual ha manifestado un notable crecimiento en todo el mundo e inclusive en la Argentina¹⁷, las autoridades proponen aumentar las penas y reformar la ley. Así, el *grooming* quedaría configurado cuando el *groomer* se contacte con el menor y le pida fotos o le proponga un encuentro. Los *groomers* dedican muchas horas a temas que le interesan a la víctima potencial, especialmente música y aplicaciones móviles a los fines de establecer una relación de confianza.

Un *groomer* puede hablar con más de 200 chicos al mismo tiempo y obtener fotos y videos de cada uno de ellos que pueden acabar en los sitios de pornografía infantil, tal como advierte Verón (2013) cuando se refiere a la necesidad de que las agencias de los gobiernos puedan “intervenir en el flujo de la red al menos con respecto a problemas graves como la pornografía infantil” (p. 287). El muro de *Facebook* de los menores refleja las comunicaciones que han mantenido bajo una identidad virtual que esconde su edad real.

6. Diseño Metodológico

La encuesta es la principal herramienta utilizada en este trabajo de investigación para recolectar datos cuantitativos y se la publica en la plataforma *Facebook* para poder acceder a una comunicación interpersonal bilateral, restringida a unos pocos participantes y, adicionalmente, mediante el privado para poder situar las interacciones interpersonales a una escala mucho menor. A continuación se describen los rasgos generales de la encuesta.

¹⁷ Según cifras del Poder Judicial de CABA, desde 2012 se han abierto más de 20.000 investigaciones por casos de pornografía infantil y *grooming*: en promedio once hechos por día en todo el país. En CABA, el número de causas creció 49 veces.

6.1. Rasgos generales de la encuesta

La encuesta¹⁸ utilizada consta de 13 preguntas, 11 preguntas cerradas y 2 preguntas abiertas. Los temas sobre los que se requiere información son generales y amplios. Acompaña a la encuesta un breve párrafo en el cual se indica el motivo por el que se lleva a cabo esta investigación, qué tema aborda específicamente el cuestionario y se asegura a las personas que la respondan que sus datos serán considerados confidenciales, manteniendo el anonimato.

Según Oppenheim (1992), todos los cuestionarios deben atravesar una prueba piloto aunque hayan sido redactados por investigadores con mucha experiencia. De esta forma, es posible asegurarse “that the language and design are appropriate.” Debe tenerse en cuenta al realizarse la prueba piloto que las personas a quien se les administra, compartan características similares a las del “target group for the survey.” (p. 42). Se considera que un 75% a 80% de respuestas configura un rango de respuesta confiable que permite una generalización de las conclusiones.

Sampieri (2010) y Oppenheim (1992) coinciden en que los cuestionarios como herramienta de recolección cuantitativa de datos presentan ventajas y desventajas. Entre las primeras puede considerarse la cantidad de respuestas que pueden analizarse si se la compara con las entrevistas o las observaciones. Además, es un método directo que es fácilmente comprensible para los que responden la encuesta y se les ofrece el anonimato, lo que motiva a las personas a contestar en forma honesta. Sin embargo, entre las desventajas podría considerarse que resulta complejo elaborar una encuesta no específicamente diseñada para comprobar la hipótesis, es decir, que las preguntas sean objetivas, claras y no expresen prejuicios.

¹⁸ Ver anexo 10.2.

6.2. Formato del cuestionario

Siguiendo a Sampieri (2010), pueden utilizarse “dos tipos de preguntas: cerradas y abiertas.” Por un lado, las preguntas cerradas “contienen categorías... de respuesta que han sido previamente delimitadas.” Es decir, el participante tiene que elegir entre una variedad de respuestas que el encuestador ha proporcionado. Por otro lado, se encuentran las preguntas abiertas que “no delimitan de antemano las alternativas de respuesta.” (p. 221). En este caso es muy grande la variedad de respuestas que se pueden obtener y pueden variar en cada encuestado.

La encuesta utilizada presenta ambos tipos de preguntas, abiertas y cerradas (se citarán en el próximo párrafo). Si bien las preguntas cerradas son más fáciles de codificar a la hora de analizar los datos y son más sencillas de contestar para los encuestados, éstas limitan sus opciones de respuesta. Las preguntas abiertas permiten tener una visión más amplia acerca de temas contundentes. Si las respuestas a estas preguntas fueran delimitadas por el encuestador, se perdería la noción de las diferentes perspectivas que tienen las personas encuestadas.

6.3. Grupos etarios encuestados

Siguiendo a Sampieri (2010), los participantes o comunidades de estudio dependen del planteamiento de la investigación y de los alcances del estudio. En el caso de este trabajo que investiga la interacción entre personas de distintas edades a partir de su uso de redes sociales, se espera que los participantes respondan acerca de sus conductas y percepciones relacionadas con este medio de comunicación.

Los parámetros de esta investigación se basan en muestras de estudiantes, jóvenes trabajadores y adultos, personas de la República Argentina que pueden ser contactados vía

Facebook. Al momento de recolectar los datos, las fuentes de donde se obtienen son de personas que responden a las encuestas auto administradas en *Facebook*.

Además, los encuestados son personas de diferentes grupos etarios que poseen una cuenta de *Facebook*. Una vez recolectados los datos se analizan y se arman porcentajes para poder obtener una conclusión de los resultados obtenidos con gráficos que ayudan a visualizar las respuestas de los encuestados.

Para el primer grupo etario, el universo elegido está compuesto por personas entre 18 y 28 años, mayormente estudiantes universitarios. Se ha considerado este universo porque los encuestados se dedican principalmente al estudio y no trabajan *full-time*. Por ende, disponen de tiempo libre para el consumo de redes sociales. A su vez, por su rango etario son nativos digitales y saben manejar las herramientas tecnológicas. Resulta importante destacar que estos universitarios constituyen la primera generación formada en los nuevos avances tecnológicos. Tal como señala Prensky (2001), “han dedicado 10 mil horas a los videojuegos y 20 mil a la televisión, por lo cual no es exagerado considerar que la mensajería inmediata, el teléfono móvil, Internet (...) son inseparables de sus vidas.” (p. 5).

En cuanto al segundo grupo etario, de 29 a 60 años, los integrantes de este grupo no son nativos digitales y se han interiorizado de las nuevas tecnologías por su necesidad de estar al día. A diferencia de los anteriores, se han tenido que formar, adaptándose al entorno y al ambiente. Sin embargo, conservan una cierta conexión con el pasado que Prensky (2001) denomina “acento” (p. 5).

Finalmente, el tercer grupo etario se compone de personas de más de 61 años que integran el grupo de inmigrantes digitales, pero han accedido a las nuevas tecnologías principalmente para

mantenerse en contacto con familiares y amigos e indudablemente experimentan mayores dificultades con el uso de las nuevas tecnologías.

7. Análisis y Hallazgos

7.1 Procesamiento de los datos

Una vez finalizada la recolección de los datos mediante la encuesta, el próximo paso del proceso de investigación consistió en dividir el conjunto de los datos obtenidos de acuerdo con el siguiente criterio: por una parte la información provista mediante las respuestas a las preguntas cerradas y en segundo lugar, la información recolectada mediante las preguntas abiertas.

7.1.1 Preguntas cerradas

Con respecto a las preguntas cerradas, se recurrió a los formularios de *Google* a los fines de recopilar las respuestas en forma de *pie charts* que facilitan la visualización de los datos y a la vez proveen porcentajes de los diferentes tipos de respuestas. Se realizó este proceso en ocho preguntas.

En el caso de la pregunta 1 “¿Cuántos años tenés?”, las respuestas se ordenaron con respecto a los tres grupos etarios considerados. A continuación se presentan las respuestas en los gráficos. Según Sabino (1996), esta graficación permite una comprensión global, rápida y directa.

Para referirse a la pregunta 2:



Figura 1: Encuesta Oteiza Aguirre 2018

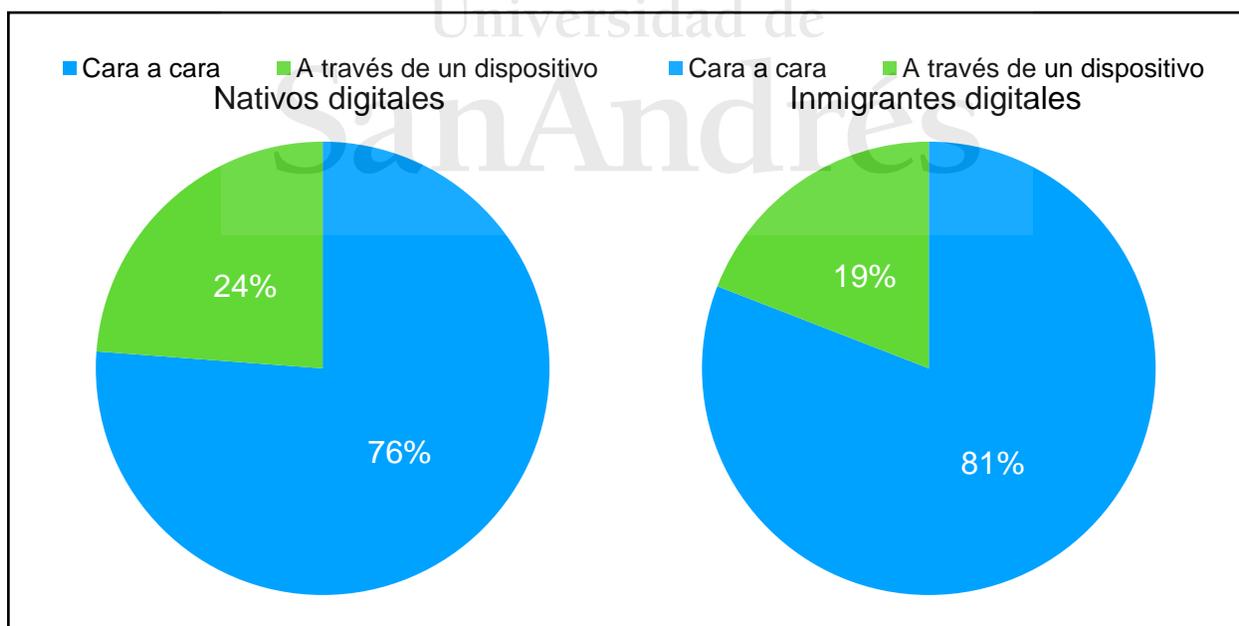


Figura 2: Análisis encuesta Oteiza Aguirre 2018

De los 197 encuestados en total, 42 manifestaron o expresaron su preferencia por un dispositivo para sus interacciones. De estos, 25 son nativos digitales es decir, un 24%. En cuanto a los encuestados que expresaron su preferencia por las interacciones “cara a cara” (152), 72 eran inmigrantes digitales. Si se considera que se encuestaron 89 inmigrantes digitales, esta cifra representa un 81%. Es decir, se comprueba lo expuesto por Prensky (2001) de que existe una brecha digital y generacional que no puede ser ignorada.

En el siguiente cuadro se presentan en forma condensada los resultados obtenidos.¹⁹

	A través de un dispositivo	“Cara a cara”	Total
Nativos digitales	25	80	105
	24%	76%	100%
Inmigrantes digitales	17	72	89
	19%	81%	100%
Total	42	152	194
	21%	79%	100%

Tabla 1: Respuestas a la pregunta 2 tabuladas de acuerdo a los grupos etarios encuestados.

¹⁹ Es importante señalar que el total de nativos digitales que participó de la encuesta es de 106 usuarios y 91 inmigrantes digitales. Sin embargo, no todos los encuestados contestaron todas las preguntas, por lo que hay una diferencia de un par de encuestados en ciertas preguntas.

En el caso de las preguntas 3, 4 y 13 en las cuales los encuestados podían elegir más de una opción, se recurrió a gráficos de barras a los fines de graficar las respuestas obtenidas. Por ejemplo, en la pregunta 4 existían cuatro opciones de respuesta:

Pregunta 4: ¿Para qué utilizás las redes sociales? (Podés elegir más de una opción)

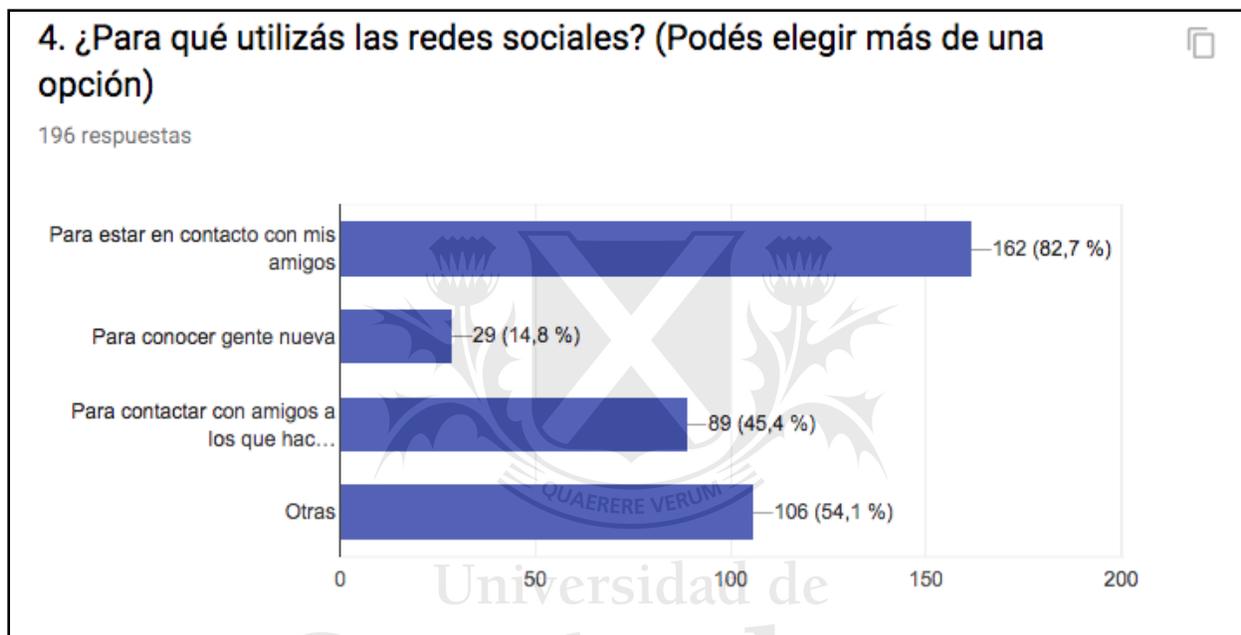


Figura 3: Encuesta Oteiza Aguirre 2018

Se analizó la respuesta “Para conocer gente nueva” a los fines de identificar cuántos de los 29 encuestados que seleccionaron esa opción, eran nativos digitales. 79% pertenecía al grupo etario 18 a 28 años, todos nativos digitales. Por lo tanto, se puede comprobar la hipótesis planteada ya que la aparición de las redes sociales ha producido un profundo cambio en las interacciones de las personas. Se aprecian distintos grados de cambio según los grupos etarios de los usuarios. Solo 6 personas de un total de los 29 que conocen nuevas personas en las redes son inmigrantes digitales.

El 54% de los encuestados seleccionó “Otras” que no se han tenido en cuenta debido a su disimilitud, por ejemplo: para fines educativos, fines comerciales, fines benéficos que no se relacionan con las preguntas de investigación.

En el siguiente cuadro se presentan en forma condensada los resultados obtenidos.

	Conocer gente nueva
Nativos digitales	23
	79%
Inmigrantes digitales	6
	21%
Total	29
	100%

Tabla 2: Respuestas a la pregunta 4 referidas a la opción “Conocer gente nueva”.

Pregunta 5:



Figura 4: Encuesta Oteiza Aguirre 2018

El 73,5% de los encuestados afirman pasar más de una hora todos los días en las redes sociales. De este porcentaje, un 67,4% corresponde a los nativos digitales. Si bien el porcentaje de los nativos digitales es superior al de los inmigrantes digitales, debe tenerse en cuenta que ambos grupos representan un 73% de todos los encuestados. Por lo tanto, queda claro de que la percepción de los encuestados es que han cambiado las interacciones a partir del surgimiento de las redes sociales en las distintas generaciones. El cambio ha sido más marcado en el grupo etario de 18 a 28 años. El diseño de la encuesta no prevé evaluar cuánto tiempo superior a una hora pasan diariamente y, por esta razón, no puede considerarse si existe un eventual aislamiento o adicción de los encuestados que eligieron dicha respuesta. Tampoco se ha considerado si este comportamiento de utilizar las redes sociales todos los días más de una hora ha reemplazado las interacciones “cara a cara”.

En el siguiente cuadro se presentan en forma condensada los resultados obtenidos.

	Todos los días más de una hora diaria
Nativos digitales	67,4%
Inmigrantes digitales	6,1%
Total	73,5%

Tabla 3: Tabulación nativos digitales e inmigrantes digitales que utilizan las redes sociales todos los días más de una hora diaria.

Para referirse a las percepciones de los cambios en los comportamientos de la vida cotidiana, se analizan las respuestas a la pregunta 6:

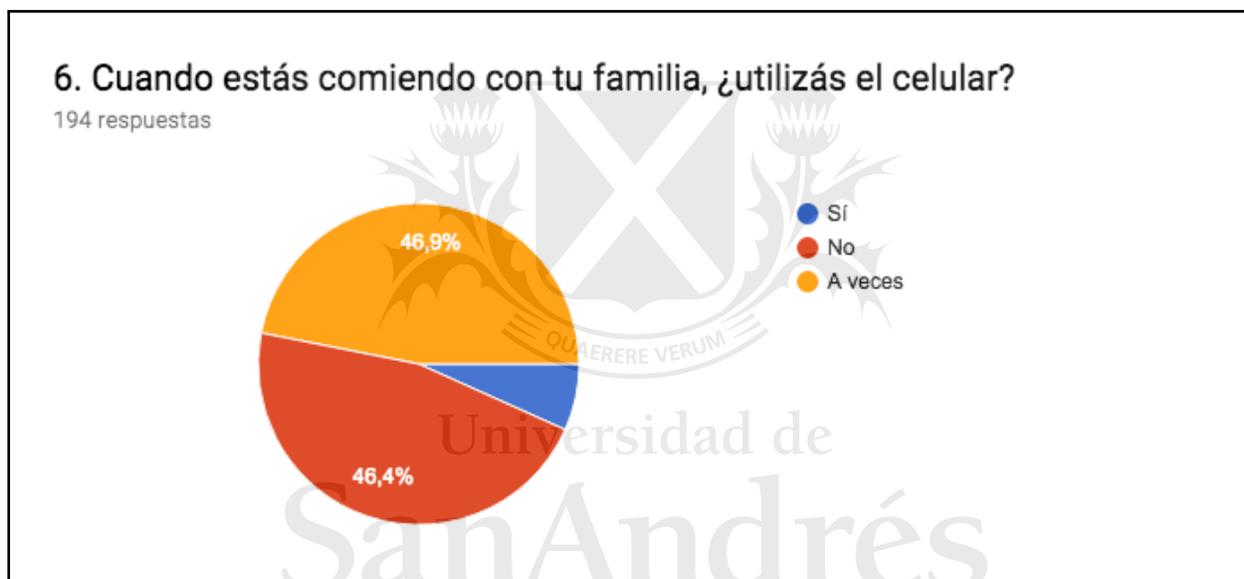


Figura 5: Encuesta Oteiza Aguirre 2018

Se aprecia un moderado cambio en algunos comportamientos de la vida cotidiana como por ejemplo al compartir la cena familiar. Debe tenerse en cuenta que muchos encuestados pertenecen a la clasificación inmigrantes digitales y respetan los hábitos establecidos en cuanto a las comidas que se comparten con la familia.

Birmie y Horvath (2002) y Burke y Kraut (2016) coinciden en que las costumbres más simples de la vida diaria pueden modificarse con el uso extendido de las redes sociales. Los autores

señalan que es posible que las personas de otras generaciones no realicen interacciones con soportes tecnológicos en ciertas ocasiones.

En contraposición, los nativos digitales evidencian cambios en los comportamientos de la vida cotidiana como por ejemplo el “phubbing”, descrito en el capítulo 4.1.

De un total de 197 encuestados, 62 nativos digitales de un total de 106, manifiesta usar siempre o a veces el celular durante la cena familiar. Por lo tanto, un 58,5% de nativos digitales muestra un cambio en este comportamiento de la vida cotidiana. En contraposición, 46 inmigrantes digitales de un total de 91 encuestados, expresaron no utilizar el celular en estas ocasiones, es decir, un 50,5%. En suma, se aprecia una tendencia hacia el cambio en el comportamiento en los modos de compartir una cena familiar, que se evidencia en todos los grupos etarios.

En el siguiente se presentan en forma condensada los resultados obtenidos.

	Usan el celular (o lo usan a veces)	No usan el celular	Total
Nativos digitales	62 58,5%	44 41,5%	106 100%
Inmigrantes digitales	45 49,5%	46 50,5%	91 100%
Total	107 54,3%	90 45,7%	197 100%

Tabla 4: Respuestas a la pregunta 6 tabuladas de acuerdo a los grupos etarios y el uso del celular.

Para analizar las percepciones de los cambios en los comportamientos relacionados con *cyberbullying*, se analizan las preguntas 7, 8 y 9. Pregunta 7:

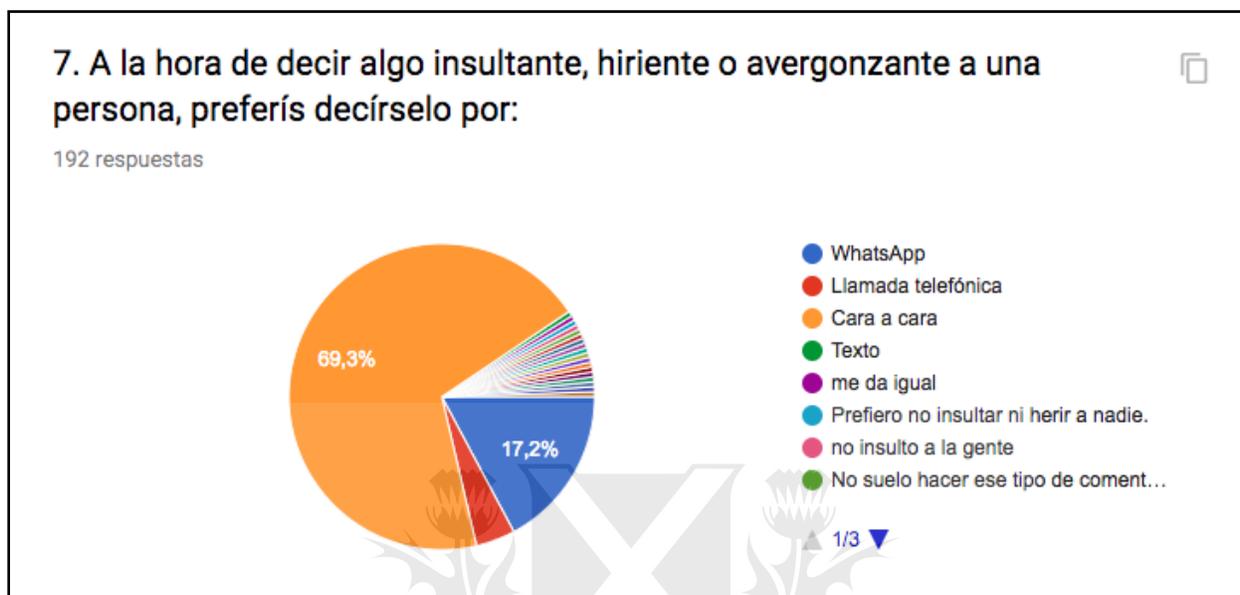


Figura 6: Encuesta Oteiza Aguirre 2018

Las respuestas mostraron que 69,3% de los encuestados preferían decir algo insultante o hiriente “Cara a cara” mientras que un 17,2% expresó su preferencia por “WhatsApp” y 4,2% seleccionó la opción “Llamada telefónica”. Asimismo, apareció en la opción “Otros” en reiteradas oportunidades. La respuesta “No insulto” corresponde a un 7,6% de los encuestados. Solo una persona expresó su preferencia por el mail y otra manifestó “Me da igual”.

Las respuestas muestran que los encuestados no perciben que ha habido un cambio en sus costumbres cotidianas con la existencia de las redes sociales ya que mayoritariamente manifestaron su preferencia por la interacción “cara a cara” en el caso de tener que decir algo insultante. Sin embargo, al analizar las respuestas diferenciando en nativos e inmigrantes digitales hay un mayor porcentaje de inmigrantes digitales que toma preferencia por la opción “Cara a cara” (73% contra 63,2%).

En cuanto a la opción “WhatsApp” un 25,5% pertenece a respuestas de los nativos digitales y se ve una gran diferencia en como los usuarios de este grupo etario consideran decir cosas insultantes a través de la aplicación. Por el contrario, solo el 6,7% fue de inmigrantes digitales quienes prefieren utilizar otras plataformas para comunicar este tipo de cosas.

Aparece un 7,6% de personas que manifiestan “No insulto” aunque en la próxima pregunta que se analiza, el porcentaje de encuestados que alguna vez se sintieron agredidos a través de las redes sociales es del 35,7%. Por este motivo, resulta interesante contrastar las respuestas a estas dos preguntas con los resultados de la pregunta 7. La percepción de los encuestados es que se han sentido insultados aunque quizás pueden no haberlo sido ya que en este estudio no se conocen los hechos.

	Cara a cara	WhatsApp	Llamada telefónica	Otros: “No insulto”	Otros	Total
Nativos digitales	67	27	4	4	4	106
	63,2%	25,5%	3,8%	3,8%	3,8%	100%
Inmigrantes digitales	66	6	4	11	4	91
	73%	6,7%	4,4%	12%	3,9%	100%
Total	133	33	8	15	8	197
	69,3%	17,2%	4,2%	7,6%	1,7%	100%

Tabla 5: Tabulaciones respuesta número 7

Pregunta 8:



Figura 7: Encuesta Oteiza Aguirre 2018

Pregunta 9:

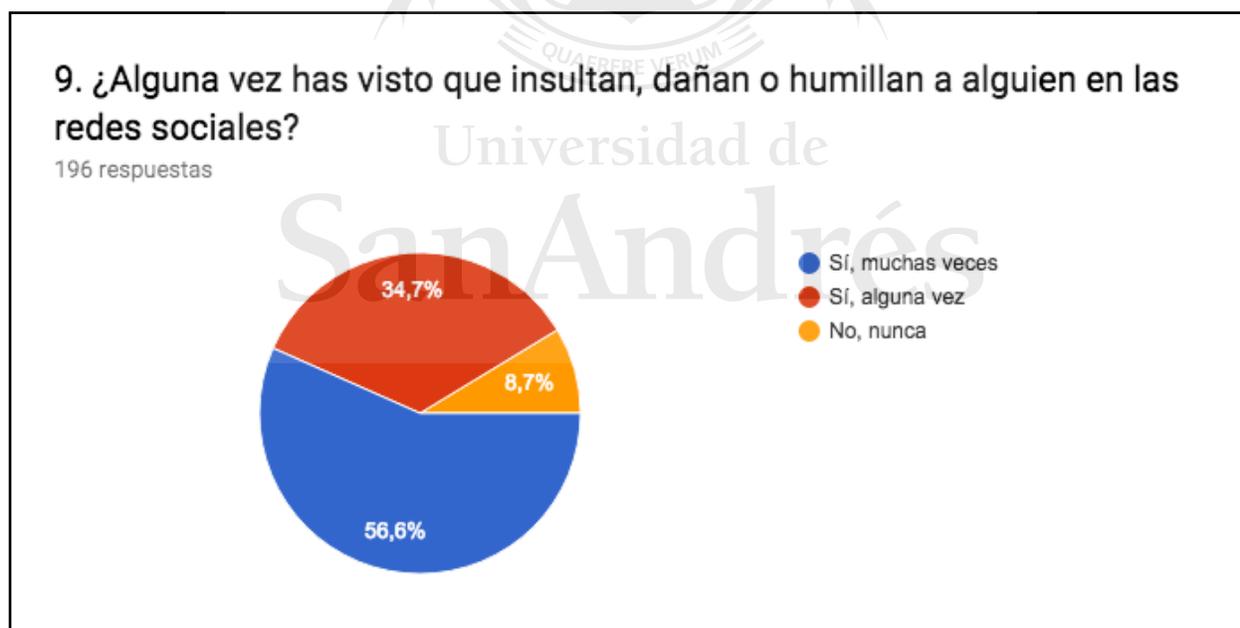


Figura 8: Encuesta Oteiza Aguirre 2018

Verón (2013) señala que “las redes sociales reactivan sin cesar la pregunta sobre el vínculo social en las tres dimensiones de la semiosis...” (p. 281). En este caso, la dimensión afectiva de la semiosis se vuelve crucial. La red les permite a los usuarios producir contenidos y por primera vez “tienen el control de un *switch* entre lo privado y lo público.” (p. 282). Las respuestas brindadas por los encuestados revelan que muchos de ellos no desean exponerse como víctimas de un acoso virtual, pero un total de 91,3% no dejan de manifestar que han sido testigos de tal comportamiento muchas veces o algunas veces.

7.1.2 Preguntas abiertas

En cuanto a las preguntas abiertas, se revisó sistemáticamente toda la información disponible y se listaron las respuestas a las preguntas abiertas en planillas Excel. A diferencia de las preguntas cerradas que permitían establecer porcentajes con mayor facilidad, los datos recogidos mediante las preguntas abiertas debieron primero codificarse para luego tabularlos y volcarlos a cuadros que permitieran realizar los cálculos correspondientes. De acuerdo con Sabino (1996), “el objetivo de la codificación es agrupar numéricamente los datos que se expresen en forma verbal, para poder luego operar con ellos como si se tratara, simplemente, de datos cuantitativos.” (p. 188). En el caso de las preguntas abiertas (número 10 y 11) se debían considerar 197 respuestas a una misma pregunta que presentaban una variedad de posibilidades. Se realizó una revisión atenta con el objeto de encontrar una tipología de respuestas. A cada categoría se le otorgó un código en particular (1.1, 1.2, 2.1, etc.) para agrupar a todas las respuestas que fueran idénticas o aparecieran como equivalentes.

Se establecieron diferentes categorías que permitieron unificar en un mismo código las respuestas que expresan ideas similares a través de palabras diferentes. Las respuestas ambiguas,

extrañas o anómalas se agruparon en el código “Otras” para evitar abrir demasiadas categorías. Una vez definidos los códigos y marcados los cuestionarios, se procedió a la tabulación.

De acuerdo con Sabino (1996), la tabulación consiste en listar los datos agrupados y contabilizados de acuerdo con las categorías previamente definidas. Esta etapa del trabajo se desarrolló manualmente, confeccionándose hojas de planillas Excel donde figuran las categorías en base a las cuales se distribuyeron los datos. El resultado de esta tabulación permitió obtener un cómputo ordenado de las respuestas a las preguntas abiertas.

Para continuar, con respecto a la pregunta número 10:

¿Creés que las redes sociales generaron un cambio positivo en cuanto a las comunicaciones?

Se establecieron las siguientes categorías en la codificación de las respuestas: “Acortan distancias”, “Rapidez y practicidad”, “Acompañamiento”, “Pérdida del contacto”, “Comportamiento tóxico” y “Otras”. Aproximadamente un 39% de los encuestados consideraron que las redes sociales han generado un cambio positivo en las comunicaciones especialmente en cuanto a la “Rapidez y la practicidad” con que se establecen las interacciones. Asimismo, una gran cantidad de encuestados se focalizaron en proximidad que permiten las redes sociales al “Acortar distancias” entre familiares y amigos que viven en el exterior. En menor medida, un 12% opinó que las redes sociales no habían generado un cambio positivo ya que entorpecían el contacto “cara a cara”. Las categorías “Acompañamiento” y “Comportamiento tóxico” tuvieron ambas el mismo porcentaje de respuestas: 8% del total.

En el análisis de los datos, se destacan dos categorías:

- 1.2 “Rapidez y practicidad” (39%). El encuestado número 117 responde: “Sí, posibilitan comunicar en tiempo real cosas que antes era imposible.”. El encuestado número 152 responde: “es una herramienta de fácil acceso.”

- 1.1 “Acortan distancias” (25,3%). El encuestado número 168 responde: “... Se acortaron las distancias y los tiempos. Poder compartir momentos especiales o celebraciones de manera casi instantánea con los más lejanos.”

Se establecieron diferencias en cuanto a nativos e inmigrantes digitales y sus respuestas a esta pregunta. En la categoría “Pérdida del contacto” un 14,3% de inmigrantes digitales eligió esta opción y por otro lado, un 10,4% fue de nativos digitales. Debe considerarse que los inmigrantes digitales no utilizan las tecnologías con tal intensidad como los nativos, por lo que los inmigrantes lo ven “desde afuera” y pueden notar esta pérdida de contacto que se ve especialmente en los jóvenes.

Por el contrario, los nativos digitales, que son quienes navegan intensamente las redes sociales están al tanto de todo lo que pasa allí, es por eso que en la categoría “Comportamiento tóxico” el 10,4% es de nativos digitales contra 5,5% de inmigrantes digitales. Estos usuarios saben qué es lo que pasa ya sea porque les ha pasado a ellos o porque lo ven en comentarios y publicaciones en las redes sociales. La forma de interactuar de las personas se ha convertido en tóxica y ha fomentado al *cyberbullying*.

En el siguiente cuadro se presentan en forma condensada los resultados obtenidos.²⁰

Categorías:	Nativos digitales	Inmigrantes digitales	Número de respuestas
Acortan distancias	28	22	50
	26,4%	24,2%	
Rapidez y practicidad	35	42	77
	33%	46,2%	
Acompañamiento	10	6	16
	9,4%	6,6%	
Pérdida del contacto	11	13	24
	10,4%	14,3%	
Comportamiento tóxico	11	5	16
	10,4%	5,5%	
Otras	11	7	18
	10,4%	7,7%	

Tabla 6: Respuestas a la pregunta 10 tabuladas en las categorías más recurrentes.

Es preciso señalar que varias de las personas encuestadas han expresado más de un motivo por el cual las redes sociales generan un cambio positivo/negativo en las comunicaciones.

En cuanto a la pregunta número 11:

¿Creés que las redes sociales han aumentado situaciones negativas como por ejemplo el *bullying*?

Se establecieron las siguientes categorías: “Anonimato y perfiles múltiples”, “Viralización”, “Visibilización” y “Otras”.

²⁰ Es importante aclarar que el porcentaje de las respuestas se calcula a partir del total de nativos (106) y de inmigrantes digitales (91) que participaron de la encuesta.

La mayoría de los encuestados considera que ha aumentado el *bullying* informático principalmente debido al anonimato que brindan las redes sociales y a la posibilidad de contar con perfiles múltiples. En segundo lugar, aproximadamente un 15% de las respuestas correspondieron a la categoría “Visibilización”, es decir, el *bullying* ya existía pero el uso de las redes sociales lo hizo más evidente. En menor proporción aparecen respuestas sobre una viralización de comportamientos crueles, inapropiados o desconsiderados hacia el prójimo.

Entre los cuatro tipos de respuesta considerados en la codificación se destacan entonces dos categorías:

- 1.1 “Anonimato/Perfiles múltiples”. Encuestado 31: “Sí, puede ser, el hecho de estar detrás de una pantalla permite a mucha gente hablar sin ningún cuidado y ser bastante cruel con lo que dicen.”
- 2.1 “Visualización”. Encuestado 81: “...ayudaron a visibilizarlas. El *bullying* no es algo nuevo, es algo de lo que ahora se habla.”

En cuanto a la diferenciación de nativos e inmigrantes digitales, se ve una diferencia en cuanto a las categorías viralización y visualización, en las que contestaron un 13,5% y 18,8% de nativos digitales. Por otro lado, un 9,9% y 11% fue de inmigrantes digitales. Los jóvenes usuarios de las redes sociales ven este tipo de comportamientos constantemente, y concluyen que el efecto de viralización y visibilización que tanto se ve en las redes sociales es un motivo por las situaciones de *bullying* que se ven en Internet. Sin embargo, la categoría más elegida por los encuestados fue “Anonimato/Perfiles múltiples” y ambos grupos etarios contestaron con un 29%. La percepción de los usuarios es que ésta es la opción más recurrente y una de las causas del *cyberbullying*.

En el siguiente cuadro se presentan en forma condensada los resultados obtenidos.²¹

Categorías:	Nativos digitales	Inmigrantes digitales	Número de respuestas
Anonimato/Perfiles múltiples	31	27	58
	29,2%	29,7%	
Viralización	17	9	26
	13,5%	9,9%	
Visibilización	20	10	30
	18,8%	11%	
Otras	12	15	27
	11,3%	16,5%	

Tabla 7: Respuestas a la pregunta 11 discriminadas de acuerdo con las categorías establecidas.

Debe señalarse que varios de los encuestados han expresado más de un motivo por el cual las redes sociales han aumentado situaciones negativas en las comunicaciones como por ejemplo el *bullying*.

7.2 Síntesis

Esta investigación ha explorado la dimensión de la secundariedad descrita por Verón (2013). Es decir, la encuesta se diseñó a los efectos de explorar las percepciones sobre los cambios que se producen en los “usos relacionales” configurados en las redes sociales: “el contacto, la reacción, la continuidad metonímica de las relaciones interpersonales.” (Verón 2013, p. 280).

La síntesis e interpretación final de todos los datos recogidos, organizados, codificados, tabulados y graficados permite integrar aspectos que surgen de los lineamientos del marco teórico.

²¹ Es importante aclarar que el porcentaje de las respuestas se calcula a partir del total de nativos (106) y de inmigrantes digitales (91) que participaron de la encuesta.

Se realizó un análisis de las transcripciones grilladas de todas las respuestas de los encuestados a las preguntas abiertas y cerradas. Se encontraron ciertos temas de interés en cuanto a las percepciones de los encuestados con respecto a la existencia o no de cambios en sus comportamientos a partir del advenimiento de las redes sociales²².

Entre las cuestiones que merecen un análisis, aparecen en primer lugar las respuestas de los encuestados a la pregunta 7. Las personas afirman que nunca insultan, pero luego en las respuestas a la pregunta 8 manifiestan que han sido testigos de este tipo de comportamiento en las redes sociales.

Traversa (2014) sostiene que las interacciones por medio de las nuevas tecnologías de comunicación tienen ciertas diferencias con las interacciones “cara a cara”, probablemente porque el usuario puede manifestarse en forma más abierta y libre cuando se comunica mediante un dispositivo. La percepción de los cambios en los comportamientos tiene un carácter subjetivo y, por lo tanto, resulta difícil determinar si ha ocurrido *bullying* o si se ha utilizado simplemente un término inadecuado o demasiado fuerte, o si la persona ha malinterpretado el mensaje. El emisor puede no haber tenido intenciones de ofender y el receptor se sintió ofendido independientemente de los términos utilizados.

Otro aspecto interesante para el análisis se refiere a los grupos etarios utilizados en la investigación. Las edades de los encuestados presentan una variable que, en ciertas preguntas como por ejemplo en el caso de la pregunta 6, sugiere que se aprecia una tendencia hacia el cambio en el comportamiento en los inmigrantes digitales ya que un 50,5% manifiesta utilizar el celular durante una cena familiar y no existe una diferencia muy significativa con el comportamiento de los nativos digitales: 58,5% lo utiliza normalmente.

²² Puede observarse una carga negativa en muchos mensajes que se intercambian en las redes sociales, pero ese punto excede los alcances de esta investigación.

En contraposición, al analizar las respuestas a la pregunta 4, en particular la opción: “Para conocer gente nueva”, se pudo comprobar que una amplia mayoría de los que evidenciaban este tipo de comportamiento pertenecía al grupo etario de nativos digitales: 79% y solo un 20,6% de los inmigrantes digitales manifestó conocer gente nueva mediante las redes sociales. Verón (2013) se refiere a la mutación que comporta Internet en las condiciones de acceso de los actores individuales a la discursividad mediática que determinan a su vez, percepciones de profundos cambios en “la relación con el Otro.” (p. 281), como hacer nuevos amigos y compañeros de viaje, o conocer personas con las que podría llegar a ser posible tener una relación sentimental, entre otros.

8. Conclusiones y posibles futuros análisis

Los resultados de este estudio corroboran que las nuevas tecnologías de la comunicación siempre enfrentan cuestionamientos sobre su impacto en el bienestar psicológico. Las primeras investigaciones sobre el impacto de Internet tendían a explorar cuestiones muy simples y trataban a las actividades *online* como si fueran intercambiables. Hoy en día el énfasis de las investigaciones se focaliza en las redes sociales y los especialistas desean conocer más sobre la relación entre la comunicación *online* y sus consecuencias en el sentido de apoyo social, soledad o cómo afectan los comportamientos cotidianos. (Burke, Kraut, & Marlow, 2011; Deters & Mehl, 2012; Verduyn et al., 2014). Los resultados de una gran cantidad de investigaciones actuales sobre las redes sociales han caído en la misma trampa simplista de las primeras investigaciones sobre el impacto de Internet.

Sin embargo, los especialistas como Burke & Kraut (2013) coinciden en que el impacto de la comunicación *online* sobre el bienestar psicológico va de la mano de los objetivos del individuo,

la naturaleza de la comunicación que se intercambia y el grado de cercanía o intimidad de quienes realizan dichas comunicaciones. Burke *et al.* (2011) consideran que es importante investigar los diferentes usos de las redes sociales sobre la base de los comportamientos sean reales o percibidos. Hasta el momento en que escriben su investigación la mayoría de las investigaciones se han concentrado en la diferenciación de redes sociales sobre la base de las motivaciones.

Por este motivo, los autores se focalizan en los comportamientos y su impacto en el capital social. A tal fin distinguen tres tipos de comportamientos sociales en las redes, especializándose en *Facebook*. La primera se denomina comunicación dirigida con amigos individuales y consiste en intercambios “uno a uno”, personales, incluyéndose el *like*, o los comentarios que acompañan el etiquetado de fotos. En cada una de estas acciones un amigo se dirige a otro amigo e indica que su relación es lo suficientemente importante como para merecer dicha acción. La pregunta 4 ¿Para qué utilizas las redes sociales? pretende averiguar este tipo de comportamiento. Las respuestas brindadas por los encuestados reflejan los comportamientos planteados por Burke et al. (2011) y las respuestas a la pregunta 10 (“¿Creés que las redes sociales generaron un cambio positivo en cuanto a las comunicaciones?”) destacan el interés de los usuarios por mejorar las comunicaciones y brindar apoyo. Las categorías que recibieron mayor número de respuestas fueron “Acortan distancias”, “Rapidez y practicidad”, “Acompañamiento”. De esta forma, se comprueba lo expuesto por Burke *et al.* (2011): “Directed communication has the potential to improve both bonding and bridging social capital (...) maintaining relationships with existing ties and encouraging the growth of new ones.” (p. 2), aunque este último aspecto quedaría casi totalmente restringido a los nativos digitales.

La investigación realizada por Ellison (2007) mostró que aquellos usuarios que exhibían un uso intenso de *Facebook* en términos de tiempo dedicado a la red, cantidad de amigos e

integración de *Facebook* en sus vidas diarias demostraban niveles más altos de interacciones exitosas que mejoraban su capital social y su autoestima. En contraposición, los mensajes generales corresponderían al segundo tipo de comportamiento: consumo pasivo de noticias sociales; y el número tres se refiere a publicaciones. Estos dos últimos tipos de comportamiento no están contemplados en la investigación llevada a cabo para este trabajo.

Finalmente, en el caso de usuarios más tímidos o con dificultades de interconectarse socialmente, los que se sienten incómodos en las interacciones “cara a cara”, las redes sociales ofrecen formas de conectarse socialmente aunque siempre existe el riesgo de que el uso de Internet se torne compulsivo.

En definitiva, si se retoma la hipótesis que guio este trabajo de investigación acerca de la percepción que tienen los usuarios de los cambios en interacción “cara a cara” a partir del surgimiento de las redes sociales, la conclusión es que no se ha producido un profundo cambio en los comportamientos de las personas. Sin embargo, puede apreciarse un leve cambio en las percepciones que queda ilustrado en los análisis de las respuestas a la encuesta.

Quedaría pendiente para una nueva investigación examinar las percepciones que tienen los usuarios de *Facebook* sobre su uso de la red social. La pregunta número 5, “¿Con qué frecuencia utilizas las redes sociales?”, solo refiere a la cantidad de tiempo que le dedican, pero no explicita si su percepción tiene que ver con un uso excesivo que podría convertirse en una adicción o si les produce un mayor grado de aislamiento que antes de comenzar a utilizarla.

Mediante el análisis de las respuestas a la encuesta se identifican percepciones colectivas, ideas preconcebidas y prácticas y estrategias compartidas. Además, aparecen dudas y percepciones de comportamientos que se reconocen socialmente como válidas. En tal sentido, Verón (1987, pp. 119-120) afirma: “El verdadero origen de la realidad muestra que esta concepción implica

esencialmente la noción de una comunidad, sin límites precisos capaz de un crecimiento definido de conocimientos... (y es) la garantía, la fuente de legitimidad, de lo real y de lo verdadero”, debido a la enorme cantidad de discursos sobre las percepciones reales o imaginarias de los cambios de comportamiento con la aparición de las redes sociales y la extensión de los vínculos semirrestringidos (Traversa, 2014).

En suma, el trabajo realizado pretende aportar una comprensión más profunda de ciertos aspectos de transformaciones en los comportamientos de los usuarios de redes sociales como *Facebook*, especialmente teniendo en cuenta una comparación entre diferentes grupos etarios.

Debe considerarse que esta investigación presenta ciertas limitaciones vinculadas con la forma en que se auto administró la encuesta. Como consecuencia, algunas respuestas pueden resultar confusas, ambiguas, evasivas o imprecisas, ya que el investigador no podía ser contactado para responder a dudas de los encuestados. Se considera que la muestra resulta representativa, ya que se contó con casi 200 encuestados, pero podría haber sido más amplia.

Resulta importante señalar que este tipo de investigación debería llevarse a cabo periódicamente, por ejemplo cada dos años, a los efectos de elaborar un trabajo de tipo diacrónico que monitoree las tendencias a los cambios en los comportamientos y sus percepciones. Finalmente, quedaría pendiente para una investigación futura comparar los diferentes comportamientos en las redes sobre la base de una diferenciación de género que complemente la variable grupos etarios.

9. Referencias Bibliográficas

Barthes, R. (1964). *Eléments de sémiologie*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.

Bernete, F. (2010). Usos de las TIC, Relaciones sociales y cambios en la socialización de las y los jóvenes. *Revista de Estudios de Juventud*. Número 88. Recuperado de: http://xcesarmartinez.com/recursos/info1/lectura/relac_sociales.pdf

Birmie, S.A. & Horvath, P. (2006). Psychological Predictors of Internet Social Communication. *Journal of computer-mediated communication*, 7(4). Recuperado de: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.2002.tb00154.x>

Burke, M., Kraut, R.E. & Marlow, C. (2011). Social Capital on Facebook: Differentiating Uses and Users. Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings. 571-580. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/221515685_Social_Capital_on_Facebook_Differentiating_Uses_and_Users

Burke, M. & Kraut, R. E. (2016). The Relationship Between Facebook Use and Well-Being Depends on Communication Type and Tie Strength. *Journal of computer-mediated communication*, 21(4) 265-281. Recuperado de: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jcc4.12162/full>

Cáceres, M., Ruiz San Román, J., & Brändle, G. (2009). Comunicación interpersonal y vida cotidiana. La presentación de la identidad de los jóvenes en Internet. *Revista CIC*, 14. Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC0909110213A/7226>

Casserly, M. (2011). Multiple Personalities and Social Media: The Many Faces of Me. *Forbes Magazine*. Recuperado de : <https://www.forbes.com/sites/meghancasserly/2011/01/26/multiple-personalities-and-social-media-the-many-faces-of-me/#49cbeec56d51>

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid, España: Alianza Editorial.

Celora, L. (2018). Lo que Facebook sabe sobre mí. *Revista Clarín*. 32-33.

Crovi Druetta, D. (2016). *Redes sociales digitales: lugar de encuentro, expresión y organización para los jóvenes*. Recuperado de:

https://books.google.com.ar/books?id=nsy3DgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Debatín, B., *et al.* (2009). Facebook and Online Privacy: Attitudes, Behaviors, and Unintended Consequences. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 15 (1), 82-108. Recuperado de: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.2009.01494.x>

Di Nicola, G. (2018). Proponen aumentar las penas para la pornografía infantil y el grooming. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.lanacion.com.ar/2109667-proponen-aumentar-las-penas-para-la-pornografia-infantil-y-el-grooming>

Ducharme, J. (2018) 'Phubbing' Is Hurting Your Relationships. Here's What It Is. *Time Magazine*. Recuperado de: <http://time.com/5216853/what-is-phubbing/>

Echeburúa, E. & Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, 22(2) 91-95. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/2891/289122889001.pdf>

Ellison, N., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 12(4) 143-1168. Recuperado de: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>

Garaigordobil, M. (2011) Prevalencia y consecuencias del cyberbullying: una revisión. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*. 11(2) 233-254.

González de Abreu, S.M.Y. (2017). Las diferencias entre Nativos e Inmigrantes Digitales. *OEI*. Recuperado de: <http://www.oei.es/historico/divulgacioncientifica/?Las-diferencias-entre-Nativos-e-Inmigrantes-Digitales>

Hoffman, J. (2012). Trying to find a cry of desperation amid the Facebook drama. *The New York Times*. Recuperado de: <https://www.nytimes.com/2012/02/24/us/facebook-posts-can-offer-clues-of-depression.html>

Hung, H. & Wong, Y. (2009) Information transparency and digital privacy protection: are they mutually exclusive in the provision of e-services? *Journal of Services Marketing*, 23(3), 154-164.

Knee, J. A. (2016). Review: 'Chaos Monkeys' Is a Guide to the Spirit of Silicon Valley. U.S.: *The New York Times*. Recuperado de: <https://www.nytimes.com/2016/06/29/business/dealbook/review-chaos-monkeys-is-a-guide-to-the-spirit-of-silicon-valley.html>

Kraut, R. *et al.* (1998). Internet paradox. A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *The American Psychologist*. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/13445276_Internet_Paradox_A_Social_Technology_That_Reduces_Social_Involvement_and_Psychological_Well-Being

Licklider, J. C. R. (1968). *The Computer as a Communication Device*. Science and Technology. Recuperado de: <http://memex.org/licklider.pdf>

Licoppe, C. (2004). Connected presence: the emergente of a new repertoire for managing social relationships in a changing communication technoscape. *Environment and Planning D*, 22(1), 135-156.

Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. Infoleg: Información Legislativa. Recuperado de: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/220000-224999/223586/norma.htm>

Oppenheim, A.N. (1992). *Questionnaire Design, Interviewing and Attitude Measurement*. London, UK: Pinter Pub Ltd.

Page, R.E. (2012). *Stories and Social Media: Identities and Interaction*. Recuperado de: <https://books.google.com.ar/books?hl=es&lr=&id=nefGBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT13&dq=multiple+identities+social+media&ots=AuVREfTCQq&sig=x3mm809ffEQre - MkOgFCihAfoU#v=onepage&q=multiple%20identities%20social%20media&f=false>

Parsons, J. (2017). The Difference Between a Follow and a Friend on Facebook. *follows.com*. Recuperado de: <https://follows.com/blog/2017/01/difference-follow-friend-facebook>

Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon MCB University Press*, 9(5).

Richards, R.D. (2013). Compusory Process in Cyberspace: Rethinking Privacy in the Social Networking Age. *Harvard Journal of Law & Public Policy*, 36(2), 519-546.

Rosenberg, M. y Frenekel, S. (2018) Facebook's Role in Data Misuse Sets Off Storms on Two Continents. U.S.: *The New York Times*. Recuperado de: https://www.nytimes.com/2018/03/18/us/cambridge-analytica-facebook-privacy-data.html?emc=edit_ta_20180318&nl=top-stories&nid=56483649&ref=cta

Sabino, C. A. (1996). *El proceso de investigación*. Buenos Aires, Argentina: Lumen Hvmanitas.

Sampieri, R.H. (2010). *Metodología de la Investigación 5ta Edición*. México: Mc Graw Hill.

Shakya H.B., Christakis, N.A. (2017). Association of Facebook Use With Compromised Well-Being: A Longitudinal Study. U.S.: *National Library of Medicine National Institutes of Health*, 185(3) 203-211. Recuperado de: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/28093386>

Taylor, A. S., Harper, R. (2003). The Gift of the Gab?: A Design Orientes Sociology of Young People's Use of Mobiles. *Computer supported Cooperative Work*, 12(3), 267-296.

Traversa, O. (2014). *Inflexiones del discurso. Cambios y rupturas en las trayectorias del sentido*. Buenos Aires, Argentina: Santiago Arcos editor/SEMA.

Tufekci, Z. (2018). *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*. Recuperado de: <https://yalebooks.yale.edu/book/9780300215120/twitter-and-tear-gas>

Velkovska, J. (2002). L'intimité anonyme fans les conversations électroniques sur les webchats. *Sociologie du travail*, 44(2), 193-213.

Verón, E. (1993). *La Semiosis Social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona, España: Gedisa.

Verón, E. (1997). Esquema para el análisis de la mediatización. *Diálogos de la Comunicación*, 48(9-15).

Verón, E. (2013). *La Semiosis Social 2. Ideas, momentos, interpretables*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.

Vincent, J. (2017). Former Facebook exec says social media is ripping apart society. *The Verge*. Recuperado de: <https://www.theverge.com/2017/12/11/16761016/former-facebook-exec-ripping-apart-society>

Walrave, M. (2012). Connecting and protecting? Comparing predictors of self-disclosure and privacy settings use between adolescents and adults. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 6(1).

Walther, J.B. (1996). Computer-Mediated Communication. Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction. *Communication Research*, 22 (1), 3-43. Recuperado de: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/009365096023001001>

Waters, S. & Ackerman, J. (2011). Exploring Privacy Management on Facebook: Motivations and Perceived Consequences of Voluntary Disclosure. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17, 101-115.

Wellman, B. (2001). Does the Internet Increase, Decrease, or Supplement Social Capital? Social Networks, Participation, and Community Commitment. *American Behavioral Scientist*, 45 (3), 436-455. Recuperado de: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/00027640121957286>

Zuckerberg, M. (2017). Building Global Community. *Facebook page*. Recuperado de: <https://www.facebook.com/notes/mark-zuckerberg/building-global-community/10103508221158471/?pnref=story>

(2017, 29 de marzo). El congreso de Estados Unidos habilitó a los proveedores de Internet a vender datos privados de los usuarios. *Infobae*. Recuperado de: <https://www.infobae.com/america/eeuu/2017/03/29/el-congreso-de-estados-unidos-habilito-a-los-proveedores-de-internet-a-vender-datos-privados-de-los-usuarios/>

(2018, 21 de marzo) Cómo va a cambiar Internet con la nueva ley de privacidad de la Unión Europea. *Infobae*. Recuperado de: <https://www.infobae.com/america/mundo/2018/03/21/como-va-a-cambiar-internet-con-la-nueva-ley-de-privacidad-de-la-union-europea/>

(2018, 25 de marzo) Steven Spielberg: Las redes sociales son una excusa para perder el contacto entre los seres humanos. *Infobae*. Recuperado de: <https://www.infobae.com/teleshov/infoshow/2018/03/25/steven-spielberg-las-redes-sociales-son-una-excusa-para-perder-el-contacto-entre-los-seres-humanos/>

10. Anexo

10.1. Otras plataformas digitales

Con respecto a *Youtube*, los jóvenes la identifican como diversión, búsqueda de videos y música. Otros grupos etarios recurren a *Youtube* para la búsqueda de documentales, tutoriales y temas académicos en general. Tufekci (2018) en *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest* señala que uno de los atractivos de *Youtube* consiste en presentarse como “el

gran radicalizador del siglo XXI.”²³ La autora especula que su algoritmo parece haber concluido que a las personas les atrae un contenido extremo. Aunque *Google* no suele compartir información con investigadores independientes, Guillaume Chaslot, ex-ingeniero de la compañía que trabajó en el algoritmo de recomendaciones en *Youtube*, se preocupó profundamente por las tácticas utilizadas para incrementar el tiempo que las personas dedicaban al sitio. El *Wall Street Journal* realizó una investigación del contenido de *Youtube* con su colaboración y los resultados mostraban tendencias extremistas evidentes en gran cantidad de material. *Youtube* ha sido criticado recientemente por recomendar videos que promueven las diversas teorías de conspiración, entre ellos el tiroteo escolar en Parkland, Florida. Según Tufekci (2018), hay una explotación informática de la curiosidad, un deseo humano natural. Esta situación puede tornarse peligrosa dada la cantidad de personas jóvenes que recurren a *Youtube* en busca de información. La autora explica que las *laptops* “Chromebook” producidas por *Google* a un precio muy accesible representan en la actualidad más del 50% del mercado de *laptops* para la educación preuniversitaria en EEUU y ya vienen cargadas con un acceso muy fácil a *Youtube*.

A su vez, *Twitter* aparece más “como una red de intercambio de ideas y se la asocia con temas que generan polémica (*Trending Topics* o *Hashtags*).” (Crovi Druetta, 2016, p. 50), aunque para otros también representa una oportunidad de expresión. Sin embargo, las noticias de la manipulación de datos de los usuarios de *Facebook* alertan sobre el “trolleo” en *Twitter*. Los *bots* y *trolls* representan en la actualidad el 30% del tráfico de *Twitter* en Argentina que contribuye a construir la opinión pública. Debe tenerse en cuenta que las redes sociales tardan menos de 3 horas en cubrir el mundo con un rumor no confirmado.

²³ Tufekci, Z. (2018). https://www.clarin.com/new-york-times-international-weekly/youtube-gran-radicalizador-siglo-xxi_0_rJeeXV_FKG.html Último acceso: 21/05/2018.

Además de las redes sociales mencionadas, existen muchas otras como por ejemplo *Instagram*, “para capturar momentos a través de fotografías y conservarlos” (p. 50) o la red *Linked In* “para subir perfiles laborales y promover habilidades específicas”. Las redes digitales proveen una “dimensión de encuentro (...) la posibilidad de superar barreras de espacio y tiempo...” (p. 51). En este sentido, muchos usuarios de diferentes grupos etarios manifiestan que en *Facebook* además de conocer gente, se encuentran con sus antiguos amigos y “las redes sociales digitales (son) una posibilidad de recuperar encuentros y abrirse a la interacción.” (p. 52).

10.2. Encuesta: Interacción en las redes sociales

Esta encuesta forma parte de un Trabajo de Graduación para la Universidad de San Andrés. Las preguntas están centradas en torno a tus usos y opiniones sobre las redes sociales. Todas las respuestas son anónimas.

1. ¿Cuántos años tienes?

- Entre 18 y 28
- Entre 29 y 60
- Más de 61

2. ¿Cómo te sentís más cómodo interactuando habitualmente?

- Cara a cara
- x un dispositivo

3. ¿Tenés alguna cuenta en alguna red social?

(Podés elegir más de una opción)

- Facebook
- Twitter
- Otras

4. ¿Para qué utilizás las redes sociales?

(Podés elegir más de una opción)

- Para estar en contacto con mis amigos
- Para conocer gente nueva
- Para contactar con amigos a los que hace tiempo no veo
- Otras

5. ¿Con qué frecuencia utilizás las redes sociales?

- Todos los días, más de una hora diaria
- Todos los días, menos de una hora diaria
- Tres veces por semana
- Una vez a la semana

6. Cuando estás comiendo con tu familia, ¿utilizás el celular?

- Si
- No
- A veces

7. A la hora de decir algo insultante, hiriente o avergonzarte a una persona, preferís decirselo por:

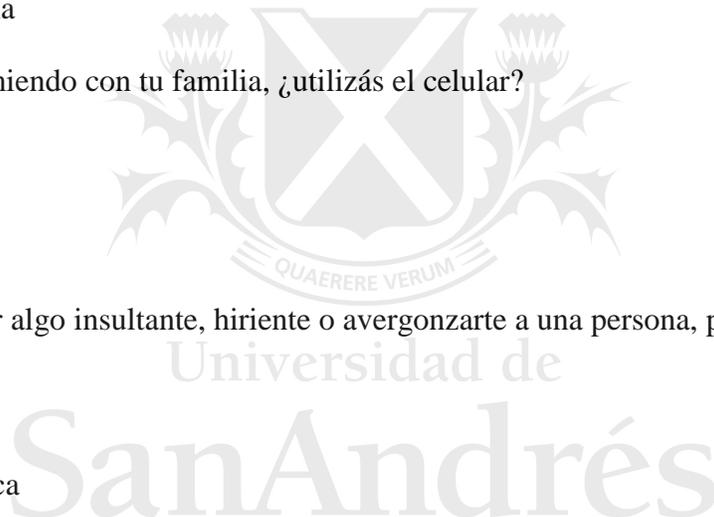
- WhatsApp
- Cara a Cara
- Llamada telefónica

8. ¿Alguna vez te has sentido insultado o humillado en las redes sociales?

- Sí, muchas veces
- Sí, alguna vez
- No, nunca

9. ¿Alguna vez has visto que insultan, dañan o humillan a alguien en las redes sociales?

- Sí, muchas veces
- Sí, alguna vez



-No, nunca

10. ¿Creés que las redes sociales generaron un cambio positivo en cuanto a las comunicaciones? (explicá brevemente)

11. ¿Creés que las redes sociales han aumentado situaciones negativas como por ejemplo el bullying? (explicá brevemente)

12. Te comunicas vía celular o computadora con personas de diferentes edades?

-Si

-No

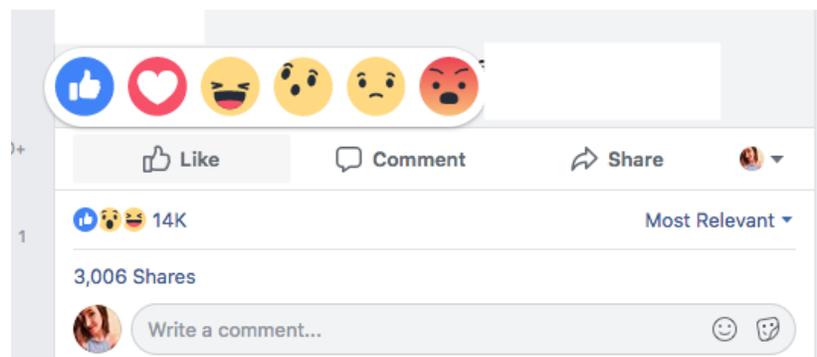
13. Si la respuesta es sí, ¿de qué edad? (podés elegir más de una opción)

- Entre 18 y 28

- Entre 29 y 60

- Más de 61

10.3 Capturas de pantalla de *Facebook*



Captura 1

- General
- Security and Login
- Your Facebook Information
- Privacy**
- Timeline and Tagging
- Location
- Blocking
- Language
- Face Recognition
- Notifications
- Mobile
- Public Posts
- Apps and Websites
- Instant Games
- Business Integrations
- Ads
- Payments
- Support Inbox
- Videos

Privacy Settings and Tools

Your Activity	Who can see your future posts?	Friends	Edit
	Review all your posts and things you're tagged in		Use Activity Log
	Limit the audience for posts you've shared with friends of friends or Public?		Limit Past Posts
How People Find and Contact You	Who can send you friend requests?	Everyone	Edit
	Who can see your friends list?	Only me	Edit
	<small>Remember, your friends control who can see their friendships on their own Timelines. If people can see your friendship on another timeline, they'll be able to see it in News Feed, search and other places on Facebook. If you set this to Only me, only you will be able to see your full friends list on your timeline. Other people will see only mutual friends.</small>		
	Who can look you up using the email address you provided?	Everyone	Edit
	Who can look you up using the phone number you provided?	Everyone	Edit
	Do you want search engines outside of Facebook to link to your profile?	Yes	Edit

Captura 2