



Universidad Autónoma del Estado de
México

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



El comportamiento de los 5 axiomas de comunicación en línea: a través
de Tinder y el amor líquido.

T E S I S

Que para obtener el título de:
Licenciada en Comunicación

P R E S E N T A:

Ana Karla May García

D I R E C T O R:

Robert Stingl

Introducción	4
Capítulo 1	15
Es imposible no comunicarse, inclusive en línea	15
Paul Watzlawick	16
1.1 Primer axioma	17
1.2 Segundo axioma	20
1.3 Tercer Axioma	21
1.4 Cuarto axioma	22
1.5 Quinto axioma	23
1.6 Inclusive en línea...	24
1.7 Primer axioma en línea	29
1.8 Segundo axioma en línea	30
1.9 Tercer axioma en línea	32
1.10 Cuarto axioma en línea	32
1.11 Quinto axioma en línea	34
1.12 En resumen	35
Capítulo 2	38
¿Y el amor?	38
Zygmunt Bauman	38
1.1 Amor y Deseo	39
1.2 Proximidad	42
1.3 En resumen	43
Capítulo 3	45
¿Qué comunicas en línea? (dependiendo de la relación)	45
3.1 Fanny Georges - soi numérique	46
3.2 Perfil en línea	49
3.3 Relación en línea	51
3.4 Comparación	53
Capítulo 4	56
¿Cuál es la influencia de los canales de comunicación? (para entablar una relación)	56
4.1 Plataforma digital: "Tinder"	57
4.1.1 Plataforma digital: "Tinder" - Estructura y Uso	62
4.1.2 Plataforma digital: "Tinder" - Denotaciones	65
Capítulo 5	68

Comportamiento de los axiomas en línea	68
5.1 Primer axioma:	69
5.2 Segundo axioma:	73
5.3 Tercer axioma:	74
5.4 Cuarto axioma:	76
5.5 Quinto axioma:	78
Conclusiones	80
Marcando la apertura a la importancia del tema del comportamiento de la comunicación en línea.	80
Bibliografía	87
Bibliografía Adicional	90

Introducción

¿Y tú, sabes lo que comunicas en línea, en persona?

Relación y funcionamiento de los axiomas de comunicación dentro de la interacción en línea.

Dado que las dinámicas en las relaciones humanas se han transformado con el curso natural de los años, ha surgido la duda por llevar a cabo un análisis acerca de la comunicación en el mundo virtual. Las plataformas utilizadas son cada día más, ahora la gente se comunica a través de un teléfono, un mensaje, un whatsapp. Cada día es menos frecuente enfrentarse a una conversación cara a cara. El problema es claro, la gente puede no entender por completo al otro a través de estas plataformas. Las personas pueden ver el texto mas no a la persona, pueden interpretar el significado mas no ver lo que realmente se quiso decir. Por ejemplo cuando se trata de un mensaje de amor, la persona no podrá demostrar con todo su ser lo que siente, tendrá que decirlo a través del texto más poético o más lleno de emojis que pueda. No obstante, el sentimiento que uno recibe no es el mismo al intencionado; esto es un problema del mundo virtual. El desacierto del mensaje que desea ser transmitido. A través de tal problemática ha surgido la inquietud de formular un análisis sobre estos procesos comunicativos. Es hora de poner atención a la comunicación que acompaña al ser humano a través de su móvil.

Las redes sociales crecen aceleradamente, el fenómeno no se puede enfrentar, al contrario debería tratar de entenderse; es inevitable no comunicarse a través de ellas, por eso hay que poner el ojo en el problema. Para poder entender lo que uno comunican a través del mundo virtual se utilizará la Teoría de Paul Watzlawick y el uso de sus axiomas pero con una propuesta dirigida hacia las redes sociales. Además, las relaciones se vuelven líquidas al igual que la comunicación, es decir, se moldean al propósito para las que serán utilizadas. Por tanto, con un enfoque al amor líquido de Zygmunt Bauman; se llevará acabo el siguiente análisis explicativo de los nuevos procesos de comunicación que se han instalado en la sociedad actual. Específicamente qué tanto está presente la influencia de los medios, en las relaciones humanas o si los procesos de comunicación pudieron lograrse a través de un medio de comunicación, una aplicación, específicamente Tinder. Lo siguiente por los términos del amor líquido que se ven envueltos dentro de la aplicación.

Tinder, es una de las apps más famosas y populares entre la sociedad para conseguir una cita, conocer gente nueva o simplemente una noche. Los propósitos de la aplicación se detallarán más adelante, por ahora solo cabe decir que el uso de ésta es un ejemplo excelente para la presentación de la teoría del amor líquido, la fragilidad de los vínculos humanos y como estos vínculos son moldeados por los usuarios a su conveniencia. Lo cual influye en la comunicación que será utilizada a través de la app, esta comunicación tiene un propósito específico, la cuál será analizada a través de los 5 axiomas dentro del mundo virtual; basados en la teoría de Watzlawick, se presentarán a lo largo del presente trabajo. A diferencia de la comunicación directa en la cuál es imposible esconderlo todo; dentro de la unicidad en redes sociales, uno se vuelve más valiente, es el poder que da la pantalla. A través de cualquier pantalla uno muestra lo que desea, el ser humano se vuelve lo que imagina que es.

El uso del internet no puede pasar inadvertido, al mismo tiempo el cambio en la manera en el que el ser humano interactúa se ha transformado, tan solo en México se tiene que:

“Según la Asociación Mexicana de Internet, en México existen 82.7 millones de personas con acceso a web, y que 82% por ciento del total son usuarios con una ‘app’ para conocer gente, lo que representa 68 millones de personas. esto en el 2018.”¹

Por lo que, con el uso del internet en la época actual, la inmediatez y la facilidad de uso para una app ha aumentado. Dentro de este también llega el planteamiento siguiente, con la situación específica para fines dentro del presente estudio. Cuando se conoce a alguien a través de una aplicación como Tinder, ambos individuos pueden mostrarse totalmente seguros de sí mismos, sin miedo a decir las cosas y hablar sin parar. Por otro lado, al enfrentarse a la realidad las cosas puede que no sean así; ambas personas se mostrarán totalmente diferentes. Esto se da al aprovechar su ser virtual, o como lo menciona Fanny Georges su "soi numérique", esta teoría se implementará en el presente trabajo para poder explicar la función completa del perfil de Tinder y cómo este mismo afectará en la comunicación; además de que también habrá una influencia de este ser numérico para con los axiomas en línea.

¹ AMIPCI. Asociación de Internet. Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2019. Consultado en línea el (03/12/2019) a través de: <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/>.

Metodología

Ya que este es un tema controversial, y relativamente nuevo, no hay mucha literatura adecuada dentro de América Latina. Es además un tema complicado por su complejidad, casi no es investigado o publicado; lo cual suscita un problema para encontrar más información que ayude a sustentar este análisis. No obstante, dentro del internet suceden muchas teorías, dentro de una comunicación en línea suceden millones de cosas. La fuente de la comunicación es el ser humano, éste inicia la comunicación y la reproduce, entonces, es necesario entenderla. Por tal, hay diversas teorías que hablan de su funcionamiento, de su comportamiento y evidentemente de su existencia. Entonces, hay que extender el paso a la comunicación que ha cambiado de plataforma hacia el mundo virtual. Por lo que, se ha escogido con cautela a los autores que ayudarán a sustentar el siguiente análisis. Son tres autores principales, los cuales serán listados conforme a su importancia y presentación dentro de este trabajo. Los cuales fueron utilizados para conformar la propuesta de los 5 axiomas dentro del mundo virtual, en este caso, dentro de Tinder.

Paul Watzlawick

En un primer tiempo se encuentra Paul Watzlawick con su teoría sobre la comunicación humana; él plantea lo siguiente: si una persona no tienen el mismo punto de vista, de entendimiento o de contexto dentro de una conversación. Por que no todos los interlocutores piensan lo mismo, es otras palabras, si existe una falla dentro de el cumplimiento de alguno de los axiomas (reglas propuestas por este autor), no existirá una interacción funcional y habrá incomprensión y des-orientación dentro de la comunicación. Siguiendo el hilo del trabajo, para ir al mundo virtual es necesario conocer el principio de todo, la comunicación en el mundo análogo. Al entender que según Watzlawick la comunicación humana adecuada, se da a través del cumplimiento de 5 axiomas que guían la comunicación, y así hay una interacción funcional. No obstante, si alguno de los axiomas dentro de su propuesta llega a fallar entonces habrá como resultado un malentendido y una comunicación mal interpretada. Su teoría resumida, entendiéndola se podrá dar paso a la interpretación del mundo virtual. A través de sus axiomas, pero modificados a su plataforma digital, a su uso dentro de las nuevas tecnologías.

Zygmunt Bauman

A continuación se encuentra Bauman y su teoría del amor líquido, la fragilidad de los vínculos humanos. En la cuál se menciona que: el amor es un bien de consumo, que éste se moldea a las necesidades individuales y puede ser utilizado y desechado a placer. Por tal se volvió líquido, por su facilidad a ser tomado y moldeado a uno mismo. Éste se ha vuelto fugaz, ha perdido responsabilidad, ya no existe una solidez, una estabilidad sino todo lo contrario. Dentro de este concepto las relaciones son inestables, son inevitablemente frágiles, y cada quién se ocupa de ellas sin consciencia alguna. Ahora se desechan con un botón, se han vuelto frías. Por tal el uso de la aplicación Tinder, por ser el representante de la teoría expuesta, por representar adecuadamente esa fragilidad y esa necesidad de desear o conseguir un "amor" en tres pasos. Otra razón por la cuál se eligió esta aplicación es su lienzo con plataformas de comunicación dentro del mundo digital. Además, por el uso que se le da a Tinder, tiene cierto tipo de comunicación; existe una comunicación determinante por diversos factores, su funcionamiento o su falla dependiendo al análisis de los axiomas.

Fanny Georges

Finalmente está la teoría de Georges, en la que menciona: Estar presente a través de la pantalla, pero quién es la persona detrás de esa pantalla y cómo se presenta ante la sociedad virtual. Para socializar en línea también existe un ser numérico, una identificación virtual; la cual se expone a través de diversas redes sociales. Cada quién tiene una presentación propia de su ser, la cuál es utilizada para crear un perfil en línea, la cuál representa a tal persona a través de símbolos, imágenes, lo que siente, piensa y desea obtener. En resumen "L'utilisateur doit prendre existence pour communiquer: s'il ne crée pas un profil personnel, il n'existe pas pour la communauté car il n'est pas visible par elle."² Es decir, el usuario debe existir para comunicar: si el no crea un perfil personal, éste no existirá para la comunidad. Esta teoría es interesante y serán utilizadas sólo algunas partes de ella. Las cuáles son importante de utilizar junto con los axiomas, ya que el ser humano es un ser

² Georges, F. (2009). Représentation de soi et identité numérique: Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0. Réseaux, 154(2), 165-193. doi:10.3917/res.154.0165.

visual, y para poder comunicarse a través del mundo virtual, se necesita un atractivo inmediato. El ser humano se interesa mucho por lo que ve, decide dar o no un primer paso. A parte de las cuestiones visuales que proporciona el ser numérico, también proporciona una forma determinada de comunicarse, una personalidad, y una manera de escribir con respecto al deseo en mente. Entonces es la combinación perfecta para realizar un análisis dentro del medio virtual, dentro de una comunicación que sigue creciendo en la sociedad.

Marco Teórico

Por el tema a utilizar, la presente investigación es cualitativa en razón de que busca, analizar el comportamiento de la comunicación en línea, lo siguiente a través de la interpretación, la comprensión y la práctica de estos axiomas en un medio digital. Como menciona Sampieri: "El alcance final del estudio cualitativo consiste en comprender un fenómeno social complejo, más allá de medir las variables involucradas, se busca entenderlo."³ Por otro lado, los objetivos esperados, de este trabajo será un estudio descriptivo, explicativo y exploratorio; lo último para dar pauta a la apertura de temas en el país hacia la comunicación llevada a cabo en línea.

Se caracterizará como estudio descriptivo por lo siguiente: "Sirven para analizar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes. Permiten detallar el fenómeno estudiado básicamente a través de la medición de uno o más de sus atributos."⁴ Explicativo por la manera en la que se maneja la investigación, por lo que se toma en cuenta que: "su objetivo último es explicar por qué ocurre un fenómeno y en que condiciones se da éste."⁵ Y finalmente, exploratorio por ser un campo nuevo, o uno casi no investigado en nuestro país, el cual no cuenta con muchos antecedentes bibliográficos ni prácticos; éste pretende abrir las puertas a la exploración dentro de este panorama de análisis.

Para llevar a cabo el diseño de la investigación se procederá con un primer paso el cual muestra la problemática; a través de este se llevará a cabo la investigación documental y bibliográfica de los

³ Sampieri, Roberto. Metodología de la investigación. McGraw-Hill. Cuarta edición. 2006. p.3-26.

⁴ Vásquez Hidalgo Isabel. (2005, diciembre 18). Tipos de estudio y métodos de investigación. Consultado en línea el (03/06/2017) a través de: <https://www.gestiopolis.com/tipos-estudio-metodos-investigacion/>

⁵ Ander-Egg, E Op.cit. p.45

posibles temas que puedan contribuir a este trabajo. De esta forma se procederá a la formulación de variables y con ello la redacción de objetivos, ya sean generales o específicos. Al terminar esta primera parte se procederá con la elección de la técnica de investigación para poder llevar a cabo la investigación de campo por parte de la investigadora. Para finalmente llegar al procesamiento de los datos obtenidos, para ser analizada, y de tal manera realizar las conclusiones necesarias.

A través de este marco teórico se da pauta a la validación de ambas maneras de comunicación, en las que siempre dicen algo, el único cambio son las plataformas a través de las cuales se está llevando a cabo la interacción. Por lo cual se utilizará como teoría base los axiomas de Watzlawick, los cuales serán explicados dentro del capítulo uno; primeramente se verá el cómo se comportan de manera análoga, después vendrá un contexto sobre la importancia y necesidad de porqué proponer los axiomas en línea; para finalmente proponer el manejo de los axiomas de acuerdo al área digital.

En el capítulo dos se unirá la idea de Bauman sobre el amor líquido,⁶ el cual se define según por él mismo como: un vínculo sin rostro que ofrece la web el cual se caracteriza por la falta de solidez, calidez y por una tendencia a ser cada vez más fugaz, superficial, etéreo y con menor compromiso. ¿El comportamiento de las relaciones estará entonces pre-determinado por este tipo de liquidez o acaso el amor paso ya a un segundo plano en cuanto a las necesidades del ser?

Para dar paso al capítulo tres y la agregación de un ser numérico junto con el perfil virtual, los cuales serán sustentados en los trabajos de la Fanny Georges⁷. Es tanto el uso de interfaces, de aplicaciones, y de diversas plataformas que la obtención de un perfil virtual debe ser posible. Además es importante reflejar al ser humano en el ser numérico. Esto para que sea posible comunicarse de maneras diferentes y presentes en todo instante, sin importar el medio. Entonces, es esencial ya que en la actualidad, las plataformas líquidas predominan. Por consiguiente, el amor líquido se ha posicionado como la solución a los problemas de tener un compromiso real, demuestra que tan frágiles pueden llegar a ser los vínculos entre los seres humanos.

⁶Bauman, Zygmunt (2003) "Amor Líquido, acerca de la fragilidad de los vínculos humanos." Fondo de Cultura económica, México

⁷ Georges, 2004b, Georges, 2007. La Représentation de soi numérique (" La représentation de soi désigne tout signe visible, audible ou tactile qui manifeste l'utilisateur dans un dispositif de communication à distance ".)

Hoy en día los procesos de comunicación son instantáneos, se puede recibir un mensaje en cuestión de segundos, gracias a las nuevas plataformas, a los distintos canales que se han ido creando. En la actualidad se puede decir lo que sea sin miedo a las consecuencias porque no ha un estadio de reflexión de lo que se comparte en línea, ya que los canales de comunicación son un escudo, cuando se publica algo o cuando se borra. Fingir no tener idea es más sencillo o simplemente tener la osadía de ser otra persona gracias a este espacio tecnológico. Como tal, es sabido que se vive en la época de lo efímero, de lo instantáneo; porque no se sabe realmente con quien se está hablando cuando se conoce a alguien en línea y luego en persona; primero se conoce al ente numérico y después hay una posibilidad de conocer al ser humano, entonces cuando se conoce a alguien en línea ¿es un amor entre personas reales o un amor entre personas digitales?

En el capítulo 4, se pretende explicar los términos que se usaran, como: qué es una canal de comunicación, el cómo funcionan y cómo influyen en la trayectoria de este proyecto. Al terminar de leer este trabajo será notable que siempre se comunican mensajes distinto, ya sea en un mundo virtual o un mundo real; y además la influencia de los canales de comunicación para establecer una relación en el mundo real, específicamente en Tinder. Este será el canal de comunicación a utilizar, se reflexionara sobre la plataforma en general, su uso, sus denotaciones y su influencia en la creación de un ente numérico.

En el último capítulo, se darán los resultados sobre la propuesta dada sobre el comportamiento de los axiomas en línea. A través de la investigación de campo, habrá una tabla para visualizar el cumplimiento o no de cada axioma presentado en el área digital. De igual forma, se realizarán descripciones sobre cada uno de los axiomas presentados, los datos más relevantes hallados en la investigación y los comportamientos adheridos a la comunicación realizada, con base en los axiomas. Marcando así la importancia de su análisis y de que sin duda hay teorías que deben ser reformuladas, actualizadas o empezar a crear nuevas teorías que concuerden con lo que se vive actualmente.

Finalmente, se darán las conclusiones del trabajo en general, de las impresiones recibidas, de los cambios presentados que puede afectar a los usuarios junto con sus mensajes. Dando así una pauta

para a un espacio de discusión sobre si el interés buscado es adecuado para el mundo actual; se pretende abrir las puertas de la exploración y sobre todo expresar los resultados y el sentir de cada uno de ellos. Porque a fin de cuentas "No es posible no comunicar."

Desglose de los capítulos

- Cap. 1 – Es imposible no comunicarse, inclusive en línea
- Cap. 2 - ¿Y el amor?
- Cap. 3 – ¿Qué se comunica en línea? (dependiendo a la relación)
- Cap. 4 – ¿Cuál es la influencia de los canales de comunicación? (cuando se desea entablar un relación.)
- Cap. 5 - Comportamiento de los axiomas en línea
- Conclusión - Descubrir la influencia del yo virtual y los diferentes canales de comunicación para establecer una relación en el mundo real; cómo afectaron estos canales y el yo numérico para conseguir algo fuera de estos medios.

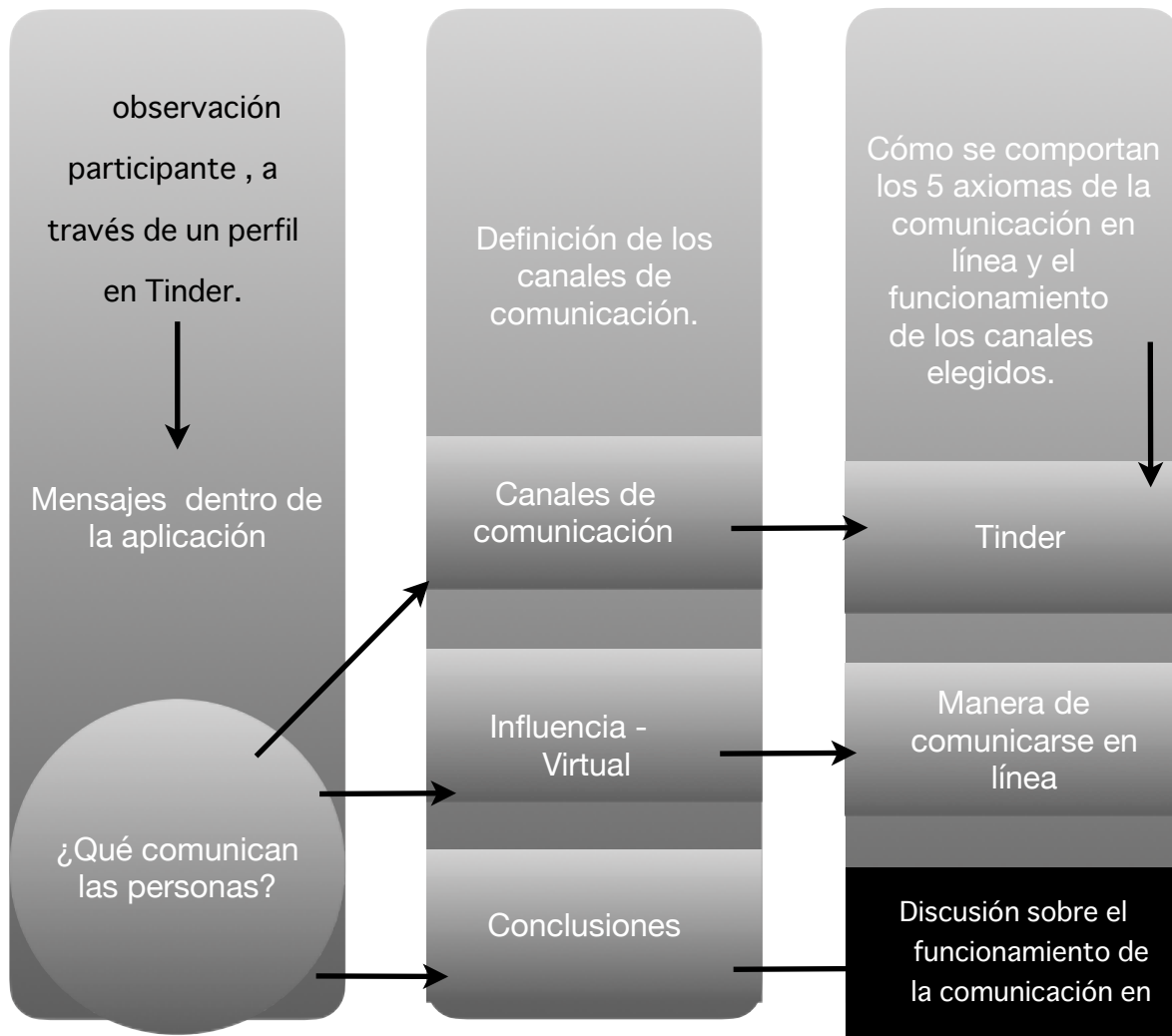
Al finalizar los pasos que se siguieron a lo largo de la investigación podrá verse en realidad la importancia del tema, lo rápido que puede cambiar el estudio pero sobretodo, las diversas formas de analizarlo, de cómo llegar a ese análisis. Las teorías utilizadas a lo largo del trabajo marcan la apertura no solamente del tema presente sino de una infinita posibilidad de temas a elegir. La importancia de este es su uso diario, constante y las categorías con las que se ha formulado.

De igual manera, está presente la teoría fundamentada ya que, no se pretende crear una nueva teoría alrededor de los axiomas de Watzlawick, mas bien se trata de analizar toda la información, y reformular: agregar otros puntos importantes que deben ser considerados en la sociedad actual, en específico en la comunicación a través de plataformas virtuales. En la comunicación llevada a cabo por el mundo digital. El comportamiento de la comunicación está siempre presente en las acciones humanas, inclusive como una ley causa-efecto, sin embargo, lo importante aquí serán sin duda las vivencias dentro de la aplicación, dentro del uso que hay ahí. Este muestreo teórico inducirá a una apropiación de tal entorno para una mejor comprensión del tema a tratar; el objetivo general es recopilar los datos necesarios, pero que sean lo más detallados posibles. Para poder entender la

propuesta hacia la necesidad de una apertura de investigación, hay que llevar a cabo el proyecto con mucha precaución y atención a la interacción digital. Desde la descarga de la aplicación, hasta la creación de un perfil dentro de la misma, el cómo seleccionar a una persona para conversar y finalmente, el funcionamiento de la conversación que tendrá lugar a través de la misma aplicación.

A continuación se mostrará a través de un gráfico el cómo se pretende manejar el diseño de esta investigación; se presentará de la siguiente manera por la facilidad de uso y comprensión que brinda. Se muestran las partes esenciales de la investigación; resumidas en las necesidades del análisis y los resultados finales:

Diseño de investigación



Objetivo

Para el presente trabajo es importante, entender la transformación de los axiomas (en el ámbito digital), el cómo se están manejando en línea y observar a través de Tinder con la teoría sobre el amor líquido, para conocer los cambios reales dentro del comportamiento de una comunicación digital; es importante notar cómo los individuos crean una comunicación en línea, la van desarrollando a su manera, ligada al ser numérico y por último ver si están conscientes de lo que comunican.

Justificación

El interés dentro de este se encuentra alrededor de varias interrogantes que han surgido en la vida diaria, no obstante, no se puede responder a cada pregunta. Por eso se ha decidido mostrar interés en los procesos comunicacionales a través de diferentes plataformas y sus canales de comunicación en línea. Esto porque la época actual es en la que todo se lleva a cabo en línea, la gente se preocupa más por lo que escribe que por lo que dice. Dentro de este ámbito también existen muchas variantes, sin embargo, el interés está específicamente en las relaciones amorosas, ya que es un tema que se encuentra siempre presente en la vida cotidiana; tal vez es notable o tal vez no pero al entablar una relación en línea y llevarla al mundo real, la persona siempre es diferente en ambos perfiles. Por esto se requiere analizar los procesos de comunicación dentro de este tipo de situaciones.

Dado que en estas situaciones, es común encontrarse con personas totalmente seguras de sí, con buena capacidad de entablar una plática y seguirla sin complicaciones; mas al encontrarse cara a cara la persona puede ser tímida, no querer mirar a la persona y batallar para seguir la conversación. En ambos casos siempre comunicando, como lo menciona Paul Watzlawick con el primer axioma de la comunicación. Gracias a este trabajo habrá un espacio de reflexión para poder comprobar si el ser humano es consciente de lo que esta o no comunicando a través de los diferentes aparatos. (De nuevo el uso de los axiomas de Paul Watzlawick, específicamente en línea). Por esto se ha optado por una exploración descriptiva, llevando a cabo el análisis de los mensajes compartidos dentro de la app a través de la observación participante; para observar si en realidad existe tal problemática.

Delimitación

Este trabajo está específicamente formulado para dar pauta a más análisis en el futuro; es decir, abrir la discusión en Latinoamérica sobre la importancia del estudio del comportamiento de la comunicación en internet. Investigado por la tesista, se analizarán las conversaciones para ver la teoría en función, a través de una observación participante por medio de la plataforma "Tinder." Esto porque hacerlo globalmente implicaría un cambio en la cultura que puede afectar los resultados, antes de poder llegar a un grupo o a una sociedad es preferible mantener el control de la conversación y explorar discretamente.

Se dejará a las personas en el anonimato, ya que las conversaciones son intercambios considerados como verdaderamente íntimos, porque son en tanto a la búsqueda de una pareja o una persona dentro de un ámbito amoroso. Además de que la privacidad es sumamente importante para el ser humano. Por lo que no se busca exponer a nadie, simplemente se busca la comprobación de este trabajo. Se mantendrá una línea con esta distinción del saber qué están comunicando aún cuando no dicen nada, tanto en la vida real como en línea. Pero lo que más importa en este caso es recolectar la información de los participantes para saber si en realidad existe tal problema a través de estos canales y ver así los cambios en los procesos de comunicación, en los mensajes intercambiados.

Capítulo 1

Es imposible no comunicarse, inclusive en línea

Los seres humanos son seres sociales, por tanto no pueden vivir sin comunicación.

No importa el lugar, el medio, ni la persona; lo importante es la interacción. Al construir una relación se involucran diferentes aspectos, no obstante todos dependen de interacciones; estas son parte esencial del ser humano, la comunicación siempre está presente en la sociedad. Dentro de ella, el ser humano vive de comunicaciones, es decir, de la transmisión de diversos mensajes⁸. Por lo que, la humanidad siempre está en procesos de transmisión, ya sea de mensajes, sentimientos e inclusive ideas. Ésta es la realidad de la comunicación, está en todos lados, en las diversas acciones, en la persona y por supuesto en lo que se dice.

La influencia de las acciones, la vestimenta, el contexto socio-histórico, las experiencias, el género, entre muchos otros aspectos; también hablan, es decir que también están transmitiendo un mensaje de una manera específica.⁹ Esto es destacable ya que los seres humanos crean los escenarios necesarios para sobrellevar diversas conversaciones. Si no hubiera consciencia de todos los elementos mencionados, la comunicación se expresaría de una manera completamente diferente a través de los diferentes sujetos. Por lo que, la comunicación no solamente se lleva a través de un aspecto locusionario¹⁰ sino también de uno perlocusionario¹¹ en donde el receptor decide aceptar y entender el mensaje.

Lo antes mencionado indica lo siguiente: la comunicación exitosa se consigue a través de una interacción aceptada por los involucrados, en donde pueda haber fluidez y retroalimentación. Por consiguiente, conocer a la persona también da diferentes connotaciones sobre una conversación; a

⁸ Conjunto de señales, signos o símbolos que son objeto de una comunicación. (RAE)

⁹ Barthes Roland (1990) *en La cámara Lucida*, Paidós Comunicación, España.

¹⁰ Austin John. Acto de decirlo

¹¹ Austin John. Acto llevado acabo por decir algo - manera en que otro lo percibe

veces se tiene el conocimiento de que hay personas ocupadas, personas que no revisan mucho el celular, distraídas, etc. Lo cual influye en la percepción e incluso en la comunicación que se maneja con ellas. Además al entablar una conversación cara a cara, es inclusive más fácil comprender el comportamiento de la persona que a través de un medio digital.

Es importante mencionar, que así como el ser humano cambia, también lo hacen las conversaciones, las relaciones y la forma en que se está comunicando. En la actualidad, se han transformado las plataformas a través de las cuales los individuos se comunican, pero el propósito sigue siendo el mismo; transmitir y relacionarse. Para poder entender como funge la comunicación en línea es esencial comprender como funciona en persona. Como menciona Peter Drucker¹² "Lo más importante de la comunicación es escuchar lo que no se dice." Sin duda es complejo, sin embargo, este conjunto de elementos bien entendidos ayudan a una comunicación exitosa.

Siempre hay una posibilidad de ser malinterpretado en persona, entonces, también cuando se habla con alguna persona a través de un medio de comunicación. Cuando uno comunica en línea los mensajes pueden ser mal entendidos, ya que no se esta viendo a la persona; no hay ninguna idea de lo que realmente siente en ese momento. Aunque ¿realmente se pueden ver las emociones a través de un texto? Esto es totalmente subjetivo y depende del interlocutor interpretar este tipo de situaciones. No es sencillo, por lo que se debe poner atención no sólo al contexto de la conversación, sino también a quién se le está hablando.

Paul Watzlawick

Como se ha mencionado con anterioridad, dentro de este trabajo se utilizarán los axiomas de la comunicación pragmática de Paul Watzlawick.¹³ Para entender los siguientes, se debe esclarecer el panorama en su persona. Watzlawick forma parte de la Escuela de Palo Alto, en donde rige el interaccionismo simbólico, de modo que; dentro del pragmatismo de Watzlawick se menciona que:

¹² Drucker Peter. Quotes. Consultado en línea el (12/02/2017) a través de: https://www.goodreads.com/author/quotes/12008.Peter_F_Drucker

¹³ Watzlawick Paul, Helmick Beavin J., Jackson Don D (October 1967). Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes. New York

toda comunicación es conducta. Así pues existe comunicación cada vez que se realiza una acción; esto se debe a que las conductas son observables, a los aspectos relacionales y la interacción social. No es por nada que él fue parte del desarrollo de la teoría de la comunicación humana, para Watzlawick la comunicación no funciona si uno se encuentra solo, debe funcionar a través de la participación de los sujetos, estos comparten la información necesaria, en el aquí y el ahora, en el contexto donde se desarrolla la interacción; en la influencia que uno puede llegar a tener sobre el otro. Entonces si esto sucede a través de la comunicación humana análoga, ¿por qué no puede funcionar en el medio virtual? Es imposible descartar la relevancia de su teoría en el presente, que la comunicación debe ser tratada como una conducta, entonces también lo es en línea, pero se debe aclarar esa diferencia. Esto será demostrado a lo largo del trabajo. Los axiomas de Paul Watzlawick axiomas son los siguientes:

1.1 Primer axioma

“no es posible, no comunicarse.”¹⁴

Por tal razón, la comunicación conlleva al entendimiento de un mensaje, a la buena recepción y en algunos casos una retroalimentación; plasmando cómo todo lo que rodea este proceso es de importancia para el ser humano. Es por esto que al entender los diversos procesos, sus contenidos y las características del entorno, ayudan a revelar lo que hay entre los interlocutores, su relación y sobretodo su interacción o en otras palabras, su comunicación.

Por ejemplo, de una manera totalmente cotidiana: en una conversación cara a cara con algún amigo, familiar, en general con cualquier persona; se puede notar como los emisores transmiten diversos mensajes con sus movimientos corporales, con sus gestos, con su tono, el espacio personal, como muchos otros factores en conjunto de su mensaje hablado. Este sería el primer nivel de una conversación; todo este conjunto de características dan paso al primer axioma de Paul Watzlawick quien menciona lo siguiente: “no es posible, no comunicarse.” En otras palabras, el ser humano nunca deja de comunicar, está en su naturaleza.

¹⁴ Watzlawick Paul, Helmick Beavin J., Jackson Don D (October 1967). Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes. New York

Esta claro que toda acción comunica, inclusive el silencio, por lo que jamás se dejará de comunicar aunque no sea lo deseado. Aunque nada sea dicho o no se tenga la intención de comunicar, eso es simplemente ya un hecho de comunicación; siempre hay una transmisión de algún tipo de mensaje ya sea consciente o inconsciente. Por lo que además se confirma que en toda conversación hay un compromiso implícito entre los involucrados, dando paso a una relación específica entre los emisores y los receptores.

Es necesario aclarar que la comunicación también varía con respecto a los involucrados, es decir, si son grupos de mujeres, grupos de hombres o una conversación mixta. Ya sean conocidos o desconocidos siempre hay determinados comportamientos y mensajes ocultos entre los que llevan acabo esta conversación; los cuales sólo ellos podrán comprender o malinterpretar. Por lo que el comportamiento de cada persona es influenciado por otras, todo comportamiento es comunicación e influye de diferentes maneras.

En resumen a tal primer axioma se puede citar lo siguiente:

Como lo menciona la profesora Ernestina Guidici, la comunicación no sólo toma lugar cuando es intencional, consciente y planificada:

“Communication takes place not only when it is intentional, conscious, or successful, that is when mutual understanding occur. The problem is not "to communicate or not to communicate" but to communicate in an effective way or not, that means a clarity of the communicational process purposes.”¹⁵

Por otro lado, y en manera de una crítica constructiva, para el primer axioma, se anexará al autor Niklaus Luhmann con su “Modelo Sintético de Comunicación.” En donde se busca contradecir "no todo comunica." Dentro de este, es con suma importancia tener en cuenta que para comunicar exitosamente debe existir una intención. Con su teoría existe una síntesis de tres selecciones para que exista comunicación; se busca seleccionar la información, para después darla a conocer a través

¹⁵ Más información en: Guidici Ernestina. Watzlawick: Pragmatic of Communication. Consultado en línea el (13/02/2017) a través de: <http://people.unica.it/ernestinaguidici/files/2014/03/5-PRAGMATIC-OF-COMMUNICATION.pdf>

de un medio y por último que el receptor seleccione entender tal información.¹⁶ Esta síntesis ayuda a complementar tal primer axioma, ya que al siempre estar comunicando es cuando se desea hacerlo, no se comunica por el simple hecho de existir. A retomar este modelo y conjuntarlo a los axiomas de Watzlawick habría menos ruido dentro de los individuos y sus interacciones. Por ello, en los momentos cuando hay un propósito específico los seres humanos se comunican.

Es importante notar la diferencia de una acción sin sentido, a veces de acciones involuntarias, o de un mensaje y la diferencia de comunicarse. Un mensaje, a veces es inconsciente y espontáneo. Mas una comunicación es pensada para ser compartida a otros. Por eso a veces ocurren las confusiones y malas interpretaciones, siempre se debe buscar comunicar de una manera efectiva y clara; un proceso de comunicación debe ser realizado correctamente para lograr una transmisión de información correcta.

Por ejemplo: en medio de una carretera ocurre un accidente en donde hay un carro (carro A) con dos heridos y (carro B) uno con una persona ilesa. Al momento de que B se da cuenta de que está ileso sale de su auto y llama a emergencias; después prosigue a ir al carro A. Cuando llega se da cuenta de que los dos heridos son una niña y su madre, ambas conscientes pero atoradas por los cinturones. B procede a entablar un conversación con la madre y así empieza a conocer más acerca de la relación entre ambas, creando al mismo tiempo una relación con ellas. Al momento de hablar con ellas y ayudarlas se alimenta de información necesaria acerca de los objetos presentes, de la situación y de las otras personas, en este momento cuando A le da pauta a seguir hablando a B, se lleva a cabo una verdadera interacción.

No obstante, si A decide rechazar la ayuda de B, no habrá una posibilidad de recabar la información, de entablar una conversación y mucho menos una relación. Lo mismo si B decide no ayudar y esperar a que llegue emergencias. Esta situación va a depender mucho del contexto de las personas, de la manera en que se comenzaron a hablar y el por qué lo empezaron a hacer. Resumiendo en palabras de Watzlawick: “el aspecto del contenido define el aspecto

¹⁶ Pignuoli, S. 2013. El Modelo Sintético de Comunicación de Niklas Luhmann Cinta moebio 47: 59-73. Consultado en línea el (07/03/2017) a través de: www.moebio.uchile.cl/47/pignuoli.html

relacional. Puesto que nuestro interés central no es el intercambio de información sino la pragmática de la comunicación...”

1.2 Segundo axioma

“Toda comunicación tiene un aspecto de contenido y un aspecto relacional tales que el segundo clasifica al primero y es, por ende, una meta comunicación.”¹⁷

Después de entender lo que conlleva el primer axioma se procede a explicar el segundo axioma: “Toda comunicación tiene un aspecto de contenido y un aspecto relacional tales que el segundo clasifica al primero y es, por ende, una meta comunicación.”¹⁸ Es decir que el contexto define el contenido, en donde la relación influye en la clasificación de la comunicación, este axioma constituye una meta-comunicación. Asimismo, el contenido cambia con la relación, el simple hecho de decir algo también es objeto de interpretación. De igual manera, dentro de la conversación siempre estará presente la influencia de la relación en los significados de las palabras en la interacción.

Se retomará el ejemplo anterior sobre el accidente, dentro de esta relación lo que logró hacer una comunicación exitosa fue la situación de los involucrados. Si estos no se hubieran encontrado dentro de un accidente un tanto grave, la conversación hubiera tomado otro rumbo; la relación hubiera tenido una forma menos íntima, el contenido sería superficial y no habría tanto intercambio de información entre los involucrados. Esto también se puede ver dentro del idioma, el idioma en el que se habló definirá la conversación, así como el acento y el vocabulario. Si no se conoce el otro idioma tal vez sea una comunicación un tanto aberrante; esto porque no existen los conocimientos necesarios para llevar a cabo la interacción. Además de que este influye en la historia del ser, en la personalidad y las actitudes; por eso al conocer a una persona extranjera siempre hay un sentimiento de rareza. Por que al principio siempre se trata de entablar una relación con la persona para fluir en un aspecto comunicacional.

¹⁷ Watzlawick Paul, Helmick Beavin J., Jackson Don D (October 1967). *Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes*. New York

¹⁸ Watzlawick Paul, Helmick Beavin J., Jackson Don D (October 1967). *Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes*. New York

Otra manera de entender este segundo axioma es con la teoría de Friedmann Schulz y su segunda verdad: "The receiver analyses the information heard, by matching it against his beliefs, values as well as his experiences. His perception of what he heard becomes the receiver's truth."¹⁹ Es la importancia de lo que se dice y cómo se dice, teniendo en cuenta a los otros y a nosotros mismos dentro de lo que se comunica.

1.3 Tercer Axioma

"La naturaleza de una relación depende de la puntuación de las secuencias de comunicación entre los comunicantes."²⁰

Al atravesar tal relación y entendimiento se llega al tercer axioma: "La naturaleza de una relación depende de la puntuación de las secuencias de comunicación entre los comunicantes."²¹ Cuando se está dentro de una conversación habrá una infinidad de mensajes, dentro de estos la "puntuación" de los involucrados le da cierto sentido a los mensajes hechos por los participantes. En otras palabras, la puntuación se refiere a interpretación de los mensajes, la cantidad de palabras a utilizar y por supuesto el medio utilizado para llevar a cabo la conversación. Además, los factores mencionados crean una influencia en la relación comunicativa que se lleva a cabo. Sin estos elementos la comunicación se calificaría de diversas maneras, podría incluso no llevarse a cabo si las condiciones no son las adecuadas. Para ilustrarlo se retomará el ejemplo anterior: Cuando el carro B empieza a entablar una conversación con el carro A, están interactuando pero a la vez están evaluando la puntuación inconscientemente. No obstante, gracias a esta acción surge el entendimiento para que la interacción pueda fluir con argumento que tengan sentido y sean validos por todos los participantes. En el momento en el que A responde positivamente y B prosigue con el sentido de la conversación habrá una cierta naturalidad en su conversación.

¹⁹ Schiffer Victoria (2017) The Art of Misunderstanding & The 4 Sides Model of Communication (Friedemann Schulz von Thun). Consultado en línea el (08/10/2017) a través de: <https://medium.com/seek-blog/the-art-of-misunderstanding-and-the-4-sides-model-of-communication-7188408457ba>

²⁰ Watzlawick Paul, Helmick Beavin J., Jackson Don D (October 1967). Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes. New York

²¹ Watzlawick Paul, Helmick Beavin J., Jackson Don D (October 1967). Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes. New York

En este caso la puntuación se llevo fluidamente por la cantidad de diálogos establecidos, la complejidad de los mismos y que los involucrados estaban conscientes de la situación. En resumen, dentro del accidente no podían usar palabras difíciles, ni preguntas largas, debido a las lesiones que tuviera cada sujeto, evitaron al mismo tiempo caer en la redundancia. Esta puntuación fue inconscientemente correcta, en dado caso que hubiera una mala puntuación se estancarían en algún punto de la conversación. Por lo tanto dependió de cómo los participantes puntuaban "interactuaban" en ella, la respuesta ajustada a las circunstancias.

1.4 Cuarto axioma

“Las modalidades de comunicación son digitales y analógicas.”²²

Entendiendo el tercer axioma, se procede al cuarto axioma: Las modalidades de comunicación son digitales y analógicas. Cada uno se complementa en la comunicación, el primero se refiere a lo siguiente: los elementos digitales tienen relación a lo que se dice, con significados universalmente aceptados, como el lenguaje y sin duda la sintaxis por parte de la importancia de la estructura. En cambio el segundo es no verbal, son referenciales o representativos; por ejemplo los gestos, los ademanes, las acciones (en general, la kinestesia) que complementan lo que se ha dicho, le dan detalle a lo dicho. Le da sentido a la comunicación, lo llena de sensibilidad; son aditivos necesarios.

En palabras de Watzlawick:

“...si recordamos que toda comunicación tiene un aspecto de contenido y un aspecto relacional cabe suponer que comprobaremos que ambos modos de comunicación no sólo existen lado a lado, sino que se complementan entre sí en cada mensaje.”

Por lo que sin la relación, el mensaje podría no llevarse con un éxito seguro, o una mal interpretación. Lo anterior mencionado ayuda a llevar una conversación con énfasis en los mensajes, sentido y la especificidad necesaria dentro de ellos. La combinación de tales elementos ayudan al desenvolvimiento del proceso de comunicación. Un ejemplo claro para aclarar el axioma sería el siguiente: cuando un niño de dos años, el cual todavía no tiene un vocabulario entendible por los

²² Watzlawick Paul, Helmick Beavin J., Jackson Don D (October 1967). Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes. New York

adultos requiere algo, éste dice lo que puede y señala el objeto. " ¡eche! ¡eche! " señalando un carrito, quiere decir que lo que quiere es que le den el carro. La comprensión y la acción de entender el recado, se llevaron acabo gracias a la aceptación del receptor de ambos elementos, es entonces cuando la importancia de ambas modalidades resplandece.

1.5 Quinto axioma

“Todos los intercambios comunicacionales son simétricos o complementarios, según que estén basados en la igualdad o en la diferencia.”²³

Por último se encuentra el quinto axioma: “Todos los intercambios comunicacionales son simétricos o complementarios, según que estén basados en la igualdad o en la diferencia.”²⁴ Es otras palabras, todo intercambio de comunicación es simétrico o complementario. Es decir que las relaciones se basan en la igualdad o la diferencia. En términos más concretos, en la interacción simétrica se busca igualar a una conducta recíproca. En tanto a la complementaria, la conducta de uno de los participantes complementa la del otro ya sea por un contexto social, cultural o diversas características, por lo que recibe el nombre de complementaria. Este último axioma brinda una balanza de actitudes, y de comportamientos para determinar el rumbo que toma la comunicación.

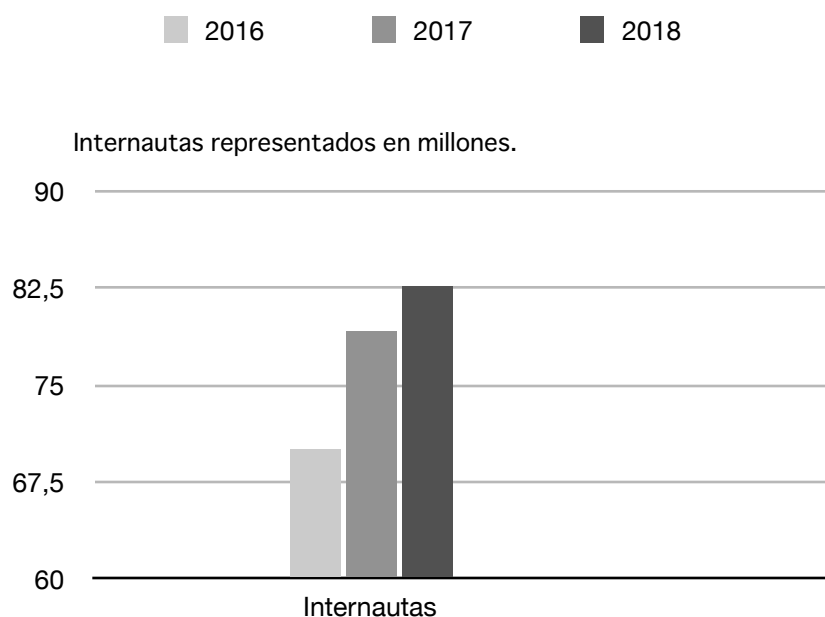
Es destacable, que estas relaciones no son obligatorias, no se imponen sino que se forman involuntariamente dependiendo a los roles de los participantes. La complementariedad patológica es la guía dentro de este axioma. En ejemplos claros, estarían las relaciones entre padres/hijos, jefes/empleados, e inclusive humano/mascota (ésta última con un entendimiento diferente por ambos.) En resumen, estos axiomas tienen una gran influencia dentro de la comunicación humana. No solamente fueron importantes en el pasado (1971 primera edición), sino que lo siguen siendo en el presente. Estos axiomas han dado pauta a diversas investigaciones acerca del comportamiento y la comunicación humana. Con esto se ha puesto la duda de su relevancia en la actualidad y

²³ Watzlawick Paul, Helmick Beavin J., Jackson Don D (October 1967). *Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes*. New York

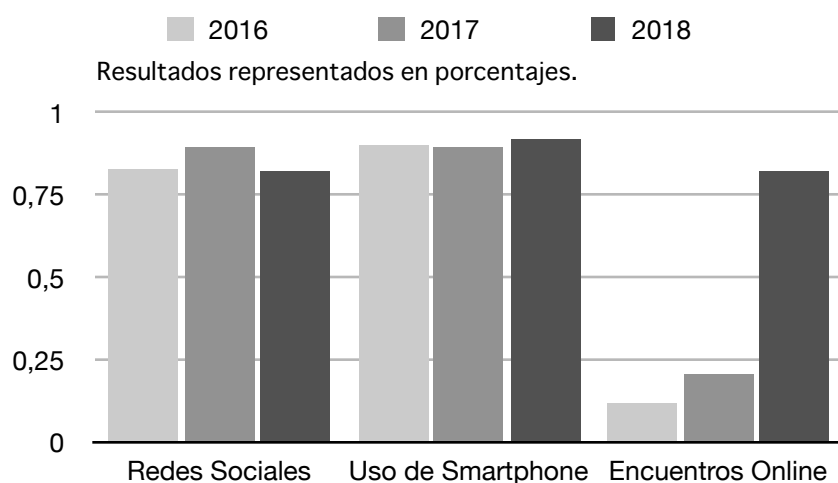
²⁴ Watzlawick Paul, Helmick Beavin J., Jackson Don D (October 1967). *Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes*. New York

posiblemente en un futuro. En este estudio se verá su relevancia en la actualidad, en un mundo lleno de comunicaciones en línea a través de diversos canales y el cómo funcionan las interacciones.

1.6 Inclusive en línea...



Tablas de elaboración propia. Fuente: Asociación de Internet MX. Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2017, 2018, 2019.



En el presente, la realidad es un tanto confusa ya que, la tecnología avanza demasiado rápido, el ser humano se dejó atrapar por ella. No estaba realmente preparado para pasar de una conversación cara a cara a una con aparatos como intermediarios. Es una manera distinta de relacionarse, pero no es la única. "La telefonía móvil vino a revolucionar la forma en la que se comunica el ser humano y más aún, ha cambiado la dinámica de su vida diaria."²⁵ De igual forma, al notar la importancia de la tecnología, de las ventajas que brinda, ha habido una adaptación; aunque la problemática se queda en evitar las malas interpretaciones. Además de evitar quedarse atrapados en un futuro sin conversaciones fuera de la tecnología, en donde exista una ausencia de modalidades (analógicas y digitales); la comunicación correría

²⁵ Jaso Hector. (2004) ¿Y la telefonía móvil, hasta dónde? MERC División Industria y Tecnología. Consultado en línea el (03/02/2017) a través de: Inteligencia Aplicada a Decisiones (AMAI): http://www.amai.org/datos_files/Gaceta_MERC_division_IT-Agosto_04.pdf

peligro al enfrentarse ante esta situación.

No obstante, la manera de comunicarse se ha transformado para estar siempre en contacto; es decir, para poder generar comunicación en donde sea y cuando sea. “El acceso y uso de aplicaciones móviles en México registra aceleradas tasas de crecimiento desde su introducción en el mercado, resultado de la incesante adopción de dispositivos móviles, especialmente de Smartphones.”²⁶ Actualmente, no es necesario entablar una conversación cara a cara, ahora la tecnología es utilizada para lograr conversaciones sin la necesidad de ver a los demás en persona.

Por tanto, el internet se integra cada año un poco más dentro de la sociedad mexicana; desde el 2017 su uso ha aumentado en todos sus ámbitos y usuarios. A través de la INEGI y sus estadísticas a propósito del día mundial del Internet (17 Mayo) con Datos Nacionales. Se confirma lo siguiente: “Para la población mexicana, el acceso a Internet se ha convertido en algo cotidiano y le acompaña en la mayoría de sus actividades, ya sea directa e indirectamente.” ²⁷ Es decir, La tecnología se ha

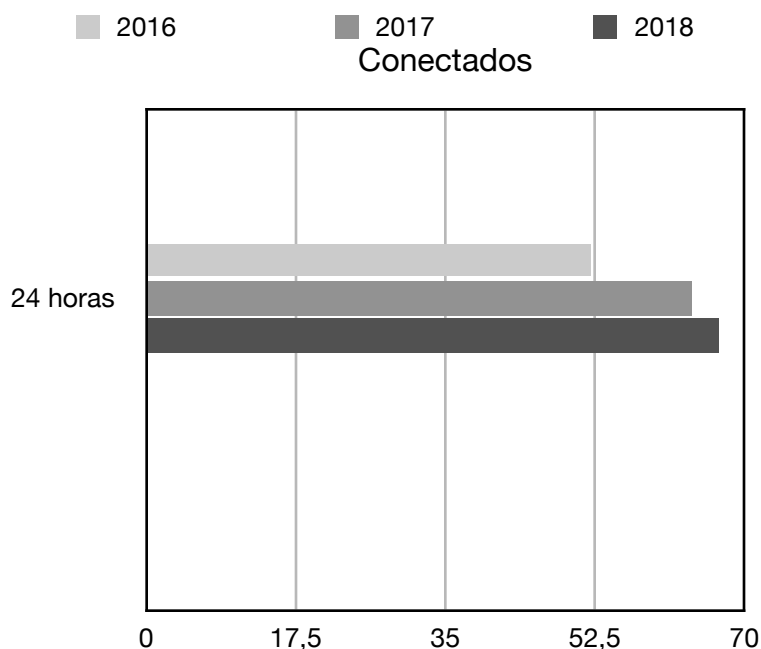


Tabla de elaboración propia. Fuente: Asociación de Internet MX. Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2017, 2018, 2019

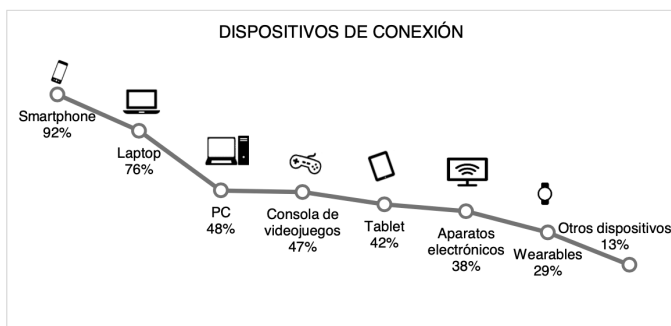
integrado a los procesos de comunicación diaria en México. Según el la Asociación de Internet MX: Se alcanza un 71% de penetración entre la población de personas de 6 años en adelante, con 82.7 millones de usuarios conectados. Dentro de este porcentaje el acceso a las redes sociales sigue a la cabeza. Además, es importante recalcar que: “El 67% de los internautas en México, perciben que se encuentran

²⁶ Yunes Santiago (Noviembre 2019) The Competitive Intelligence Unit (CIU). Apps Móviles: Acceso y Modalidad de Descarga. Consultado en línea el (07/12/2019) a través de: <https://www.theciu.com/publicaciones-2/2019/11/4/apps-mviles-acceso-y-modalidad-de-descarga>

²⁷ INEGI. (15 de mayo 2019). “ESTADÍSTICAS A PROPÓSITO DEL DÍA MUNDIAL DEL INTERNET (17 DE MAYO) DATOS NACIONALES. Instituto Nacional de Estadística y Geografía, México.

conectados en internet las 24 horas."²⁸ Cifra que ha ido aumentando con el paso de los años, un importante hincapié para investigar los axiomas expuestos.

Teniendo en cuenta de igual manera los Estudios del INEGI sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH 2018)²⁹ y por último la Estadística a propósito del día mundial de internet³⁰. Dentro de los usuarios de internet, surgen diferentes actividades para pasar el tiempo navegando en internet. Éstas varían, pero al igual que todo siempre habrá unas más dominantes que otras. La comunicación se encuentra en los primeros lugares, el acceso a las redes sociales también predomina dentro de las actividades. Entonces la razón de encontrarse conectados las 24 horas del día y el aumento de la cifra se explica con el hecho de no querer quedar incomunicado. A continuación se ilustrarán algunas de las actividades que más influyen para el presente estudio. Estas representan a los cibernautas mexicanos en internet, con la frecuencia de uso y el dispositivo más utilizado siendo el teléfono celular. Lo siguiente ayudando a esclarecer el contexto y la importancia del presente trabajo.



ACTIVIDAD	FRECUENCIA	DISPOSITIVO
Acceder a Redes Sociales	73%	38%
Chats / Llamadas	80%	43%
Encuentros online (búsqueda de pareja)	82%	29%
Visitas a sitios para adultos	63%	22%

Imágenes: Asociación de Internet MX. Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2019.³¹

²⁸ Asociación de Internet MX. (2019) Asociación de Internet. Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2019. Consultado en línea el (03/12/2019) a través de: <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/>

²⁹ INEGI: (2019) Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2019. Consultado en línea a través de: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2019/OtrTemEcon/ENDUTIH_2018.pdf

³⁰ INEGI. (15 de mayo 2019). "ESTADÍSTICAS A PROPÓSITO DEL DÍA MUNDIAL DEL INTERNET (17 DE MAYO) DATOS NACIONALES. Instituto Nacional de Estadística y Geografía, México.

³¹ Asociación de Internet MX. (2019) Asociación de Internet. Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2019. PP 7. Consultado en línea el (03/12/2019) a través de: <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/>

Con esto se representa un contexto más concreto sobre los cibernautas mexicanos y los usos que hacen de esta tecnología. Teniendo en claro estos datos de la Asociación de Internet MX a través del estudio: "Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México - 2019,"³² se puede comenzar a entender la importancia de las nuevas tecnologías y su influencia en la comunicación. Otro lado importante de este estudio es que ayuda a comprender el aumento de estas plataformas tecnológicas y el cambio de plataformas. A comparación de diversas actividades realizadas línea contra lo presencial. Claramente la comunicación está presente en ambos tipos de modalidad (análoga – digital "Watzlawick"). De igual forma, hay un enfoque específico en el uso de redes sociales para conocer gente, pareja, amigos; para generar comunicación dentro de ellas. Un dato relevante dentro de la sociedad mexicana, es el aumento del uso de aplicaciones como Tinder, no obstante, igual hay un aumento en la necesidad de esconder su uso.

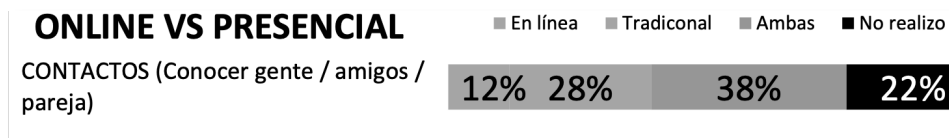


Imagen de: Internet MX. Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2017³³

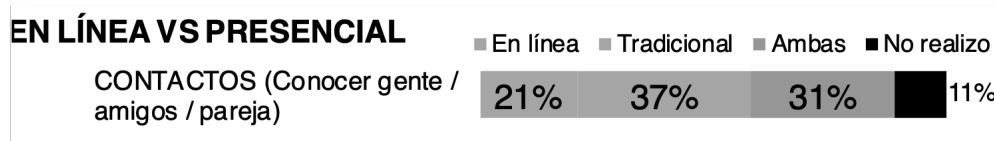


Imagen de: Internet MX. Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2018³⁴



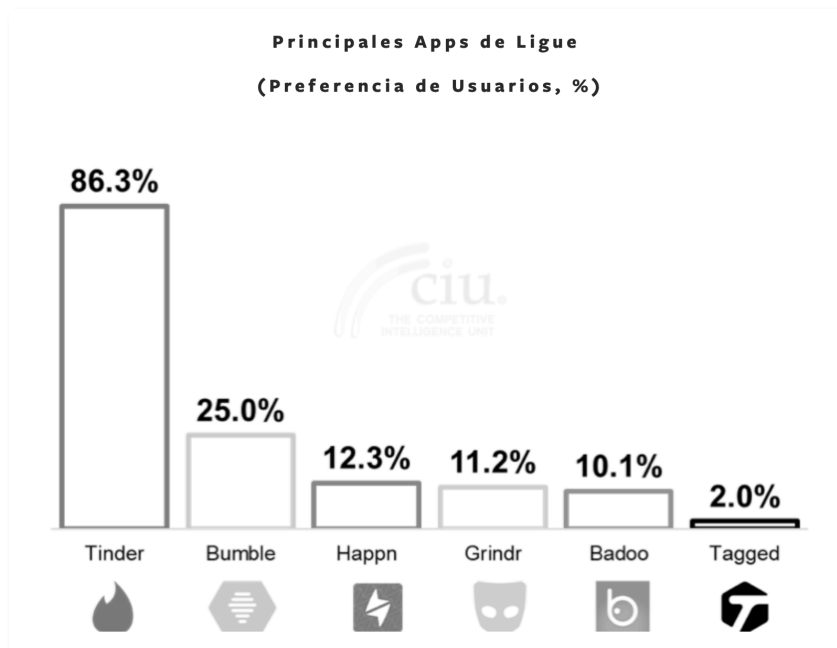
Imágenes de: Internet MX. Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2019³⁵

³² Asociación de Internet MX. Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2019. Consultado en línea el (05/04/2018) a través de: <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/>.

³³ Asociación de Internet MX. (2017) Asociación de Internet. Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2017. PP 13. Consultado en línea el (05/04/2017) a través de: <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/>.

³⁴ Asociación de Internet MX. (2017) Asociación de Internet. Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2018. PP 13. Consultado en línea el (05/04/2017) a través de: <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/>.

³⁵ Asociación de Internet MX. (2017) Asociación de Internet. Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2019. PP 7. Consultado en línea el (05/04/2017) a través de: <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/>.

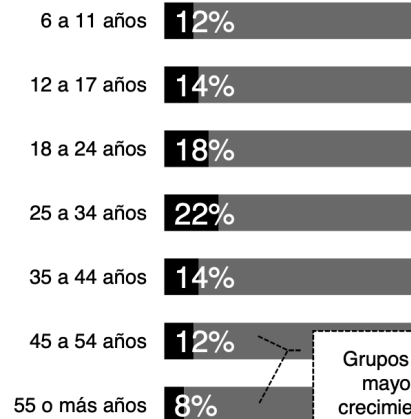


Estadística Digital

GÉNERO



EDAD



Grupos de mayor crecimiento

*CENTRO NORTE: AGS, GTO, QRO, SLP, ZAC
 ESTE: HGO, PUE, TLAX, VER
 SURESTE: CAMP, QROO, TAB, YUC
 SUROESTE: CHIS, GRO, OAX

*<http://bit.ly/RegionesMX>

Fuente: The Competitive Intelligence Unit, 2019³⁶

Imágenes de: Asociación de Internet Mx. Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2019.³⁷

El aumento del uso de estas aplicaciones no puede ocultarse, se ha demostrado que los porcentajes crecen. A través de The Competitive Intelligence Unit (CIU) se demuestra que: “Entre los internautas, 35.3% han descargado alguna de estas apps de ligue, proporción 8 puntos porcentuales mayor que en 2018.”³⁸ Siendo esta una cifra reveladora para el estudio anterior de la Asociación de Internet MX 2019, donde mencionan que hay un cero por ciento de usuarios que usan el internet para buscar pareja. Es decir que el uso de este tipo de aplicaciones aumenta su uso pero para usos sexo-afectivos inmediatos de consumo.

La aplicación predominante dentro del mercado del amor, sigue siendo Tinder: A partir de la tabla del CIU: “Tinder es la aplicación preferida para invocar a Eros, a Cupido o eventualmente a los dos,

³⁶ Alamilla Rolando (13 Febrero 2019) The Competitive Intelligence Unit. *Eros versus Cupido en la Red*. México. Consultado en línea el 03/12/2019 a través de: https://www.theciu.com/publicaciones-2/2019/2/13/eros-versus-cupido-en-la-red#_ftn1

³⁷ Asociación de Internet MX. (2017) Asociación de Internet. Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2019. PP5-6. Consultado en línea el (05/04/2017) a través de: <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/>.

³⁸ Alamilla Rolando (13 Febrero 2019) The Competitive Intelligence Unit. *Eros versus Cupido en la Red*. México. Consultado en línea el 03/12/2019 a través de: https://www.theciu.com/publicaciones-2/2019/2/13/eros-versus-cupido-en-la-red#_ftn1

con una penetración de 86.9% de los usuarios.”³⁹ Además, cada variante influye en el uso de las tecnologías, y de las mismas aplicaciones, por ejemplo el sexo, la educación, los intereses, entre otros elementos. Por supuesto el celular es uno de los elementos que más ha impactado y se ha implementado en la sociedad. Por lo que tener en cuenta su uso es indispensable para esta investigación. Según el estudio, se ha disminuido el uso de un ordenador y aumentado el uso de un móvil. El estudio en este caso, nos demuestra que los mexicanos recaen mucho en su smartphone, y cómo se ha descrito lo usan para comunicarse inclusive conocer gente, por lo que el tema tiene mucho para dar.

Para la apertura de esta investigación se describirán los axiomas y su posible uso en línea. Los porcentajes de la población mexicana que se muestran, ocupan en su gran mayoría un celular y una conexión a internet. Los cuales son los protagonistas de una comunicación en línea, como se ha demostrado en el presente trabajo, la mensajería instantánea es de las más utilizadas en las plataformas digitales. A través de esto existe una pauta para hablar de la necesidad actual de los axiomas dentro de la comunicación en línea, dentro del mundo de hoy.

1.7 Primer axioma en línea

“no es posible, no comunicarse.”⁴⁰

Retomando los axiomas, el primero menciona: “no es posible, no comunicarse;” esto también puede aplicarse en línea. Dentro de una conversación en línea también hay muchas maneras de comunicar sin necesariamente enviar un texto. Estas son por ejemplo: dejar en visto, no contestar, poner emojis, stickers, memes e inclusive enviar fotografías. No obstante para la persona leyendo el mensaje no es tan sencillo identificar las razones del por qué se presentan tales casos en vez de recibir un mensaje de texto. Por lo que la comunicación sigue presente en todo momento, igual si la comunicación es en línea, no es necesario enviar un texto para enviar un mensaje a otra persona. A veces el no responder, o el no enviar nada también comunica; un poco como el silencio, la acción como tal ya es una acción de comunicación. Por supuesto es más difícil identificar los factores que

³⁹ Alamilla Rolando (13 Febrero 2019) The Competitive Intelligence Unit. *Eros versus Cupido en la Red*. México. Consultado en línea el 03/12/2019 a través de: https://www.theciu.com/publicaciones-2/2019/2/13/eros-versus-cupido-en-la-red#_ftn1

⁴⁰ Watzlawick Paul, Helmick Beavin J., Jackson Don D (October 1967). *Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes*. New York

influyen estas comunicaciones a través de un medio digital pero eso se ve involucrado en la relación existente entre ambas personas; si quieren una comunicación exitosa deberán poner atención a la conversación llevada a cabo.

En conjunto, es necesario mencionar que todos los seres humanos son emisores, el rol se enfoca en comunicar; éste se realiza de distintas maneras. Agregando la teoría Luhmann para la implementación de una mejora en el primer axioma; además de no dejar de comunicar, se decide transmitir información, se escoge una plataforma y finalmente queda en aceptar y entender o rechazar y mal interpretar el mensaje. El mensaje como el consumo es una elección, dentro de esta cada usuario está eligiendo qué comunicar y a través de cada red social igual elige qué consumir. Para finalizar este primer axioma en línea es importante dejar en claro que, se comunica con un propósito en mente, con ideas estructuradas para compartir. Por lo tanto como menciona Watzlawick: “toda comunicación implica un compromiso, y, por ende, define la relación.”⁴¹ Esto quiere decir que el contenido define relaciones, da pauta a una expresión adecuada. En tanto, el interlocutor pone más atención al contexto de la conversación puede comprender de mejor manera los mensajes implícitos dentro del texto.

1.8 Segundo axioma en línea

“Toda comunicación tiene un aspecto de contenido y un aspecto relacional tales que el segundo clasifica al primero y es, por ende, una meta comunicación”.⁴²

No solamente existe una diferencia entre las relaciones entre los seres humanos a través de un medio sino también la hay en el intercambio y el significado de los mensajes. Procediendo así con el segundo axioma: “Toda comunicación tiene un aspecto de contenido y un aspecto relacional tales que el segundo clasifica al primero y es, por ende, una meta comunicación”. Ha quedado claro ya, que el contexto juega un papel importante en el desenvolvimiento de las relaciones.

⁴¹ Watzlawick Paul, Helmick Beavin J., Jackson Don D (October 1967). *Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes*. New York

⁴² Watzlawick Paul, Helmick Beavin J., Jackson Don D (October 1967). *Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes*. New York

Este axioma se desenvuelve con la pregunta: ¿Qué se comunica en la red? Para responder a esta pregunta es necesario aclarar los escenarios de interacción, utilizando un fragmento de Manuel Area y su artículo sobre Tic, identidad digital y educación:

“vivimos simultáneamente en dos escenarios para la interacción social y cultural: el representado por nuestra realidad material, física y sensorial, y el escenario de las experiencias virtuales proporcionado por las variadas y múltiples tecnologías digitales que nos rodean.”⁴³

Por lo que dentro del escenario virtual hay siempre una identidad moldeable, en la cuál se desarrolla un avatar, un naming, una foto, una biografía, entre otros recursos necesarios para conseguir el propósito de consumo. Siempre acudiendo a los recursos visuales que expresen lo necesario antes de entablar una conversación. Los emisores realizan una elección para guiar su perfil online, creando así un aspecto relacional, de contenido y dan paso a la meta-comunicación.

En línea este axioma es todavía más impactante ya que dependiendo a la relación existente entre los interpretantes, se llevará acabo una conversación llena de mensajes específicos. Tal sería el uso de emojis, stickers, abreviaciones e inclusive de un código específico. Este se puede representar de la siguiente manera: dos mejores amigas se envían mensajes por WhatsApp, se comunican de una manera natural utilizan emojis con significados específicos entre ellas, stickers de ellas mismas o personas conocidas; utilizan nombres, o abreviaciones que sólo ellas conocen y con esto llevan acabo una conversación basada en su relación, en el entendimiento de su entorno.

Por otro lado, si una de ella estuviera hablando con su madre, cambiaría inclusive la forma de escribir, la manera de utilizar un emoji, un sticker, un meme e inclusive una foto. Sin olvidar la manera de expresar algunas frases. Esto se da por el nivel de relación, de entendimiento y la historia detrás de las involucradas. Estos elementos le dan un sentido a cada conversación, a la manera de escribir, de responder y de identificación dentro de la conversación.

⁴³ Area, Manuel (Diciembre, 2011) Tic, identidad digital y educación. Cuatro reflexiones Reencuentro, núm. 62, pp. 97-99 Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco Distrito Federal, México

1.9 Tercer axioma en línea

“La naturaleza de una relación depende de la puntuación de las secuencias de comunicación entre los comunicantes.”⁴⁴

Por lo tanto, el tercer axioma es aún más visible: “La naturaleza de una relación depende de la puntuación de las secuencias de comunicación entre los comunicantes.” Continuando con el ejemplo de la chica y su madre. Al momento de comunicarse la hija contestará de una manera determinada y no por ser dominada sino por la relación que existe (madre/hija). Estas relaciones no solamente llevan a una conversación establecida sino que dan claridad a lo siguiente: las conversaciones varían en tanto a la relación que exista con la persona con la que se habla. La puntuación/interpretación en línea es un tanto más factible, ya que es más fácil resaltar los detalles de una relación en un mensaje escrito. Además de que la cantidad de palabras es medible, el medio está dado por sentado, dependiendo de la intención, es decir, de lo que se quiera conseguir con la otra persona y a través de la plataforma a utilizar. Por lo que las interpretaciones dentro de un mensaje son menos probables de ser malinterpretadas; gracias a que al escribir un mensaje de texto se tiene siempre en mente la relación existente con la persona.

Encima se tiene en cuenta el vocabulario que debe usarse, la manera de expresarse, el idioma, la puntuación, e inclusive algunas veces la respuesta que se espera obtener se tiene en la mente. El entendimiento debe formar parte de la mente de cada participante, debe ser consciente que la elección de entender corresponde a cada mensaje enviado. En resumen, si la hija le manda un mensaje a su madre no le hablará como si estuviera con su mejor amiga, la interpretación sería malentendida. Pero como sabe que es su madre hará lo necesario para una buena puntuación del mensaje, escribirá con la relación en mente para generar la fluidez necesaria para obtener un buen resultado, esto en una red social como WhatsApp, utilizada para comunicarse con gente conocida.

1.10 Cuarto axioma en línea

“Las modalidades de la comunicación en línea son textuales y audiovisuales.”

⁴⁴ Watzlawick Paul, Helmick Beavin J., Jackson Don D (October 1967). *Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes*. New York

Ahora bien, el cuarto axioma: "Las modalidades de comunicación son digitales y analógicas."⁴⁵ Por otro lado en la actualidad la comunicación análoga y digital ya tiene una gran diferencia marcada. Ahora, la comunicación análoga es la que se plasma cotidianamente al hablar con una persona vis a vis,⁴⁶ en donde además se agrega la kinestesia para dar sentido a la comunicación en forma de expresiones, sentimientos e inclusive dar direcciones. En cambio la comunicación digital toma el sentido de hablar a través de una plataforma, de comunicarse sin verse a la cara, sin verse a los ojos y mucho menos ver las acciones reales.

Esto sin duda ya es una gran diferencia de este último axioma. En la actualidad no es lo mismo decir análogo y digital a como se mencionaba antes, a como lo mencionaba Watzlawick. Es entonces cuando se aclara que la comunicación digital ya está dentro de la plataforma, dentro de una pantalla. Esto lleva a una posible división de modalidades en comunicación. En donde análogo en un contexto en línea sería: textual, es decir, sólo usar la palabras y la audiovisual/ lo gráfico, en donde se utilizarían imágenes, emojis, fotos e inclusive videos. Entonces en este cuarto axioma en línea, la distinción de las modalidad se tomará de la siguiente manera. Proponiendo como nombre al cuarto axioma: "Las modalidades de la comunicación en línea son textuales y audiovisuales."

Dentro de una conversación en línea a) los elementos textuales no cambian, siguen siendo aceptados universalmente; los significados son los mismos no importa el medio (teniendo el mismo contexto). La sintaxis y la estructura puede tener algunas transformaciones por lo que normalmente se utilizan las abreviaciones del lenguaje dentro de estas plataformas. No obstante, el cambio no es tan grande por este lado. En cambio el segundo, el no verbal puede representarse a través del uso de emojis; estos a veces ayudan a complementar alguna frase, expresión o sentimiento que tiene la persona.

⁴⁵ Watzlawick Paul, Helmick Beavin J., Jackson Don D (October 1967). *Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes*. New York

⁴⁶ Conversaciones cara a cara

En este caso no es kinestésico sino que se utiliza lo que más se le parece, b) lo gráfico. Se utiliza la palabra parecido porque eso es lo que son los emojis, los stickers, los memes, entre otros. Estos son la representación de ciertas emociones que normalmente son expresadas por gestos, movimientos de mano o cuerpo pero están representados con una pequeña imagen e igualmente dan énfasis y sentido al texto. Si se reflexiona lo suficiente este se utiliza demasiado, en donde se nota el cómo se complementan ambas modalidades para tales mensajes. De modo que se ve la necesidad de estas para darle forma a una comunicación y recepción de un mensaje más claro, conciso y concreto. A veces incluso sólo se utiliza el textual (en Watzlawick analógico) para responder, no como un reemplazo de palabras sino para llegar a un entendimiento más claro. En vez de una niña señalando por el juguete que quiere, es una niña enviando un mensaje mediante WhatsApp a su mamá que se encuentra en el supermercado. Ejemplo:

Tráeme helado por favor

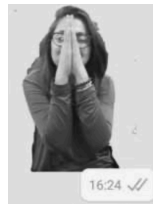


Imagen de: gadgetsnow.com

A lo que el mensaje denota, no solamente una modalidad textual sino también una modalidad gráfica, dándole un énfasis claro al mensaje.

1.11 Quinto axioma en línea

“Todos los intercambios comunicacionales son simétricos o complementarios, según que estén basados en la igualdad o en la diferencia.”⁴⁷

Finalmente se procede con el quinto y último axioma: “Todos los intercambios comunicacionales son simétricos o complementarios, según que estén basados en la igualdad o en la diferencia.” Como se ha visto con anterioridad esos intercambios son voluntarios. Se basan en la relación de los participantes, ya sea en crear una igualdad o marcar la diferencia existente en su relación. Con esto es sencillo resolver los problemas dentro de la conversación, ya sea para seguir con ella o terminarla.

⁴⁷ Watzlawick Paul, Helmick Beavin J., Jackson Don D (October 1967). *Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes*. New York

Cuando una conversación es simétrica se lleva a cabo un proceso de igualación entre sujetos, ya sea en la manera de escribir, hablar de un tema o simplemente ser partícipes de ella. No obstante en la complementaria hay una actitud de superación, alguien complementará lo que escribes pero habrá una diferencia notable en la relación, normalmente el poder y la jerarquía guían las relaciones de diferencia. Estas actitudes darán por resultado el balanceo de actitudes, de mensajes determinantes de conversación. Es una relación más determinante, una diferenciación inevitable que moldeará toda la conversación.

Dentro de los medios digitales va a ser también una relación de necesidades, de intereses e intenciones de cada individuo. Estos intercambios serán mediados a través de los perfiles, la plataforma y el propósito de la conversación. En tanto al tema de poder o jerarquía se irá definiendo con respecto a las dinámicas de interacción que decidan llevar los sujetos. Por ello, la igualdad o la diferencia no sólo dependería de los participantes, sino también del medio. Por ejemplo, en una plataforma de mensajería instantánea dependerá de lo que cada uno busque y la relación con el otro; madre/hija, hombre/mujer, parejas, solteros en busca de una relación, entre otros.

1.12 En resumen

La comunicación como se ha podido notar en estas páginas ha sido un fiel acompañante en cada paso dado, no importa la dirección a la que se vaya o el medio que sea utilizado. Ésta siempre estará a lado del ser humano, no importa la lejanía o la cercanía, es ley que nunca se dejará de comunicar. Por esto, la validez en el mundo virtual es de suma importancia para los estudios de comunicación; es un mundo lleno de posibilidades y en cada una de ellas hay un mensaje por descifrar, por compartir y por analizar. Se van integrando códigos únicos de cada usuario los cuales interactúan con otros para integrarse y formar una comunicación, todos los sujetos como emisores. Para sustentar lo mencionado y de acuerdo a Castells se nombra auto-comunicación: “Es autocomunicación porque uno mismo genera el mensaje, define los posibles receptores y selecciona los mensajes concretos.”⁴⁸

⁴⁸ Castells, M. (2010). Comunicación y poder. Capítulo 2. Madrid. Alianza Editorial

Como se ha podido demostrar en la presente investigación, la relevancia de los axiomas sigue siendo importante; sobretodo en la actualidad tecnológica. Tal vez en el futuro ayude todavía más ya que, no se sabe de qué otras maneras pueden ser reemplazadas las conversaciones cara a cara. Por ahora se tienen diversas maneras de comunicarse a través de diferentes canales tecnológicos. Con respecto a esto, la comunicación debe seguir estudiándose, por lo tanto no es lo mismo hacerlo en persona que a través de un medio digital y tecnológico; la comunicación se lleva a cabo por multi canales, por la web 2.0, 3.0, entre otras; porque no deja de avanzar. Vivimos en una sociedad red imposible de ignorar, en donde como menciona Castells: “sustentan la proliferación de espacios sociales en Internet y su contenido está autogenerado, su emisión autodirigida y su recepción autoseleccionada por todos aquellos que se comunican.”⁴⁹

La relevancia del estudio gira en torno a los fenómenos actuales que rodean al ser humano. Si no se entiende cómo se maneja la comunicación en línea, tampoco se podrá seguir el hilo de lo que se aproxima para el campo de la comunicación. Así como la manera de expresión ha cambiado, también lo han hecho diversos significados por el uso de estas plataformas. No se puede ignorar la actualidad, esta ya ha alcanzado al ser humano y se le debe seguir el paso o si no el futuro de la comunicación también se quedará atrás. No será tan fácil tomar el hilo de la comunicación digital si se le deja avanzar sin fundamentos. Vivimos en una sociedad red⁵⁰, donde además se expresa la importancia de las redes tecnológicas:

“Networks constitute the new social morphology of our societies, and the diffusion of network working logic substantially modifies the operation and outcomes in processes of production, experience, power, and culture.”⁵¹

En español: las redes configuran el nuevo poder social dentro de las sociedades, y la difusión de la lógica dentro de la navegación modifica sustancialmente la operación y los resultados dentro de los procesos de producción, experiencia, poder y cultura.

⁴⁹ Castells, M. (2010). Comunicación y poder. Capítulo 2. PP 108. Madrid. Alianza Editorial

⁵⁰ Más información en: Castells, M. (2000). *The rise of the network society*. Oxford: Blackwell Publishers. (6th ed.)

⁵¹ Castells, M. (1999). *The information age: Economy, society and culture*. Oxford: Blackwell. Chicago (6th ed.)

Reconociendo el por qué de los axiomas, de el corto análisis de una comunicación a través de plataformas digitales y su entendimiento. De la importancia que se debe tener ante una red social, el poder que puede llegar a tener y su desenvolvimiento e influencia en la sociedad. Las redes sociales forman parte del ser humano. La comunicación llevada acabo dentro de ellas merece ser analizada con detenimiento. Al igual del cambio en las interacciones; además ahora la relevancia está en si responde o no un mensaje de texto tal persona. La importancia de cada acción, cada emoji, cada sticker, cada recurso visual, cada mensaje; cada recurso textual y cada participante es relevante dentro de esta comunicación.

Capítulo 2

¿Y el amor?

Hasta que la muerte nos separe... o hasta que ya no te necesite...

Dentro de este capítulo se hará una breve explicación de Zygmunt Bauman y el amor líquido, ya que para poder comprender los siguientes capítulos, sobre todo la elección del canal dentro del presente trabajo, es necesario aclarar el por qué de este término y como influye dentro de las interacciones de los usuarios. No es en sí un enfoque sobre qué es el amor, ni cómo funciona, más bien es la transformación que ha tenido y la influencia que tiene su uso dentro la conceptualización de nuevas aplicaciones que ayudan a generar cambios en las relaciones, y más que nada en la comunicación.

Zygmunt Bauman

La teoría de Bauman no solamente se centra en el amor o en las plataformas, sino que el enfoque se precisa en la liquidez, en tanto a este término, se refiere a como todo es moldeable, la estructura se moldea para facilitar los procesos ya sea de búsqueda, comunicación, entre otros. Esto porque dentro de la teoría de Bauman existe también el término de modernidad líquida⁵², a través de su cambio constante, existen los contenidos de marketing mediático que se han ido apoderado de las plataformas. Su fuente principal: las emociones. "En otras palabras, los vínculos y las asociaciones tienden a ser visualizados y tratados como objetos a ser consumidos, no producidos; están sujetos a los mismos criterios de evaluación de todos los demás objetos de consumo."⁵³ Consumidos por las redes sociales presentes en la sociedad, por las que lideran el mercado emocional. Es decir, el amor, la amistad, las emociones humanas y su satisfacción dentro de las plataformas pueden ser moldeadas a diversas necesidades, no son necesariamente rígidas, más bien, el sujeto ahora puede decir cómo utilizarlas, a través de donde convivir, qué consumir, cómo consumirlo, sin perder el mensaje ni la estructura.

⁵² Más información en: Bauman, Zygmunt, (2005), *Modernidad líquida*, Fondo de Cultura Económica. México.

⁵³Bauman, Zygmunt, (2005), *Modernidad líquida*, Fondo de Cultura Económica. PP 173- 174. México.

El sentido del amor, su compra, se construye a partir de las nuevas oportunidades que ofrecen las nuevas plataformas digitales, se ha convertido tan sencillo que el éxito rotundo de las apps, es inevitable. Queriendo o no el amor forma parte de una cultura de consumo, por su inmediatez, la satisfacción prácticamente instantánea, es una mercancía a negociar. Como menciona Bauman: "Seduces y atraes con su ostentación de esas características porque supone deseo sin espera, esfuerzo sin sudor y resultados sin esfuerzo."⁵⁴ Al perder el significado anterior, el amor se pide y regala sin pensar, se compra cuando se quiere, es sumamente fácil dar por dar. Por lo que el amor y el rechazo están ligados; ahora lo casual es lo que ha ganado territorio dentro de las relaciones humanas, por lo que el amor se ha vuelto en la búsqueda de lo simple, lo rápido, la unión humana ya no busca ser hasta la muerte, la moda está en experimentar y probar lo que más se pueda, sobre todo en los jóvenes. Entonces el rechazo no es tan abrumador como antes, gracias a estas nuevas plataformas digitales, a veces el rechazo no se notifica y si el usuario se da cuenta del rechazo no le toma importancia ya que siempre habrá alguien que no lo haga.

1.1 Amor y Deseo

Como es posible notar dentro de la obra de Bauman, hay una clarificación en lo que es el deseo, el anhelo de consumir, y lo que es el amor, el anhelo de querer y preservar lo querido. En donde recalca que el deseo ansía consumir y el amor poseer. Por lo que ambos son elementos distintos pero que a la vez se complementan, por otro lado, juntas crean la elección adecuada guiada por las ganas. Es decir, si el deseo de consumir es mayor o si el amor inspira la elección de las acciones.

Los seres humanos se dejan llevar por sus instintos, por lo que les produce un placer en cualquiera de sus sentidos, al momento de buscar lo efímero el propio sujeto se olvida de la inversión que conlleva una relación amorosa "estable" y duradera. El largo plazo, pasas a un segundo plano dentro de la mayoría de los jóvenes, ellos ya no consideran el establecerse con una familia en un primer plano, sino como una consecuencia de crecer, no obstante la mayoría prefiere las relaciones casuales a el compromiso. El fracaso de las relaciones a largo plazo ha surgido por varios motivos,

⁵⁴ Bauman, Zygmunt (2003) "Amor Líquido, acerca de la fragilidad de los vínculos humanos", pp. 22. Fondo de Cultura económica, México

como lo es el ayudar a conservar el planeta, tener menos hijos y la concentración personal de llegar más alto y más lejos en el éxito profesional. Uno de los problemas mas grandes ha resultado ser la falta de comunicación, en donde ésta es esencial para sobrellevar cualquier tipo de relación humana. Pero la falta se ha presentado por diversos aspectos que han cambiado dentro de la vida cotidiana como lo es: la vida ajetreada, el profundo apego a las redes sociales, la imagen que se quiere dar dentro de ellas, las diferentes metas que cada individuo tiene dentro de la pareja, entro otros varios aspectos.



Imagen de: Economipedia

Una manera de explicar este deseo es con la pirámide de Maslow, él explica que el comportamiento humano se desarrolla conforme a las necesidades que existen. A través del cumplimiento más básico de cada parte de la pirámide se van

incrementando los deseos y necesidades. Hasta llegar a la autorrealización y el último nivel de satisfacción; tal como se muestra en la imagen. No obstante, a través del mercado actual y sus consumidores. La auto-realización ha quedado en el primer nivel de satisfacción. Uno busca tener la aprobación dentro de sus redes sociales y a partir de ahí liderar las demás necesidades. De igual forma se complementa con Bauman: "El retroceso de las habilidades de socializad se ve fogueado y acelerado por la tendencia, inspirada por el modelo de vida consumista dominante..." Por ejemplo: Si uno tiene millones de seguidores en instagram y se presume de una vida saludable y llena de éxito; la persona llevará sus necesidades fisiológicas, sociales y de seguridad para conseguir dar esa images. La pirámide entonces iría de arriba hacía abajo. El amor líquido como se ha mencionado es un producto, por tal, se busca que cada aplicación se encuentre en un nivel de realización cotidiano. "Las empresas adecuan su producto, su mensaje y su comunicación al escalón de necesidad que creen que pueden cubrir y satisfacer."⁵⁵

⁵⁵ Arias S. Pablo (2017) Economipedia. Pirámide de Maslow. Consultado en línea el (05/12/2019) a través de: <https://economipedia.com/definiciones/piramide-de-maslow.html>

Pasando a la siguiente etapa, dentro de la temática de lo desechable; es cuando la elección del amor y el deseo se guían por las ganas, la interacción es fugaz, se establece para un consumo inmediato, por su nivel de necesidad y por tanto es desechable, intercambiable y no tiene prejuicio alguno. Porque al momento de ser claros e intercambiar deseos y anhelos con la otra persona habrá un acuerdo entre los individuos. Tanto así, que si la relación tiene algún problema, podrá cambiarse sin generar drama ni reclamos innecesarios. A este tipo de relación como explica Catherine Jarvie⁵⁶ se les puede dar el nombre de "relaciones de bolsillo", porque se llevan acabo como lo son los libros de bolsillo, los relojes de bolsillo, etc. Estas son breves, agradables y las puedes tomar cuando la necesites, es instantánea y no requiere esfuerzo alguno porque permanezca así. Los sujetos involucrados requerirán atención de diversas maneras y cuando la necesiten simplemente sacarán la relación del bolsillo y van a satisfacer el sentimiento que existe en determinado momento. El sentido de una unión hasta la muerte ha sufrido cambios, no es requerida en un primer plano, solamente se utiliza para algo vano y consensuado. No es más que una elección de satisfacción hacia las relaciones sexo-afectivas inmediatas de consumo.

Dentro de la correspondencia, la facilidad conlleva a no conocer con profundidad al prójimo, ya no se desarrolla la interacción social de conocer profundamente al otro para poder formar parte de su vida como pareja. Sino que la convivencia es banal, sin requerimientos sentimentales, pero sí, físicos. Sobre todo en las relaciones de una sola noche. No se busca reproducirse ni salvaguardar la especie humana, se busca la satisfacción carnal, o en otros casos el simplemente saber que habrá siempre alguien ahí cuando sea requerido. Se busca satisfacer las necesidades biológicas, sin involucrar necesidades de autorrealización. Es importante recalcar que no se adentrará en el aspecto psicológico, sino en la importancia que estas transformaciones tienen dentro de la comunicación humana. En como el amor líquido va moldeando la plataformas y las actitudes del ser humano. Se va moldeando a una sociedad que vive de la inmediatez, de la elección consciente entre amor y deseo, de lo que se anhela y lo que se necesita.

⁵⁶ Bauman, Zygmunt (2003) "Amor Líquido, acerca de la fragilidad de los vínculos humanos", pp. 38. Fondo de Cultura económica, México

1.2 Proximidad

Las conexiones son parte esencial del ser humano, estas hacen posible la interacción, una vez consolidadas es muy difícil que se desvanezcan, el que permanezcan es trabajo de los individuos involucrados. Al momento de crear una conexión se le tiene confianza de permanencia, de utilidad y estabilidad. Con estas los sujetos pueden tener confianza en sus relaciones en que no se moverán de donde están instaladas. Con la era digital, estas abruman todavía más al individuo, por lo que el hábito se encarna en el ser humano, el estar en contacto las 24 horas del día es posible.

En tanto a la proximidad, se involucra con el individuo, el que tan cerca se encuentran sus seres queridos, familiares, su pareja o la persona con la que mantiene una relación indefinida. Gracias a los nuevos canales tecnológicos hay cierta cercanía imposible de borrar dentro de cada individuo. Aunque la proximidad sea dividida en la virtual y la no-virtual, cuando una persona se encuentra hablando por teléfono, whatsApp, u otros canales, se puede sentir en cercanía con la otra persona. Esta proximidad es virtual porque no se tiene una cercanía tangible con el prójimo sino que es llevada a cabo a través de las plataformas digitales, pero de buena manera sigue siendo eficaz e instantánea. Forma parte de la realidad actual, en donde el ser humano no puede vivir sin un móvil, en donde esta próximo de cualquier persona, objeto, cita, etc.

Al mismo tiempo esta aunque sea confiable puede ser de vez en cuando superficial, o demasiado breve, para establecer nuevos vínculos puede resultar difícil de lograr pero para reforzar las relaciones existentes es más sencillo. La ventaja dentro de la parte virtual, es la interrupción de las conversaciones, reducir o aumentar la distancia, la manera en que uno se va a comunicar y todo gracias a diversas tecnologías que facilitan el proceso, no es simplemente pulsar un botón y dejar que todo surja, sino estar conscientes de que cada acción posible a realizar tendrá resultados diferentes para darle un cambio a las relaciones existentes o próximas en surgir. Por otro lado la proximidad no-virtual, sigue establecida en la sociedad, es la cercanía más común dentro de las relaciones humanas, no se puede reemplazar tan fácilmente una cercanía no-virtual por lo que en caso contrario de elegir una u otra, estos tipos de proximidad tienen diferencias notables para generar parámetros de la relación. Son diferentes por los medios a través de los cuales son observadas pero cuentan con

un mismo propósito. Como lo menciona el mismo libro de Bauman: "La proximidad virtual logra desactivar las presiones que suele ejercer la cercanía no-virtual. A su vez, establece los parámetros de cualquier otra proximidad. Los méritos y defectos de toda proximidad so ahora medios en relación con los estándares de la proximidad virtual"⁵⁷ Tal proximidad se crea a través de los diversos perfiles que tiene un ser humano, es decir no solamente con el cuerpo y mente natural, también se da con el ser que se encuentra dentro del internet, el que sigue creando la proximidad con quien este dispuesto a formar parte de la interacción. Estos se explicarán en el siguiente capítulo a detalle, lo importante en este momento es notar el comportamiento de la proximidad y el amor dentro del ser humano.

Finalmente, en dado caso de que la conexión se desvanezca (con mayor probabilidad la digital), se cambia de persona, de interacción y posiblemente de canal, al ser efímera en un mundo virtual no se le tiene un apego tan grande, tan emocional al otro; ni siquiera el nivel de intimidad puede llegar a ser el mismo. La conexión se vuelve temporal, dura unos días, unos meses o incluso unas hora, no se pretende definir con sencillez. Es simplemente, picar el botón de basura para desechar lo que ahora se ha vuelto inservible, no pretende separarlo de la muerte como antes lo era (hasta que la muerte nos separe); La separación proviene de un botón, una interacción y una necesidad satisfecha. El largo plazo a quedado olvidado por muchos, predomina el corto plazo.

1.3 En resumen

En resumen, el amor líquido se manifiesta de diversas formas, se transforma, se moldea para acoplarse a las necesidades de la sociedad actual. En donde no se requiere la proximidad con el otro, ni se requiere conocer a la persona. Con estas transformaciones han surgido plataformas que ayudan a implementar y darle fuerza a tal concepto de liquidez. Las líneas se han difuminado y el amor cambia en tanto al sujeto en el que se manifieste. La muerte ya no separa a las parejas, lo hace la distancia creada por ellos mismos; en su mayoría, las relaciones no son para siempre, sino que tienen una fecha de expiración. Con este capítulo se puede entender con mayor profundidad, el por qué de las nuevas aplicaciones de citas por internet, de Tinder, Bumble, Hppn, entre otras. El amor se ha vuelto en algo comercial, la mercancía se selecciona cuidadosamente pero no se cuida como

⁵⁷ Bauman, Zygmunt (2003) "Amor Líquido, acerca de la fragilidad de los vínculos humanos", pp. 88. Fondo de Cultura económica, México

debería ya que es por un corto plazo. El consumo es líder; se requiere satisfacer las relaciones sexuales y afectivas. Como menciona Bauman: "...a tratar a los otros seres humanos como objetos de consumo según la cantidad de placer que puedan llegar a ofrecer, y en términos de "costo-beneficio"."

Por otro lado, dentro del aspecto de la comunicación surge el cambio de las interacciones, de la manera en la que se entabla la relación, de la forma en la que se conquistará/ convencerá al otro. Se ha transformado no solamente el diálogo sino también el canal, los aspectos comunicacionales y la manera de ser dentro de estas plataformas. Entendiendo este nuevo aspecto, los axiomas de comunicación y la influencia de cada una de estas teorías se convergen para notar el establecimiento del ser numérico, del perfil virtual y cómo éste influye en la manera de ser del sujeto, de comunicarse y de formar parte de el mundo virtual. La comunicación corre por parte de la posición a tomar en las situaciones que se pueden presentar a futuro. Las cuales no dependen únicamente del ser humano, sino también de su contexto socio-histórico, su ser numérico y la identidad del propio individuo.

Capítulo 3

¿Qué comunicas en línea? (dependiendo de la relación)

La importancia del entendimiento radica en el cómo expresar las ideas.

Si la comunicación se ve influenciada por los comportamientos humanos en un encuentro cercano, entonces se tiene que analizar esta misma función a través de un medio. La percepción que se tiene de cada ser humano cambia en internet, ya sea por querer ser “alguien más,” o simplemente porque ser quien quieras ser en las redes sociales es sencillo. Esta representación ayuda a la identificación ante todos aquellos con los que uno se está relacionando a través de las plataformas digitales. Ahora bien, si se tiene en cuenta la persona que uno es en línea, es importante reconocer el cómo se está comunicando a través de ella y sus diferentes medios. Para describir con mayor claridad el contexto se utilizará el término “hipermodernidad”⁵⁸ por Lipovetsky. Esta hipermodernidad se encuentra establecida dentro de una sociedad liberal, esta se caracteriza por su fluidez, su movilidad y flexibilidad dentro de la misma. Aquí aparece un hipernarcisismo, como menciona Lipovetsky: “época de un Narciso que se tiene por maduro, responsable, organizado, y eficaz, adaptable, que rompe con el Narciso de los años posmodernos, amante del placer y las libertades.”⁵⁹

Es decir, la sociedad se ha vuelto narcisista, se guía por las acciones que corresponden a la necesidad que quieran llevar a cabo en sus planos virtuales y no virtuales. Cuentan con “el mínimo de austeridad y el máximo de deseo.”⁶⁰ Encarnan dependiendo a la necesidad buscada, al discurso que se genere en su propio ser y su entorno. Por otro lado, al momento de refugiarse detrás de todos los nuevos medios, se puede comunicar como se desea sin miedo a ser juzgado, a ser libre de interactuar sin importar la manera. Esto porque al estar atrás de la pantalla automáticamente hay un sentimiento de seguridad, de valentía, a diferencia con decirlo de frente. Su red privada les da la seguridad de consumir siguiendo los valores de cada aplicación. No solamente porque hay una

⁵⁸ Más información en: Lipovetsky, Gilles (2006) Los tiempos hipermodernos, Barcelona, Anagrama.

⁵⁹ Lipovetsky, Gilles (2006) Los tiempos hipermodernos, Barcelona, Anagrama. PP 27. En Enrique Tamés (s.f.) Lipovetsky: Del vacío a la hipermodernidad.

⁶⁰ Enrique Tamés (s.f.) Lipovetsky: Del vacío a la hipermodernidad. Tiempo Cariátide. PP 47

interfaz como intermediario sino también porque la plataforma da esa libertad; moldea las diferentes situaciones y se llega a la decisión de adaptarse o no a ellas. Las plataformas ahora no son las únicas que cuentan con cierta liquidez sino también los seres humanos. Teniendo en cuenta la influencia de las plataformas dentro de los diferentes procesos de comunicación, el crecimiento del uso móvil y sobre todo del propio ser, es necesario preguntarse: ¿cómo conseguimos hacerlo (expresarnos)? ¿En qué forma afecta una comunicación digital a la análoga? Pero sobre todo, ¿Qué está comunicando?

3.1 Fanny Georges - soi numérique

En primera instancia, se debe entender el concepto propuesto por Fanny Georges. En el cual, los seres humanos cuentan con un "soi numérique"⁶¹, es decir, una identidad numérica; dentro de una plataforma, específicamente dentro del internet. Ésta se define en línea, se moldea, guía las comunicaciones y las acciones de cada individuo. En otras palabras se refiere a que cada ser humano cuenta con un perfil virtual, o como lo menciona Georges con un ser numérico. Además, como lo menciona de igual manera Fanny Georges: "L'usage des interfaces numériques implique en retour l'assimilation/intériorisation de modèles de perception de soi, de socialisation et d'expérience."⁶² Traducido al español sería: "El uso de interfaces numéricas implica un retorno en la asimilación e interiorización de modelos de percepción de uno mismo, de socialización y de experiencia."

A través de estas interfaces existe la posibilidad de encontrarse con una percepción diferente a la establecida en el usuario. En donde se pueden sentir seguros, orgullosos o inclusive temerosos y tímidos; no obstante esto depende de como se manejan las diferentes redes sociales, de como se busca representarse hacia los demás, en palabras sencillas, se crea un avatar. El ser humano se deja guiar por lo que está de moda, por la publicidad y más que nada por lo que quiere conseguir al mostrar diversas facetas. Por esto mismo el internet es el arma perfecta para fingir ser alguien más, para tener una percepción que se cree adecuada de ellos mismos y hacer que sean vistos como se

⁶¹ Georges Fanny, Modèles de la Représentation de soi et de l'Identité numérique. 20 Agosto 2017. Paris, France.

⁶² Georges, 2004b, (Georges, 2007) La Représentation de soi numérique (" La représentation de soi désigne tout signe visible, audible ou tactile qui manifeste l'utilisateur dans un dispositif de communication à distance ").

proyectan. “Es una revolución anticipada de la verificación de la identidad en línea, utilizando tecnologías emergentes centradas en el usuario.”⁶³

Esta construcción del ser numérico no es precisamente sencilla ya que a parte de una construcción individual, se encuentra la necesidad de una construcción colectiva, la cual igualmente da pauta a una evolución de manera continua dependiendo del contexto, los gustos, las características de la persona; las múltiples metas y sobre todo hacia quién se dirigen aquellas comunicaciones. No solamente en un aspecto personal sino también existe dentro de uno profesional, como lo menciona Jouët Josiane⁶⁴. Al encontrarse navegando en internet, es posible descubrir las diversas aplicaciones con objetivos diferentes que moldean el comportamiento del individuo; por ejemplo: tinder, facebook, whatsapp, twitter, linkedin, entre otras.

Con estas dinámicas se consigue una expresión de acuerdo al objetivo, a la relación que se busca obtener con la persona detrás de la pantalla, y la seguridad que ésta otorga. Como resultado, se logra la conformación adecuada del ser virtual, de conocer el contexto y sentimientos a expresar. Claro que no es sencillo transmitir tales sentimientos por medio de textos, emojis, imágenes, o distintos recursos visuales. No obstante, se está comunicando de forma planificada, las respuestas son esperadas ya que, las posibles situaciones se van creando en la mente. Los panoramas son medibles en un cierto contexto. Las interacciones llevadas a cabo no son al azar, se manejan con un plan en mente, con una intención específica y una solución para cada posible situación. “Internet nos permite estar 24 horas on-line, ofreciendo nuestros productos o servicios.”⁶⁵ En este caso, el internet nos permite ofrecernos a nosotros mismos como el producto o como el servicio; dependiendo no solo de la identidad digital si no también de su liquidez, la cuál se moldea a través de la necesidad (la aplicación a utilizar).

⁶³ Porras Antoni (2019) Net..Que !? Networking para todos. Identidad Digital. Tecnología, la era de las comunicaciones el nuevo paradigma. Consultado en línea el (05/12/2019) a través de: <https://www.marketing-xxi.com/identidad-digital-tecnologia-era-comunicaciones-nuevo-paradigma.html>

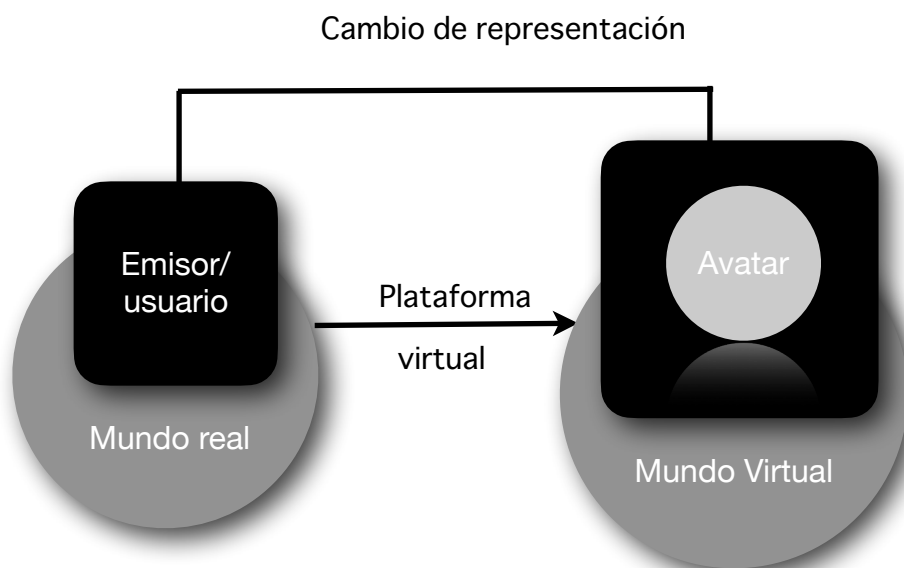
⁶⁴ Jouët Josiane. (1997) Pratiques de communication et figures de la médiation. Des médias de masse aux technologies de l'information et de la communication. In: Sociologie de la communication, volume 1, n°1. Sociologie de la communication. pp. 291-312

⁶⁵ Porras Antoni (2019) Net..Que !? Networking para todos. Identidad Digital. Tecnología, la era de las comunicaciones el nuevo paradigma. Consultado en línea el (05/12/2019) a través de: <https://www.marketing-xxi.com/identidad-digital-tecnologia-era-comunicaciones-nuevo-paradigma.html>

Dentro de este sistema de signos se puede decir que el sujeto tiene un cuerpo a través de la pantalla tiene un ser presente las 24 horas del día en línea. Es de igual forma moldeable, su presencia se nota sin importar si está físicamente o no, este avatar es la representación en la pantalla, en el medio digital. La presencia se manifiesta a través de sus mensajes, de el contenido dentro de su perfil, de su identidad digital; esto repercute también en el interlocutor, en donde surge claramente la distinción entre ambos para hilar la conversación. Entonces la representación del interlocutor también forma parte de la percepción en línea. Sin este no se podría llegar al ser numérico en su totalidad, ya que, para generar una comunicación con éxito se debe mantener en mente la presencia de los interlocutores, los mensajes, la recepción y sin duda, la retroalimentación.

A partir de esta teoría es necesario comprender que cada sujeto se representa a su manera, no hay obligación alguna de crear el perfil de manera específica. La elección de la aplicación es la elección de consumo. La creación del perfil y su molde es a partir de su necesidad, de lo que se busca conseguir. En un mundo virtual y un mundo real uno puede decidir qué comunica, de qué manera lo hace y esperar respuesta. En línea el avatar predomina sobre el usuario del mundo real, no obstante, la esencia del sujeto permanece en ambas identidades.

Para tener una imagen mental de este, se puede representar con el siguiente esquema:



Esquema de elaboración propia. Con base a la teoría de Fanny Georges⁶⁶

⁶⁶ Georges, F. (2009). Représentation de soi et identité numérique: Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0. Réseaux, 154(2), 165-193. doi:10.3917/res.154.0165.

- El emisor/usuario dentro del mundo real da paso a la plataforma a través de un avatar (ser numérico). El cual consta de una identidad digital que se establece dentro del mundo virtual.
- El cambio de representación es una elección del individuo, el usuario crea un molde específico para cada plataforma virtual a la que se vaya a establecer.

Estas interpelaciones virtuales demuestran nuevos ritos de interacción social por medio de diversas aplicaciones que proponen diferentes tipos de ámbitos. Estos a su vez moldean el ser numérico, sus posibilidades de creación, de expansión y representación. Además, es importante saber que el pragmatismo de todas las comunicaciones se transforma al igual que la identidad digital.

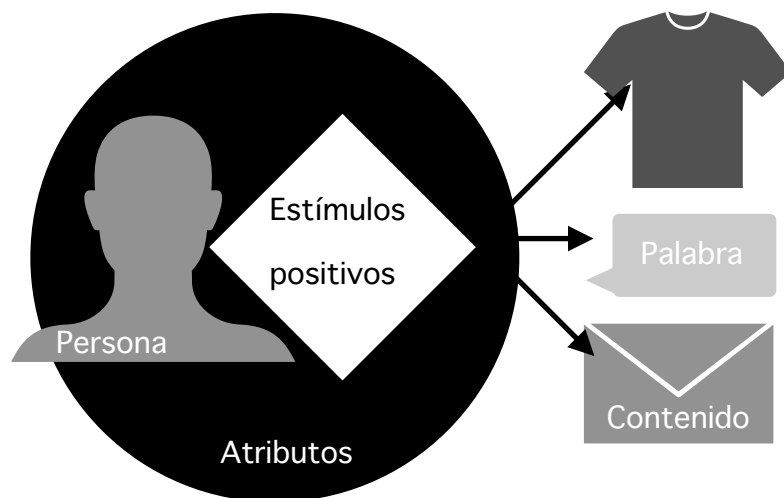
3.2 Perfil en línea

Ha quedado claro ya que el ser humano cuenta además con un ser numérico para representarse en línea, entonces ¿qué es un perfil en línea? A diferencia del avatar, de este ente numérico también se cuenta con la creación de un perfil en línea. Este no es más que la representación total de lo que se dice ser. No son objetos diferentes, todo lo contrario, estos se complementan para tener el control total de lo que se trata de ser dentro de estas plataformas. En palabras sencillas, el perfil en línea es el registro de las acciones, de los gustos, de la información personal y el formato de cómo se mostrará el contenido del avatar. Es la complementación necesaria del avatar, este permite mostrar por completo la formación del mismo y la representación física dentro de la pantalla. Con este se puede adentrar a la exploración de las diferentes identidades virtuales, en donde además como usuarios se forma parte de ambos mundos (real-virtual) al mismo tiempo. Dentro de esta investigación se debe especificar que el usuario realiza su ser numérico para encajar en la plataforma Tinder. El contenido importante es el amor, su objeto de satisfacción las relaciones sexo afectivas, en donde se vende por un like y con suerte por un match.

Con este se puede declarar el ser, se puede reaccionar, cambiar, como también moldearse e inclusive calcular los resultados que se desean obtener. Por ejemplo: Tinder, la aplicación utilizada para salir con gente que se encuentre cerca del usuario (posición geográfica), ya que es una

aplicación geo-referenciada. Para obtener ya sea una relación, una amistad, una diversión temporal o una noche. Al crear un perfil dentro de esta app, se busca ser seductor, interesante y tener un avatar que sobresalga gracias a su perfil. En el momento de crear el perfil ya se tiene en mente un resultado esperado sobre este, el rendimiento puede ser acorde o no, no obstante, es trabajo del usuario tener en cuenta las características de la aplicación , las palabras a usar, la imagen que lo ayudará a destacar y el contenido único que deberá tener su perfil para formar su identidad numérica.

Por esto es necesario confirmar que este perfil no solo consta de cómo se debe formular sino también de la influencia de la plataforma a través de estímulos positivos que ayuden al sujeto a conseguir un match, o un like. Estas indican el cómo se formará el perfil, con qué propósito, qué elementos va a contener, demostrando así las cualidades, características, intereses, la imagen, sus atributos en general, entre otras cosas; del ente numérico. Permitiendo de tal manera que la visualización del ser dentro de diversas plataformas, sea acorde a los objetivos acordados entre el usuario y la plataforma para brindar éxito. A continuación un esquema para ilustrar la formulación de su identidad moldeable:



Esquema de elaboración propia.

Gracias a este perfil, la manera de comunicarse se vuelve más sencilla; porque al conocer el propósito de su creación los mensajes fluyen con naturalidad con respecto a su entorno. Por ejemplo: en la comunidad LGBTQ+ aumentaron las personas en mencionarlo en su perfil: "Usage of the

rainbow emoji in Tinder bios also increased 15% globally from 2018 to 2019”⁶⁷ Su contenido grita sus necesidades, su manera de ser y quiénes dicen ser. Se comunica, sí, de una forma digital, directa, útil y reflexionada. Esta comunicación se visualiza a través de los diversos mensajes de texto, emojis, imágenes, videos e inclusive voice-notes⁶⁸, de todos los recursos posibles que son compartidos con los interlocutores. La forma de comunicarse a través de este es, completamente audiovisual, gráfico y digital.

3.3 Relación en línea

Es necesario aclarar que "relación" no solo tiene un carácter amoroso, esta palabra implica según la Real Academia Española (RAE)⁶⁹: Conexión, correspondencia, trato, comunicación de alguien con otra persona. Por ejemplo: Relaciones de parentesco, de amistad, amorosas, comerciales. Para entablarlas hay que empezar por acercarse, de manera sutil, amistosa, amorosa, o como más conveniente sea; según el propósito de acercamiento. Estas no comienzan por arte de magia sino que se van trabajando hasta conseguir conectar.

Dentro del mundo virtual, el perfil funciona siempre como representación, no solamente con desconocidos, también con amigos, familiares, compañeros y parejas. Por tal, es importante tener en cuenta la relación existente con los interlocutores, ya que dependiendo de esta relación la comunicación también sufrirá de algunos cambios. No solamente las relaciones que se tengan en el mundo real y el virtual, también es necesario saber interpretar el bagaje existente entre los participantes. Hoy en día la gente no sale de casa sin su celular, se ha creado una dependencia con el aparato, por tanto, al estar conectados y ser dos en uno solo; las actitudes de la vida diaria se transforman. Entonces al estar más tiempo en línea se va generando una ruptura en el contacto humano generando una transformación sobre las relaciones sociales; estas se desenvuelven a través

⁶⁷ Cision (Diciembre 2019) THE YEAR IN SWIPE - What 2019 Taught Us About the Future of Dating. Consultado en línea el (07/12/2019) a través de: <https://www.prnewswire.com/news-releases/the-year-in-swipe---what-2019-taught-us-about-the-future-of-dating-300969852.html>

⁶⁸ notas de voz

⁶⁹ Real Academia Española (RAE). Diccionario online: <http://dle.rae.es/?id=VoYtQP9>

de un mundo virtual, intangible. Es entonces la fragilidad de los vínculos humanos la que habla de las relaciones.

Fragilidad por ser variables fáciles de transformarse, por volverse líquidos al igual que las plataformas. Líquido se refiere a ser moldeables, a que puedan adaptarse sin problema a la necesidad. Generalmente, en la actualidad, las relaciones humanas pasan comúnmente por un contacto virtual, a través de internet. "Los vínculos casuales son características de la unión de los humanos"⁷⁰, entonces las aplicaciones son los creadores de bagaje para crear vínculos específicos entre los usuarios. Al ir creando este bagaje, los usuarios se encuentran motivados, es decir, hay un impulso para la participación activa dentro de las diversas redes sociales y aplicaciones. Además se van hilando las construcciones posibles junto con los usuarios, le dan sentido a estas plataformas. Si el usuario no lo utilizara y no entendiera el uso, entonces no habría un sentido de su existir; no habría una relación usuario/plataforma, mucho menos relaciones entre usuarios. Al abrir la puerta, aceptar las dinámicas de relación presentadas y alimentarlas, proceden a moldearse y acrecentarse; toman vuelo dentro de los seres numéricos.

Por lo que, no solamente cambian las dinámicas de la comunicación por estar conectados todo el tiempo, sino también por la facilidad que brindan las redes sociales al momento de conocer gente, de citarse o crear una relación. El proceso de adaptación es casi imperceptible, ya que la creación del avatar y del perfil en línea también forman parte del ser fuera del mundo virtual. Todas estas perspectivas existentes de cada uno se complementan, a pesar de cambiar a través de plataformas la persona sigue siendo la misma. Lo que cambia es la manera de venderse a través de ésta identidad moldeable.

Es en este punto, es en donde se empieza a distinguir la relación en línea con las personas que el usuario conoce en el ámbito real; y la relación con las personas que se han conocido a través del ámbito virtual. Se habla de diferencia de relación porque el usuario sabrá comunicarse de una manera específica con alguien que ya conoce, por el contrario, si no conoce a la persona estará

⁷⁰ Bauman, Zygmunt (2003) "Amor Líquido, acerca de la fragilidad de los vínculos humanos", Fondo de Cultura económica, México

improvisando en su manera de comunicarse para poder entablar una conversación; para finalmente dar paso a una relación con aquel usuario desconocido.

Las relaciones en línea son intangibles, son esporádicas e instantáneas; se pueden lograr con éxito o no. Inclusive pueden llegar a transformarse para pasar de un mundo virtual a un mundo real, en donde existe igualmente una transformación en las dinámicas de la comunicación. No obstante este punto se analizará más adelante. Por ahora es sólo tener en mente que hay una diferencia entre las relaciones reales - virtuales y hay un proceso detrás de estas para que sean posibles.

3.4 Comparación

Al tener en claro esta personificación, el establecimiento del avatar y las formas de relación, es sin duda necesario crear una comparación entre una comunicación virtual y una digital. Para ayudar a notar las diferencias y la complementación que pueden llegar a tener. Incluso sirve para ver el efecto que tiene la comunicación digital en la análoga. Ya que el impacto está siempre presente aún si no se alcanza a percibir. Las dinámicas pueden comportarse de diversas maneras, por lo que el ser humano no es consciente de estas, sino al contrario, actúa de una manera natural. Entonces si se da cuenta de las diferencias y la importancia de cada uno, podría tal vez disminuir las probabilidades de no comunicar, de no entender y de no relacionarse adecuadamente. Suena utópico, pero a través de el internet es posible.

Cuando se tiene en mente la creación de un perfil, se tiene en cuenta la comunicación a utilizar, la forma de representarse y el tipo de relación que se quiere encontrar. La magia de la comunicación se encuentra en la unión de todos los pequeños elementos que brindan estas convenciones. Entonces, la armonía radica en saber llevar estos modelos de comunicación para poder abordar los mensajes de manera eficiente para conseguir un buen entendimiento. Esta comparación es importante para el trabajo por las formas en la que ambos modelos de comunicación influyen entre sí; en la importancia pero a su vez su diferencia; Cómo ambos pueden funcionar el uno sin el otro. No obstante, al juntarse se complementan; ayudan a crear conversaciones dinámicas, relaciones tanto tangibles como intangibles e inclusive a descubrir el avance de la comunicación. Demuestran que es necesario

generar una consciencia de que esta no solamente se transmite en el mundo real sino también en el virtual y sus plataformas influyen en la recepción de mensajes.

Comparación Comunicación Análoga / Digital		
Características	Análoga (cara a cara)	Virtual/Digital
¿Cómo estamos comunicando?	<p>Comunicación de una manera natural, con el cuerpo (todo lo relacionado con la kinestesia), la vestimenta, los gestos y el lenguaje. Hay más control de la conversación, se puede guiar y disminuir las probabilidades del desentendimiento.</p> <p>La persona tangible se puede analizar de forma inmediata así captar de una manera más eficaz el mensaje del emisor.</p>	<p>Comunicación a través de mensajes de texto, imágenes, emojis, videos e inclusive memes, en general recursos visuales. Para tratar de exponer lo que siente el individuo o representar situaciones. Además de la integración de mensajes de voz, en donde es más fácil escuchar las expresiones y sentimientos.</p> <p>Toda la comunicación es a través de diferentes plataformas.</p>
¿Cómo conseguimos expresarnos?	<p>Se consigue una expresión a través del contexto de la conversación, de la relación con el otro, las reacciones naturales que se van presentando a lo largo de esta. Seguido de los sentimientos, las experiencias, el conocimiento común y sobre todo el entendimiento de la información que se comparte en todos los aspectos.</p>	<p>Se consigue a través de los diversos imitadores de gestos existentes en nuestros aparatos electrónicos como los emojis, stickers, etc. La expresión del texto se complementa con la imagen más parecida a la acción humana, para poder dar ese plus que se tiene en la conversación análoga, el tratar de enfatizar el sentimiento del momento con un mensaje y un extra dentro de él.</p>
¿En qué forma comunicamos?	<p>Las formas de comunicación dependen de la relación, del contexto para saber de qué forma se va a comunicar. Ya sea de una manera formal, informal, llena de sentimientos o totalmente insípido.</p> <p>El mensaje toma la forma deseada por los interlocutores desde el momento en el que se es pensado, el que se transmite, y en el que se es entendido.</p>	<p>En tanto a la virtual que no tienen tanta problemática con el ruido, aquí sí puede suceder. Esto porque los mensajes de texto o notas de voz no siempre demuestran todo lo que el emisor quiere expresar. Además de que las plataformas virtuales pueden generar ruido.</p> <p>El mensaje puede ser instantáneo, pero la respuesta/retroalimentación no, esto depende de los participantes.</p>

Comparación Comunicación Análoga / Digital

¿De que manera afecta la comunicación digital a la análoga y viceversa?

La comunicación análoga afecta a la digital de muchas maneras. En el primer punto la relación de los interlocutores ya existe por lo que al traspasarla al mundo digital es más fácil.

Las normas de comportamiento y respuesta ya están establecidas, la conversación fluye con cierta naturalidad. Igualmente si surge una conversación con un desconocido es más fácil sobrellevarla por el simple hecho de tener a la persona enfrente y poder realizar un análisis instantáneo de la persona.

La comunicación digital se puede ir introduciendo paso a paso en la análoga, esto si es, cuando empieza con un desconocido. La desconfianza o la inseguridad de no saber si esa es la persona real o no es lo que implica una dificultad para llevar a cabo una conversación análoga tan rápido. En este modelo hay un tiempo, un proceso de adaptación con la persona para poder pasar de lo online a lo off-line.

Cambia la manera de comunicarse; cuando se empieza a hablar con una persona en línea se denota un tipo de personalidad, no obstante al pasar a la conversación análoga puede que ambos personajes cambien su forma de comunicar. Esto por que se conocen como seres numéricos pero deben conocerse como seres humanos.

La influencia de ambas modalidades siempre esta presente, aunque no se quiera, forman parte ya de la comunicación humana. El ser humano es el único ser capaz de utilizar estas modalidades, de comunicación y sobretodo de comunicarse a través de distintas plataformas. Es entonces, en los momentos de reflexión, cuando se ve la importancia de la comunicación análoga y la digital en donde se desencadena la comunicación en su totalidad para generar relaciones, conversaciones y transmitir mensajes. Si se hace un análisis de la comunicación digital, se llega a la realización de que siempre ha estado ahí (a partir de la aparición de las diversas plataformas móviles y digitales); solo que ésta es normalizada. Se podría decir que hay un cierto contenido que no se toma en cuenta o que se pierde al momento de enviar un mensaje de texto, este contenido y su forma como se acaba de demostrar, son de suma importancia para la transmisión de un mensaje. Sirve para integrar ambas partes como uno solo, además al notar sus diferencias se puede tener una aceptación del ser numérico para naturalizarlo y hacerlo formar parte de nosotros y que no forme parte solo de la pantalla.

Capítulo 4

¿Cuál es la influencia de los canales de comunicación? (para entablar una relación)

Es importante sobrellevar una comunicación a través de una plataforma adecuada, dependiendo a la necesidad.

Siguiendo con la comunicación en línea, uno de los factores más importantes es la plataforma en la que se lleva a cabo la conversación. Los canales de comunicación son esenciales dentro de este trabajo, por lo que canal, se definirá como: el conducto físico por el que circula el mensaje⁷¹. Entonces, al tener en mente el ser numérico también se tiene en mente la intención por la cuál se ha creado y a través de donde se relacionará con otros. La importancia radica en comprender los canales de comunicación, cómo funcionan, su influencia en el desenvolvimiento de relación de los sujetos participantes y su entendimiento. La problemática no se estanca en si hay o no mejores canales, sino que estos se ha transformado con el paso del tiempo; lo que se queda igual son los mensajes, el querer comunicarse.

Las dinámicas de comunicación tanto análogas como digitales jamás son iguales, lo que se transforma son las plataformas; se utiliza un medio electrónico pero sobre todo, se utiliza una aplicación destinada a la interacción. Para llevar a cabo esta última, es necesarios entablar una conversación, no se envían mensajes en blanco, sino mensajes pensados; pensados en: sus necesidades, sus pensamientos y el propósito para revelar la intención y el uso de la plataforma. La influencia de los canales de comunicación es tan importante como el mensaje mismo, ¿por qué acaso no es ya un mensaje, en algunas ocasiones el uso de determinadas aplicaciones? Y en algunos casos, ¿estos canales ayudan a mejorar o no la comunicación? por lo que surge la pregunta: ¿Cómo es la calidad de la comunicación?

Creando el vínculo entre los axiomas de Watzlawick, el amor líquido de Bauman y el ser numérico de Georges, se llegó a la elección de un canal, en este caso "Tinder", porque dentro de este se pueden estudiar los 5 axiomas, la idea del amor líquido y la influencia en el comportamiento de los

⁷¹ RAE. Consultado en línea a través de: <http://lema.rae.es/drae2001/srv/search?id=5b2AHjRrnDXX2bSv2Gxg>

usuarios y esto siendo posible gracias al ente numérico que existe en cada individuo que forma parte de la aplicación.

En la actualidad las plataformas digitales abundan en la vida cotidiana, el ser humano simplemente elige a través de cuál se comunicará, cuándo y por qué razón. En este trabajo no se pueden considerar todas las plataformas, por lo que se escogerá el manejo de la aplicación "Tinder" en México. La cual se ha convertido en una aplicación popular en la búsqueda del amor, de noches casuales o en otras palabras, de la aplicación encargada de la distribución del amor líquido. A continuación se mostrara a detalle, la conformación del canal elegido, es decir, su historia, las denotaciones que esta tiene y su estructura. ya que para lograr entablar la relación, también es necesario conocer a través de donde se crearán los nuevos vínculos humanos, las nuevas conexiones sentimentales.

4.1 Plataforma digital: "Tinder"

Tinder, su historia se desenvuelve de una manera juvenil, por lo que se ha recopilado diversa información pero se tomara la siguiente, gracias a la info-grafía hecha por historiografías⁷². Entonces, la aplicación que ha ganado millones usuarios con el paso del tiempo comienza con el sueño de dos jóvenes en otoño del 2012 la idea surge de dos amigos universitarios que logran plasmar su idea dentro de esta plataforma digital.

La aplicación fue lanzada para dispositivos apple solamente, y fue promocionada a través de mensajes de texto entre sus compañeros. Por lo que, se desarrolló y tuvo éxito entre los jóvenes universitarios, una historia parecida a los comienzos de Facebook. Después de distribuir mensajes, y destinar fiestas para la descarga dentro de la App Store, ganó popularidad, especialmente a través de las hermandades y las fraternidades dentro de Estados Unidos de América. Al ganarse un espacio entre los jóvenes, se lanzó en 2013 la aplicación para android, superando así sus descargas y generando dos millones de matches⁷³.

⁷² Tinder, su historia. Consultada en línea a través de: <https://histografias.com/infografia-historia-tinder-app-del-amor.html>

⁷³ Match: que dos personas den like/ se gusten dentro de la aplicación.

No obstante, la empresa tuvo problemas con sus directores en 2014 por lo que empezó la competencia, es decir, nuevas aplicaciones con el mismo propósito fueron creadas. Aún con la competencia, la aplicación tuvo un pequeño boom, dentro de los juegos olímpicos de Sochi. Esto ayudo sin duda a Tinder mantenerse dentro del mercado y de las necesidades de sus usuarios. Por otro lado, para el 2015 la empresa logró recuperarse al crear nuevas utilidades dentro de su aplicación "Tinder Plus." Un servicio pago que los remontó para seguir dentro del mercado, dentro de este mismo año el ex-director de eBay se convierte en CEO. Con él como director llega la función "super-like" y se superara a sí misma.

Dentro de la nueva estabilidad dentro de la aplicación llegan los juegos olímpicos de Río 2016, según un artículo del periódico el país hubo un crecimiento del: "129% como lo declara Rosette Pambakian, vicepresidenta de la agencia Global Communications & Branding⁷⁴." Dentro de ese suceso, los jugadores dentro de la villa olímpica declararon que Tinder era lo que gobernaba dentro de su vida amorosa/sexual/privada. Los deportistas, pusieron tanta euforia en la aplicación que el éxito fue enorme, además estaban satisfechos con los resultados y sin duda el crecimiento fue evidente. Por lo que el número de matches aumentó desde el primer día de los juegos olímpicos.

Los juegos olímpicos fueron un paso importante para el desenvolvimiento de esta aplicación, Por lo que en 2017 crearon un Tinder especial para celebridades y millonarios llamada Tinder Select y Tinder Gold; por otro lado se dio pauta para el surgimiento de nuevas ideas que los posicionaron no solamente a Tinder sino también a todas las apps creadas por esta compañía en los lugares más altos.

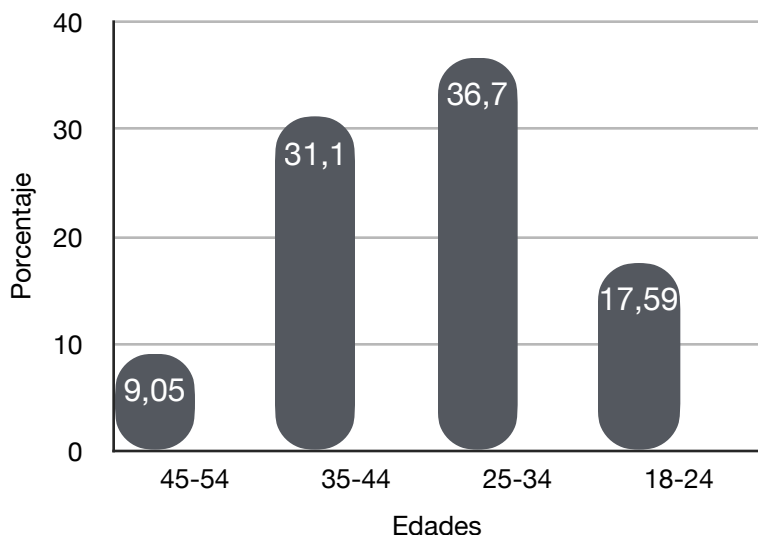
Dentro de Latinoamérica también han surgido diversos resultados, conforme a edad, sexo, preferencia sexual y el uso aplicado a tinder. En 2018 se obtuvieron los siguientes datos explicados en la infografía de latamclick.⁷⁵ En donde se menciona que la aplicación es utilizada unen 196 países

⁷⁴ Tinder se lleva el oro en Río 2016. El país. Consultado en línea el (14/02/2017) a través de: https://elpais.com/elpais/2016/08/10/estilo/1470836827_764528.amp.html

⁷⁵ Team Latamclick (Agosto 2018) Estadísticas de Tinder 2018: análisis y datos de uso de la App de citas. Paraguay. Consultado en línea el (07/12/2019) a través de: <https://www.latamclick.com/estadisticas-de-tinder-2018-analisis-datos/>

hasta el 2018. A través de la misma investigación se utiliza un porcentaje sobre las edades que más utilizan dicha aplicación, representadas con la siguiente gráfica:

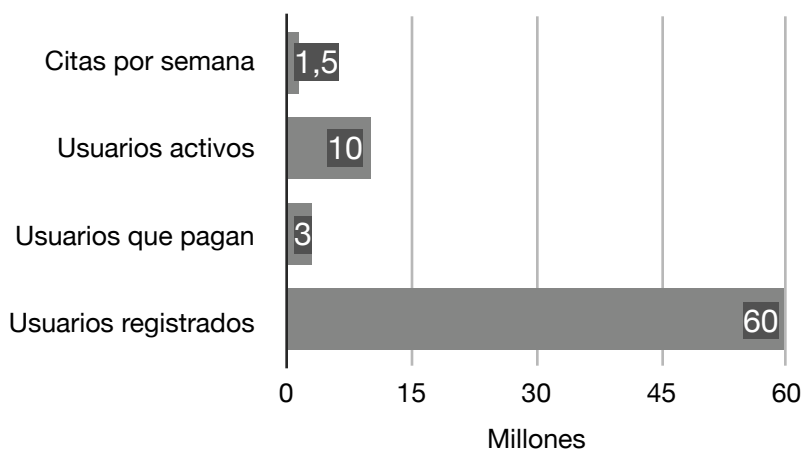
Tabla de elaboración propia. Fuente: latamclick.com⁷⁶



Los porcentajes más altos se encuentran entre los 25-34 años, resultado que concuerda con el estudio sobre los hábitos de usuarios en México explicados en el capítulo primero de este trabajo (Página 28.) Siendo este grupo el que más le da uso no sólo al internet y a las aplicaciones móviles si no también a la oportunidad de conocer a alguien en línea. Si bien el estudio de Latamclick se basa en Latinoamérica no es coincidencia

que los grupos con mayor fluctuación sean de tales edades. No obstante, ese tema se dejara de lado ya que lo que interesa ahora mismo es el uso que se le da a la aplicación; no se detallará más sobre

■ Estadísticas Tinder 2018



el por qué ese grupo es el más grande porcentualmente. Entonces, por otro lado, se encuentran varias estadísticas importantes en las que destaca que existen 10 millones de usuarios activos por día. De los cuales 3 millones usan el servicio pago de la aplicación. Las estadísticas más importantes se verán representadas en la gráfica siguiente:

Tabla de elaboración propia. Fuente: latamclick.com⁷⁷

⁷⁶ Team Latamclick (Agosto 2018) Estadísticas de Tinder 2018: análisis y datos de uso de la App de citas. Paraguay. Consultado en línea el (07/12/2019) a través de: <https://www.latamclick.com/estadisticas-de-tinder-2018-analisis-datos/>

⁷⁷ Team Latamclick (Agosto 2018) Estadísticas de Tinder 2018: análisis y datos de uso de la App de citas. Paraguay. Consultado en línea el (07/12/2019) a través de: <https://www.latamclick.com/estadisticas-de-tinder-2018-analisis-datos/>

De igual forma, como se mencionó en el capítulo 1 en la página 28 de esta investigación. En el 2019, a través del estudio de: The Competitive Intelligence Unit (CIU) se confirma lo siguiente: "México no es un país ni un poquito ajeno al uso de estas herramientas. Entre los internautas, 35.3% han descargado alguna de estas apps de ligue, proporción 8 puntos porcentuales mayor que en 2018."⁷⁸

El uso de la aplicación aumenta, sus usuarios cada vez recurren más a la facilidad que Tinder les brinda, es un fenómeno latente dentro de la sociedad; no solamente la mexicana, sino mundialmente. "The Olympics may still be months away, but Tokyo already scored gold as the city with the biggest increase in activity per member in 2019."⁷⁹ Con los juegos olímpicos en la mira y la comparativa de Río 2016 donde Tinder tuvo su primer impacto mundial; ahora Tokio se ha vuelto uno de los más grandes, es decir, es líder en el incremento de usuarios e interacciones. Que las cifras se multipliquen implica su importancia dentro de muchos aspectos. No obstante, lo importante en este trabajo no es ver como se desarrolla y crece este monstruo líquido sino ver la importancia que tiene dentro de la comunicación y como es influenciada entre, por medio y dentro de los diversos usuarios. Tinder no solo a ganado éxito por su intención sino también por su uso, esta app está destinada a quedarse en ella y no aburrirse. Como lo mencionan en el artículo de hipertextual:

"La clave de Tinder, y realmente de cualquier aplicación para ligar, es la de su algoritmo. Unos funcionan mejor, otros peor, pero algo hacen. Y la usabilidad: Los usuarios no tienen que llenar una encuesta de cincuenta preguntas sobre lo que están buscando, una tarea aburrida y estresante. Sólo tienen que registrarse y vincular el perfil de Facebook."⁸⁰

Dentro de la sociedad existe una forma de ver la aplicación, la cual actualmente no es bien vista por parte de la población porque sigue habiendo cierto estigma, donde surgen comentarios sobre las personas que hacen uso de las citas en línea. Utilizando términos despectivos o pena ajena hacía aquellos que las utilizan; e inclusive decir que las personas que hacen uso de estas aplicaciones

⁷⁸ Alamilla Rolando (13 Febrero 2019) The Competitive Intelligence Unit. *Eros versus Cupido en la Red*. México. Consultado en línea el (07/12/2019) a través de: https://www.theciu.com/publicaciones-2/2019/2/13/eros-versus-cupido-en-la-red#_ftn1

⁷⁹ Cision (Diciembre 2019) THE YEAR IN SWIPE - What 2019 Taught Us About the Future of Dating. Consultado en línea el (07/12/2019) a través de: <https://www.prnewswire.com/news-releases/the-year-in-swipe---what-2019-taught-us-about-the-future-of-dating-300969852.html>

⁸⁰ Rodríguez Ara. *El algoritmo del amor: la historia de Tinder*. Consultado en línea el (15/08/2017) a través de: <https://hipertextual.com/2016/05/historia-de-tinder>

están desesperadas, solas y sin nada más que hacer. Según Pew Research Center, «Americans agree with the statement that “people who use online dating sites are desperate.”»⁸¹ Esto en el 2016, y dentro de la sociedad americana. Para la cultura mexicana puede haber cierto parecido por la cercanía que existe. Dentro de la sociedad mexicana, hay muchos valores implementados, el no hablar con desconocidos, el tener cuidado con quién se habla y el desconfiar de la gente. Para conocer a alguien es más común que un amigo introduzca a la persona o un familiar. Por lo que usar las aplicaciones especializadas en encontrar citas son mal vistas, más que nada por lo que implica Tinder. Es claro que han pasado más de 3 años desde tal estudio, y que la sociedad ha cambiado de igual forma. Por lo que usar este tipo de aplicaciones es aceptado cada vez más, se normaliza y hay menos estigma pero aún está presente. Por eso, dentro de la imagen que tiene la sociedad aún existe vergüenza al aceptar el uso.

Por tal, existen diferentes niveles de aceptación dentro de su mismo uso, por los diversos propósitos para los que uno se suscribe a este tipo de aplicaciones; no todos lo usan para la misma cosa. Mayoritariamente se utiliza para lo que es debido, hacer match, conocerse y concretar una cita. No obstante hay diversos usos muy populares, por ejemplo: usar la aplicación para conseguir nuevas amistades, para aprender idiomas, conseguir paseos, couchsurfing, publicidad e inclusive generar negocios.⁸² Este tema es un punto y aparte, mas sirve para ilustrar el cómo podría funcionar la aplicación, que cada quién podrá generar su contenido y consumir lo que desee. Todo depende de qué uso le da la gente a Tinder, y como se identifiquen dentro de sus círculo social.

A partir de este, en la sociedad existen diferentes niveles de tolerancia, estos son formulados por la misma, a través de lo mismo; qué uso le dan a Tinder y cómo se muestran a través de ella. Por ejemplo si una persona es demasiado insistente o grosera, automáticamente será intolerable para los demás. Será bloqueado por diversos usuarios y su comunicación podría verse como una falla dentro de su propósito. Al contrario si una persona es agradable, sabe llevar la conversación y está pendiente de lo que sucede en ese espacio virtual, podrá conseguir con mayor facilidad su objetivo.

⁸¹ FACTTANK. *5 Facts about online dating*. Febrero 2016. Consultado en línea el (15/09/2017) a través de: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2016/02/29/5-facts-about-online-dating/>

⁸² Semana. *7 usos de Tinder que no son coquetear*. Julio 2017. Consultado en línea el (10/10/2019) a través de: <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/usos-de-tinder/539229>

Uno se verá aceptado/tolerado en tanto a su nivel de comprensión ante la conversación y su desenvolvimiento. Es necesario poner atención en este caso, a lo que uno escribe y lo que uno demuestra a través de su ser numérico.

Entonces, los fines de la app, se cumplen, la gente la usa y hace match; su fin real a partir de los creadores es, según su página web: "one of the world's most popular dating sites for meeting new people."⁸³ Una de las aplicaciones más populares para conocer gente nueva, definitivamente se conoce mucha gente nueva. Los creadores tenían en mente, las siguientes palabras para envolver todo lo que Tinder conlleva "Swipe. Match. Chat. Date" como su propósito principal, no obstante, la sociedad formuló el suyo donde uno puede utilizarla para hacer amigos, para conseguir pizza,⁸⁴ hacer negocios, aprender idiomas e inclusive encontrar pareja, la última siendo el propósito ideal, pero si uno no resulta existen diferentes alternativas, el ser humano no para de ser sorprendente. Ya que todas las opciones incluyen un contexto, una manera de comunicarse y un una interpretación diferente de sus axiomas.

4.1.1 Plataforma digital: "Tinder" - Estructura y Uso

Es así como se da paso a la siguiente sección, su estructura. Para que una plataforma hecha para ligar⁸⁵, tenga éxito se debe tener cierta conformación. Además de hacerla fácil de usar, instantánea, y a favor de los usuarios, esta contiene un ser numérico específico. La plataforma muestra en un primer tiempo la opción de suscribirse con el perfil de Facebook para tener la información básica al momento de unirse o la opción de inscribirse con el número telefónico, en el cual se empieza una cuenta desde cero.

⁸³ Tinder. FAQ *What is Tinder?*. Consultado en línea el (14/08/2017) a través de: <https://www.help.tinder.com/hc/en-us/articles/115004647686-What-is-Tinder->

⁸⁴ Semana. *7 usos de Tinder que no son coquetear*. Julio 2017. Consultado en línea el (23/08/2017) a través de: <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/usos-de-tinder/539229>

⁸⁵ Según la RAE: Entablar relaciones amorosas o sexuales pasajeras. Recuperado en línea a través de: <http://dle.rae.es/srv/fetch?id=NIKufws>

Después, es obligatorio poner el número telefónico (verificarlo) para confirmar el usuario con un código y por supuesto una confirmación de correo electrónico. Al momento de aceptar los pasos

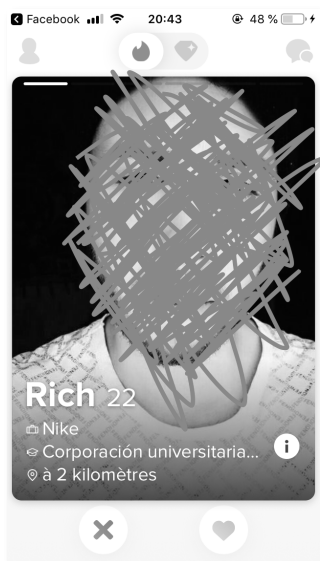


iniciales, se procede a activar la ubicación; ya que esta es necesaria para la comodidad de los usuarios al buscar a una persona. El último paso es al aceptar o declinar las notificaciones de la app, para cuando haya un mensaje, un match o actualizaciones. Después del proceso de iniciación, la cuenta se activa automáticamente. Si el perfil fue creado con los datos pre-determinados por la cuenta de Facebook, se registran inclusive cuatro fotos para tener un perfil adecuado para comenzar a utilizar la aplicación. Es claro que la facilidad para los usuarios es importante para los desarrolladores, ya que tienen en cuenta las necesidades de los futuros usuarios.


Si al perfil le falta información el sujeto es libre de llenarlo de los datos que le parezcan adecuados al perfil, es decir, la creación del ser numérico se forma a partir de la idea que se quiera tener dentro de Tinder, de lo que se quiera conseguir. Las fotos se adecuan a la intención, los datos a las circunstancias y siempre a la idea de ser atractivos para conseguir que la otra persona establezca contacto con el perfil creado. Dentro de la sección se encuentra una pequeña descripción que el usuario mismo tiene libertad de hacer, su ocupación actual y el lugar donde se desenvuelve (la empresa/escuela), finalmente la opción de educación, en dónde está estudiando o en dónde estudio.

Un extra, es crear un enlace a la cuenta de Instagram (si es que cuenta con una). Al crear este vínculo entre plataformas, hay más oportunidades de tener éxito, dependiendo a las fotos utilizadas, el personaje establecido dentro de ambas plataformas y su coherencia. Estas propiedades son accesibles para todo el público, mas al tratar de ocultar la edad y la distancia se debe formar parte de "Tinder Plus", en donde se encuentran las diferencias entre un usuario normal y uno de paga.





Si el individuo está convencido de tener más ventajas es muy sencillo realizar una mejora, dentro de la sección de ajustes se encuentran las opciones para cambiar a Tinder Gold o Tinder plus. Después de estas opciones se encuentran las opciones que todo el mundo puede usar (distancia máxima, preferencia sexual, rango de edad, lugar de residencia {aproximación de la otra persona, km. de distancia}, entre otros). Estos elementos son los básicos con respecto a la creación de un perfil dentro de la aplicación, los cuales corren por el individuo. Al terminar de arreglar el perfil y estar de acuerdo con lo que menciona éste, llega el momento de usar la plataforma para encontrar una pareja.

El proceso es muy sencillo, desde el momento en que se muestra la pantalla principal, se puede empezar a darle "like"(aceptar) o "nope"(rechazar) al perfil que aparece. Estos son al darle click ya sea a tales botones (x o ). Si le es más cómoda, es darle un pequeño desliz de a la izquierda para decir que no y uno a la derecha para decir que sí. Para poder tomar una decisión rápida y fugaz, se pueden analizar las fotos rápidamente en esta interfaz, si la persona es interesante se procede a analizar con profundidad el perfil, para analizarlo es dar un click a la "i" de información. Si la persona le gusta mucho entonces deslizando el dedo hacia arriba, significa un "super like". Si los likes coinciden habrá un match, pero si no coinciden simplemente no procede la interacción. Por otro lado, después de unos 10 perfiles pasados, la surge una nueva habilidad dentro de esta, en la que puedes regresar al perfil anterior por si hubo un pequeño arrepentimiento o error de dedo y poder volver a ver el perfil de la persona que se eliminó. Es después de esto que la aplicación está interactuando con el usuario normal a un cien por ciento.



Al reconocer toda la plataforma, hay una última opción para poder encontrar a la persona adecuada para interactuar, en esta se encuentran los perfiles con más likes en el día dentro de la zona establecida. El usuario tiene cuatro horas para poder explorar tales perfiles y darles me gusta o no. El usuario tiene la libertad de escoger entre algunos de los mejores perfiles, mas no todos, ya que

para tener acceso a todos los perfiles es necesario ser por lo menos un usuario Gold. Para seguir adelante, cuando hay match dentro de los diversos individuos se puede pasar al área de mensajería, en donde las personas que han coincidido en gustarse pueden establecer una conversación; ya sea para conocerse, establecer una cita o simplemente tener más opciones dentro de su lista. Terminando de ver su conformación se puede afirmar que la estructura es bastante cómoda, el usuario se puede identificar con facilidad e inclusive sentirse parte de la comunidad en minutos. Por tal, esta aplicación se ha vuelto un éxito entre los consumidores. Entonces al comprender la estructura, su uso, entender el contexto y saber utilizar esta aplicación se puede entrar al terreno de las denotaciones que tiene la aplicación.

4.1.2 Plataforma digital: "Tinder" - Denotaciones

Dentro de esta parte se habla sobre lo que la aplicación está implicando en cada una de las personas que la utilizan; la aplicación denota⁸⁶ el "amor líquido"⁸⁷. Vende, el amor, el sexo. En general los vínculos sexo-afectivos. de la forma más fácil y práctica posible para el usuario. La razón, simplemente la intención por la que fue creada la app, los usuarios lo utilizan para encontrar a alguien con quien compartir sus necesidades sexuales, amorosas e inclusive y de rara vez en algunos casos de amistad. Todo a través de un sencillo swipe se puede conseguir, no hay necesidad de crear un esfuerzo innecesario. Como lo plantea su página de inicio en un explorador web, su lema es el siguiente: "Coincide. Chatea. Queda." ⁸⁸

Las relaciones tienen un propósito, entonces el usuario busca un individuo ideal para sus ideales, por lo que al momento de crear su perfil, sabe para que utilizará la aplicación y como usar ésta a su favor. El individuo en el momento en el que da el paso a ser usuario, sabe en que ambiente se va a desenvolver. La búsqueda de la creación de los vínculos humanos es la prioridad, y tal vez no todos buscarán un vínculo estrecho sino más bien uno fugaz, frágil y satisfactorio. "Está abriéndose a otras formas como el poliamor, relaciones abiertas, liberales, etcétera. Amar en tiempos de Tinder se ha

⁸⁶ Se utilizará la definición: Dar a entender con indicios y señales una cosa para que se conozca o sepa. Consultado en línea a través de: <https://es.thefreedictionary.com/denota>

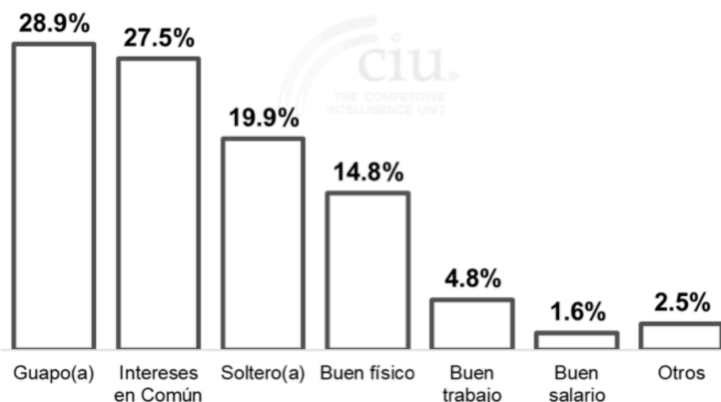
⁸⁷ Bauman, Zygmunt (2003) "Amor Líquido, acerca de la fragilidad de los vínculos humanos", Fondo de Cultura económica, México

⁸⁸ <https://tinder.com>

anclado en una sociedad líquida a caballo entre el amor romántico y la satisfacción de placeres individualistas.”⁸⁹

Además de la búsqueda de esta interacción, se da el lado frívolo de los usuarios al decidir a través de las fotos principalmente y en casos una pequeña descripción si esa persona se adecua a las necesidad que uno tiene o no. No obstante, la foto será el factor decisivo dentro de la decisión. Por lo que se puede decir que el perfil del usuario tiene un mensaje establecido hacia los demás. La creación de su perfil, sus fotos y la descripción de este ya tienen un propósito y mensaje específico. A través de las apps como Tinder se necesita un perfil atractivo. Los atributos más buscados son los siguientes⁹⁰:

Atributos Buscados en Apps de Ligue
(Preferencia de Usuarios, %)



Fuente: The Competitive Intelligence Unit, 2019

Gracias a este mensaje el receptor podrá decidir si alentar la creación de una relación o dejar pasar la siguiente foto para comenzar aquel proceso. Con esto la aplicación demuestra que no solamente hay una condición de querer encontrar a una persona, sino también demuestra que dentro de la gama de posibilidades se encuentra, el ego; gracias a las interacciones dentro de la aplicación, el ser humano puede engrandecer su ego y autoestima al

tener muchos matches en su perfil, y al final no salir con nadie, pero dentro de este trabajo, la variable narcisista quedará de lado; ya que, lo que interesa es la comunicación, el mensaje y las interacciones que suceden dentro y fuera de la app.

⁸⁹ Negro Joaquín a través de Isabel Valdés (2019) Tinder: ellas cuando quieren, ellos cuando pueden. El país. Consultado en línea el (07/12/2019) a través de: https://elpais.com/sociedad/2019/09/27/actualidad/1569614879_466846.html

⁹⁰ Alamilla Rolando (13 Febrero 2019) The Competitive Intelligence Unit. *Eros versus Cupido en la Red*. México. Consultado en línea el (07/12/2019) a través de: https://www.theciu.com/publicaciones-2/2019/2/13/eros-versus-cupido-en-la-red#_ftn1

Por otro lado, para responder a las preguntas iniciales de este capítulo y gracias al desarrollo de esta aplicación y sus características se puede confirmar lo siguiente: el uso de determinadas plataformas es en realidad un mensaje por parte del emisor. Claro el mensaje se complementa con el ser numérico, el perfil y la intención tanto del individuo como de la plataforma digital. Dentro de este caso, el mensaje que crea Tinder dentro del sujeto es, la búsqueda de alguna relación de una manera sencilla, es el coincidir con alguien, entablar una conversación y posiblemente verse en persona para satisfacer alguna necesidad.

Para la segunda pregunta, no es que los canales ayuden a mejorar la comunicación, sino que ayudan a que la intención de la comunicación tenga un carácter más eficaz, la especificidad se concreta a través de la elección de determinadas plataformas. Los mensajes se desenvuelven con mayor énfasis en su propósito gracias a la elección adecuada del canal, por lo que la calidad de la comunicación dependerá no sólo de lo ya mencionado sino también de los emisores, de sus interacciones y la aceptación o el rechazo de lo que sea transmitido.

La calidad, puede variar dependiendo al ruido existente, en este caso, la falta de internet o la eficacia de éste. La batería del aparato, el idioma, la hora, la señal, entre otros factores; la calidad dependerá del entendimiento que exista y permanezca dentro de los interlocutores. Por lo que tiene un aspecto subjetivo pero al mismo tiempo objetivo. Finalmente, se puede decir que la calidad depende no solo del sujeto sino también de los factores tecnológicos, y como en todos lados hay fallas; no será de excelente calidad en todo momento, sino que va a variar y luchará por permanecer en una calidad excelente para lograr la satisfacción de los usuarios.

Capítulo 5

Comportamiento de los axiomas en línea

Al conocer lo que se comunica y cómo se comunica, se pueden entender los procesos de interacción necesarios para llevar una conversación.

El llegar a este capítulo significa que el panorama está esclarecido, que los términos a utilizar para poder descifrar el comportamiento de los axiomas en línea; no serán una limitante para el entendimiento del presente capítulo. Para poder llevar acabo la prueba de estos axiomas, se hizo en un primer lugar, un usuario específico a través del ser numérico dentro de la aplicación "Tinder". Por lo que, al tener finalizado el perfil dentro de la aplicación, se le da comienzo a la interacción desde el ser numérico, lo que se planeó conseguir y finalmente la denotación y el propósito que existía dentro de tal perfil.

En el mismo primer plano se empiezan a comprobar los diversos comportamientos existentes de los axiomas en línea, es decir, iniciar la conversación. Para llevar un mejor análisis, se llevó un orden al analizar las conversaciones, el mismo que se ha ido mostrando en el presente trabajo. En total para esta exploración del panorama se observaron a 10 sujetos con sus respectivas conversaciones, perfiles, deseos; en las cuales cada axioma fue tomando en cuenta para poder entablar la comunicación. Se mostrará una tabla general de cada sujeto en donde se establecerán los axiomas cumplidos y los faltantes:

	1er axioma	2do axioma	3er axioma	4to axioma	5to axioma
Sujeto 1	O	O	O	X	X
Sujeto 2	O	O	O	O	O
Sujeto 3	O	O	O	X	O
Sujeto 4	O	O	O	O	O
Sujeto 5	O	O	O	X	O
Sujeto 6	O	O	O	O	O

	1er axioma	2do axioma	3er axioma	4to axioma	5to axioma
Sujeto 7	O	O	O	O	O
Sujeto 8	O	O	X	X	X
Sujeto 9	O	O	O	X	O
Sujeto 10	O	O	O	O	O

Dentro de la tabla se puede observar que los axiomas se cumplieron con 5 de los sujetos, y en 3 sólo no usaron el cuarto axioma; pero la conversación fluyó hasta donde se quiso. No obstante con el sujeto número 8, no hubo lugar a la conversación ya que no había reciprocidad. No había interacción fluida, fue el único sujeto con el cual no había cooperación de su parte para ejercer una comunicación constante. A pesar de el incumplimiento de los otros tres axiomas, cumplió con los dos primeros. Lo cual me comunicó que realmente no quería entablar tal conversación, que para el sujeto no era importante ni relevante la plática. Para obtener la mayor claridad posible entre cada axioma, a continuación se detallarán las actitudes y respuestas obtenidas por parte de los sujetos.

5.1 Primer axioma:

No es posible no comunicarse

Es un cambio imprescindible el que se empieza a desarrollar en los procesos de comunicación, las necesidades de entenderse son cada vez más fuertes pero el ruido y la incompreensión es lo que más acecha en línea. Por tanto, es necesario tratar de comprender la comunicación a través de esta teoría, ya que todo tiene una razón de ser. Para comunicarse dentro de estas plataformas se debe entablar un propósito, una interacción y sobre todo otra persona.

Dentro de las diversas conversaciones llevadas a cabo, se puede observar que el primer axioma, está presente en muchas formas. Porque debe quedar claro que aún estando en internet no es posible no comunicarse. Dentro de las conversaciones llevadas acabo siempre hubo comunes denominadores, entonces, es claro que es posible llevar este primer axioma a tal tipo de comunicación. En un primer tiempo se puede decir que se "pierde" la comunicación si no ves a la

persona con la que hablas, no obstante, dentro de este primer axioma se encuentran varios puntos a detallar que fueron comunicando en todo momento un algo, sobretodo dentro de la plataforma.

Para llevar a cabo la siguiente explicación detallarán los siguientes puntos principales que fueron encontrados:

- Tener un Match

La principal dentro de este trabajo es el acto de coincidir y tener un match con la otra persona, hablando de Tinder; esto ya está comunicando interés por parte de ambas personas. En un primer instante comunica un "me gustas/me agradas," después al iniciar la conversación, en la primer palabra se denota "me interesas/quiero platicar contigo." Todo esto llevado a cabo por acciones y no precisamente la expresión de algo concreto. En resumen, el argumento de que todo comunica agarra fuerza desde la simple acción de tener un match o no tenerlo.

- No contestar

Dentro de este primer punto el no contestar fue muy común, es muy habitual el no querer darle respuesta a alguien, lo cuál causa cierta impresión ya que hay diversas maneras en las que una persona puede dejar de contestar. En primera instancia está cuando haces "match" con una persona, ella te manda un "Hey/Hola" y al no contestar automáticamente se le da el mensaje de que no se desea entablar relación con aquella persona, ya sea por un error de dedo y por eso hubo un match o simplemente porque se perdió el interés.

En segunda instancia está el no contestar el cual involucra los otros cuatro axiomas, porque la puntuación no fue suficiente, porque la relación no se pudo entablar, porque el tema ya no tenía para más; porque el interés se fue perdiendo, porque no hubo un énfasis en lo audiovisual para complementar el textual, porque el contenido no era acorde al perfil. Dentro de este primer punto a tratar con el primer axioma se puede notar la relación directa con los otros cuatro y las consecuencias que se pueden llevar a cabo en la falla de alguno. En conclusión a este primer punto, el no contesta siempre comunicará que uno ya no quiere comunicarse, sea por el motivo que sea; comunica un "no quiero hablar contigo, no quiero entablar una relación de ningún tipo."

- Dejar en visto

Otro punto importante y que deja un gran impacto es el dejar en visto a la otra persona, porque normalmente al ver que el mensaje ya fue leído pero no hay una respuesta, se dan muchos malentendidos, esto aunque uno quiera seguir comunicándose, pero por algún motivo no haya podido responder, la otra persona se sentirá rechazada. Motivos para dejar en visto a una persona hay muchos, pueden ser de efecto positivo o negativo, no obstante la persona lo sabrá a través del contenido y el contexto que lleve con la otra persona. De nuevo, se ve la relación entre este primer axioma y los otros cuatro.

No obstante, el punto más importante para tratar de comprender el por qué es analizar la conversación, sin embargo, el punto importante aquí no es hallar el por qué sino que la acción nos dice algo, nos comunica algo. Tal vez, se comunique una idea errónea o una correcta, de eso no se tiene el control al 100% pero existe esta manera de comunicar algo aún si no es lo deseado.

- Desconectarse

Este punto es muy común dentro de la plataforma, porque uno no vive siempre en el teléfono, el problema surge cuando uno está en línea pudiendo responder el mensaje pero decidiendo desconectarse. Razones de igual manera son varias, son situaciones un poco más comprensibles; porque pueden estar trabajando, durmiendo, estudiando, entre muchas otras razones. Por lo que cuando uno decide aparecer como desconectado, automáticamente su mensaje es "no estoy disponible."

- Poner monosílabos

Sinceramente, este punto fue sorpresivo, porque cuando uno se encuentra dentro de esta plataforma con un ser numérico específico, se da la idea de querer conocer a la otra persona, a platicar y hacer el esfuerzo por entablar una conversación. No obstante, fue común encontrarse con estas situaciones, en las que sólo una persona hablaba y la otro solo utilizaba monosílabos para responder, lo cual afecta directamente al contenido, la puntuación y la relación. Al encontrarse ante tal situación la persona se siente afectada, siente que el otro no desea hablar con uno; por lo que la acción también denota el mensaje "no estoy tan interesado, no quiero hablar, habla tú." Entonces, al

momento de querer ir construyendo los axiomas no se puede porque desde el primero ya se está comunicando ese desinterés por hacerlo, entonces no hay una razón para intentarlo si hay solamente una persona dispuesta para crear la relación; desde un principio se vuelve disfuncional.

- Uso de texto y emojis

Dentro de este primer axioma y específicamente dentro de este punto no se tratará tan fondo, porque va muy relacionado al cuarto axioma, únicamente se mencionará la importancia que tiene con el "no es posible no comunicarse;" dentro de este apartado afecta al aspecto comunicacional en el sentido de usar solamente texto, es un poco más serio el tono de la conversación, el uso de ambos es que la conversación es más relajada o que hay más confianza. Normalmente, no se pone mucha atención a este tipo de acción en un principio pero de manera inconsciente cuando la persona ya está acostumbrada a un tipo de conversación con emojis y textos; se va notando cada vez más cuando hay falta de algún emoji o la falta de algún tipo de expresión. Ambas formas ya comunican el cómo se irá desarrollando la relación con el paso del tiempo, en otro caso la transformación hacia lo positivo de ir avanzando o lo negativo de ir perdiendo interés.

- Manera de escribir

Este último apartado es muy importante, es necesario mencionarlo porque la manera de escribir habla mucho de la persona, habla mucho de cómo será la relación y sobre todo del complemento que tiene la manera de escribir con el ser numérico; se completa la visión que se tiene sobre la otra persona. Sobre la manera de escribir se realiza siempre un análisis, a veces consciente y a veces no, esto porque cuando uno empieza a ver esos detalles puede llegar a comprender un poco más a la persona y tener en cuenta el contexto con las diversas situaciones que pueden llegar a ocurrir como se ha mencionado anteriormente.

A través de la manera de escribir se pueden descubrir muchas cosas, por ejemplo: si la persona es abierta o cerrada, si le gusta compartir fácilmente aspectos personales o no, saber si esa persona es atrevida o un poco tímida. Tal vez no se pueda descubrir la verdadera personalidad del sujeto, pero si la personalidad que quiere demostrar, o sea, su ser numérico. Al momento de tener este punto

en cuenta, se ve que ya está comunicando otra parte de su ser. Además, gracias a las maneras de escribir y al perfil se puede llegar a entablar una relación con mayor facilidad.

5.2 Segundo axioma:

Toda comunicación tiene un aspecto de contenido y un aspecto relacional tales que el segundo clasifica al primero y es, por ende, una meta-comunicación.

A continuación, se describirá el uso del segundo axioma dentro de esta comunicación en línea; el aspecto de contenido cobra mucha importancia al ser llevada a través de los perfiles y los seres numéricos. Entonces al tener una muestra de lo que puede mostrar una persona se debe seguir con el desenvolvimiento de la relación. A través de las diversas conversaciones llevadas a cabo, este aspecto es sumamente importante, porque al poder estar en sintonía la conversación puede fluir, al ir clasificando la manera de comunicarse con el contenido llega la meta-comunicación necesaria, el entendimiento entre los sujetos es lo que le dará impulso al uso de la comunicación sobre todo dentro de Tinder, introduciendo así el metalenguaje⁹¹.

Dentro de una plataforma no es sencillo analizar al sujeto, pero el análisis de contenido es más simple y directo porque el contacto se realiza a través de los mensajes, la atención de ambos se centra en el contenido, el cómo hablan entre ellos; al centrarse en esto se puede desarrollar la relación adecuada. No todas las conversaciones resultaron largas y llenas de pláticas, algunas fueron cortas y nulas; esto no significa que no hubiera aspectos de contenido ni relacionales, sino que los efectos fueron diversos con respecto al contexto. Para poder llegar a una meta comunicación se debe procurar entablar un acuerdo, el cuál siempre se realiza de manera inconsciente, esto porque para poder entenderse hay que establecer una jerga adecuada para ambos sujetos.

Sobretudo en el juego de la plataforma, porque el contenido se encontrará en constate cambio, sin olvidar como se ha mencionado al principio de este trabajo, la influencia de la relación en los significados de las palabras en la interacción.⁹²Por otra parte, también se encuentra la

⁹¹ Torres Eduardo, (1981) *Talking Between Lines*. Kairos Editorial. Barcelona

⁹² página 12

interpretación constante del argot⁹³, de las intenciones que tiene la persona realmente dentro de la app. Buscar más allá de lo que está plasmado, no es tarea fácil pero al seguir las reglas de este segundo axioma es sencillo encontrar ambos aspectos y el cómo se entrelazan.

5.3 Tercer axioma:

La naturaleza de una relación depende de la puntuación de las secuencias de comunicación entre los comunicantes.

Hablando entonces de la puntuación se debe mantener la coherencia, el interés y que la conversación tenga una manera de fluir. Eso da pauta a este tercer axioma en donde las secuencias de comunicación entre los comunicantes crea la relación comunicativa. De igual forma, para poder tomar en cuenta la puntuación se requirió el análisis específico de cada conversación porque ninguna fue totalmente igual. Estas fueron diferentes, pero a su manera tuvieron unos puntos de referencia que pueden ser usados para la comprobación de este tercer axioma.

Dentro de la naturaleza de la aplicación se encuentra una jerga específica, una interpretación muy ligada al contexto, y sin duda el medio a través del cual se lleva a cabo esta interacción pintan muchos factores de puntuación; la influencia se establece al momento de crear el perfil. En línea y sobre todo a través de la tecnología. Los mensajes pueden ser escritos de distintas maneras, ser mucho o poco texto, con tonos sarcásticos, enojados, felices, tristes, entre otros (los cuales sólo podrán ser notados por los involucrados); con o sin emojis y el uso que cada uno de ellos tienen dentro de la conversación. Al tener tantos referentes del perfil, la puntuación empieza desde la química encontrada en los primeros mensajes. Además como se ha visto en la explicación de los sucesos ocurridos en el primer axioma, estos afectan de igual manera en este tercer axioma.

Claro, dentro de este se puede notar con profundidad lo que conlleva una buena o mala puntuación. Cuando ocurre cualquiera de las dos circunstancias la puntuación está marcada en cada texto, en línea es más representativo el uso de la puntuación. Es el saber si en realidad se podrá uno

⁹³ Lenguaje especial entre personas de un mismo oficio o actividad. Consultado en línea a través de <http://www.wordreference.com/definicion/argot>

seguir comunicando o si no habrá más que decir y nadie llegará más allá de lo plano, de un "hola, qué tal." Los estímulos necesarios para poder seguir el lineamiento de cada axioma y sobre todo de este ayudan a que los comunicadores formen parte de una manera profunda en la comunicación en línea.

Al ir realizando cada conversación, hubo varios estímulos que coincidieron para llevar a cabo las diversas formas de controlar la puntuación; los puntos más importantes fueron:

- El tiempo que uno tarda en contestar

El uso de esta app implica un acercamiento rápido con la otra persona, fácil y con compromiso de ambas personas para conocerse; por lo tanto, los tiempos de respuesta son esenciales para los involucrados. Al crear diversos tiempos de respuesta se dieron diferentes resultados con los involucrados, estos empeoraban en tanto más tarda la respuesta, es decir, a mayor tiempo de no contestar, menor probabilidad de éxito tiene la conversación.

- La manera de hablar (mostrar o no interés)

A través de este tema con el tiempo se pasa a la manera de hablar, es decir si uno sigue la conversación, usa el mismo lenguaje, está en sintonía o no con el otro. Este tipo de puntuación también es definitivo para el futuro de la relación, porque cuando uno habla de manera cortante. Como se mencionó en el primer axioma este afecta mucho y denota comunicación, no obstante desde la perspectiva de este tercer axioma, si no se está en sintonía con el otro, no hay manera de puntuar correctamente y seguir. Existe la manera de puntuar incorrectamente y preferir terminar esa conversación y simplemente dejar de contestar. Entonces, el interés puntea constantemente, por lo que las palabras conllevan mucho poder cuando son plasmadas, una vez leídas se reciben y se clasifican.

- Distancia

Un resultado esperado pero algo fuera de lo común en aspectos generales, si se habla de una comunicación en línea, este punto influye mucho en la manera de establecer conversación pero no es tan importante cuando hay una relación de por medio. No obstante, dentro del contexto en el que se lleva a cabo este estudio la distancia es una de los estímulos más importantes para el

desenvolvimiento de los personajes. Esto porque dentro de la aplicación se busca a una persona que este disponible y a una distancia adecuada para organizar algunos encuentros. Al ir realizando ciertos análisis en las conversaciones se dio a cuenta lo siguiente.

Cuando por algún motivo uno de los involucrados cambia de lugar el interés de la mayoría pierde fuerza porque ya no hay una posibilidad de encuentro futuro. La conversación va muriendo poco a poco o de golpe, esto dependiendo de como sea llevada la noticia del cambio de lugar. La importancia de crear la meta-comunicación dentro de esta aplicación sin duda tiene detrás muchos aspectos importantes que deben ser cuidados; no por nada todo se va punteando.

- Verdaderas intenciones

Por último, se ha podido ver la importancia que tienen las verdaderas intenciones para varios usuarios encontrados dentro de la app. Cada una de estas van sacando a relucir el interés real de los sujetos y por ende, la manera que tendrán para puntuar todas las conversaciones. Al usar el término verdaderas intenciones es hablar sobre lo que los sujetos realmente quieren, en palabras concretas, si quieren una relación estable, una sola noche, o una amistad. Cuando estas sean establecidas y queden en claro, la conversación dará un giro para ver si éstas resultan o no, si todo irá en dirección a lo deseado o si se perderán en el limbo de la comunicación.

5.4 Cuarto axioma:

Las modalidades de comunicación son digitales y analógicas.

En el cuarto punto a tratar, se deliberan los comportamientos textuales y audiovisuales; como se ha propuesto la modificación del cuarto axioma dentro de esta investigación; para una comunicación en línea : "Las modalidades de la comunicación en línea son textuales y audiovisuales." Para llevar a cabo estos aspectos es muy difícil tener las acciones kinestésicas, las expresiones faciales y lo que habla más es lo incontrolable que puede llegar a ser el ser humano en cuanto a la demostración de sentimientos.

Por tal, se dividió en estas modalidades, en las conversaciones llevadas a cabo se mostraron reacciones diferentes al uso de este axioma, en la mayoría el segundo punto, el audiovisual, no era tan importante. Con el atrevimiento a decir, que no se hacía tanto uso de los emojis por el contexto de la aplicación, porque las conversaciones no lo requerían para confirmar los hechos textuales directos que eran representados. No obstante, la idea de los emojis no pierde su sentido dentro de la investigación; como menciona March: ""Emoticons"... ..se dio con el único objetivo de poder anclar mediante caritas un modo analógico en el nuevo mundo de la comunicación digitalizada." ⁹⁴

Para poder representar lo que no es posible ver, se debe tener la unión de ambas formas de expresión. Tal vez para unos no hay importancia cuando la conversación ya tiene un sentido específico y las reacciones con emojis no son realmente necesarias; sin embargo, en otras, el uso de ellos era natural, para representar el énfasis de algunas expresiones. Se profundizara sobre esto a continuación. Al interactuar con los sujetos se trató de analizar los usos que le daban a ambos y las más notorias fueron las siguientes situaciones:

- Solo textual

Para la mayoría de las conversaciones solo se presentaron conversaciones puramente textuales, en su mayoría todas eran conversaciones breves, sin mucha conversación (para conocer a la persona), eran conversaciones directas planteando directamente los deseos de un sujeto hacia el otro. Otras eran conversaciones para conseguir seguidores en otras plataformas como instagram, y por último algunas no cumplían con los axiomas pasados por lo que no había un aspecto de sentido, contenido ni de relación. El uso de texto es necesario por ser una plataforma digital pero dentro de la línea de Tinder, la mayoría no los utiliza porque la mayoría contesta de manera simple, y concreta, sin involucrar expresiones, se deja la conversación en un sólo plano.

- Uso de ambos

Para el uso de ambos, ocurrieron situaciones peculiares, en su mayoría cuando se empezaba a emplear el uso de los emojis es porque la conversación se volvía más íntima, en donde se

⁹⁴ March Alan, (2012) Comunicación virtual en *La digitalización de la comunicación humana: alteraciones y cambios en la percepción*. pp. 17-19 N°49, Universidad de Palermo. Buenos Aires

desarrollaba una relación real, los emojis dependían del tipo de relación, ya sea de amistad, de amor, o sexuales. El uso de estos se volvió al parecer en la representación de la intimidad con la que contaban los sujetos. Mientras más conversación había, más expresiones se encontraban dentro de ella, esto dio pauta a una observación más profunda. Cuando las conversaciones se volvían más personales, se interesaban más por conocer a la persona, por saber como reacciona a ciertas situaciones.

Por lo que a mayor acercamiento personal, mientras más intimidad, mayor uso del entendimiento, mayor uso de la representación de las emociones a través de emojis. Eso a través del uso de esta aplicación. Todos los comportamientos de los axiomas y sus implicaciones son explicados a través de esta única plataforma, por lo que puede haber variaciones a través de diversas otras aplicaciones, sus funcionamientos en línea y las relaciones personales de cada persona.

5.5 Quinto axioma:

Todos los intercambios comunicacionales son simétricos o complementarios, según que estén basados en la igualdad o en la diferencia.

Finalmente, el último axioma a tratar y su comportamiento en Tinder se desarrolló de la siguiente manera: Al interactuar en esta aplicación no hay relaciones establecidas como jefe-empleado, madre-hija, padre-hijo, entre otras sino más bien las relaciones buscan ser totalmente complementarias. En donde la igualdad y la diferencia se vuelven oportunidades de apertura hacia el otro. Las circunstancias harán que los seres numéricos se mantengan en armonía y entablen la relación que desean. Esto no significa que todos estarán en el mismo canal y en la misma línea de apertura, algunos tomarán el poder y querrán dominar las conversaciones y el desarrollo de las mismas.

Cuando se conoce a alguien en internet, se tiene solamente el conocimiento de lo que quiere representar a través de su carta, de su ser numérico, dentro de la aplicación se busca ponerse en contacto con alguien que pueda tener un intercambio comunicacional que esté de acuerdo a las ideas de uno de ellos. En cuanto a las interacciones llevadas a cabo, se vieron diversos procesos de

adaptación, dependiendo a las necesidades, intereses e intenciones, a los cuales se acomodaran voluntariamente cada uno de los participantes. En la mayoría no había sentimientos de superioridad, se quedaban en la misma línea de entendimiento y si no en la misma, se trataban de adaptar a esa misma línea para poder seguir la conversación. Aunque aún en esta misma línea siempre se define la persona que busca y la que es buscada, no como una relación de poder sino por lo que cada uno deja establecido. En otras palabras, es necesario mencionar lo siguiente: "Ninguno de los participantes impone al otro una relación complementaria sino que se comportan de la forma que presupone la conducta del otro y existen motivos para ello."⁹⁵

Para dejar más en claro esta declaración, todo es voluntario, los roles dan al paso del contexto, de lo que se desea ser y lo que se desea encontrar, los motivos de cada persona son diferentes por lo que al buscar algo y encontrarlo se adaptan al rol que cada uno busca, esto es crear los cambios necesarios ya sean simétricos o complementarios. La igualdad y la diferencia, crean ciertamente diferentes vínculos, pero cada sujeto es responsable del cómo llevarlos a cabo. A través de la aplicación es más sencillo encontrarse en la manera de presentarse y de comunicarse. Por lo que, complementando cada uno de ellos, se encontraban los perfiles creados, la connotación de la plataforma, en este caso la de Tinder, y la búsqueda de vínculos humanos que cada uno tenga. Es decir que la igualdad y la diferencia también depende del medio, del propósito de los sujetos. Se puede interactuar siempre, pero se puede entablar una relación siempre y cuando los sujetos se encuentren en sintonía, que haya un motivo que los haga seguir la conversación y definirse en ciertas categorías de esta interacción. Gracias a la plataforma muchas de estas características se resuelven a través de lo que representa la app, por lo que este último axioma dentro de los axiomas en línea se representan con mayor facilidad a través del uso. Ya que Tinder es: "Tinder | Match. Chat. Date."

⁹⁵ A Castillero (2017). El proceso de la Comunicación. Axiomas. *Cómo comunicarse efectivamente*. Consultado en línea a través de: <https://formacion-integral.com.ar/website/?p=3345>

Conclusiones

Marcando la apertura a la importancia del tema del comportamiento de la comunicación en línea.

Lo expuesto a lo largo de este trabajo permite arribar a las siguientes conclusiones:

En primera instancia la razón de usar a Watzlawick se confirma al demostrar la relevancia de su tesis a lo largo de este trabajo. Su formación con la escuela de Palo Alto, lo llevaron a diversas teorías, por tanto se destaca su participación en el desarrollo de la comunicación humana. Gracias a su teoría igual se sabe que la comunicación desde su perspectiva se lleva a cabo a través de ciertos principios ya mencionados. Es sin duda una demostración que la comunicación ejerce uno de los papeles más importantes dentro de la sociedad actual. A través de sus axiomas se puede notar que hay reglas dentro del funcionamiento de la comunicación, que a veces se debe analizar lo que uno está viviendo para saber qué decir, cómo decirlo, cuándo decirlo y a quién decírselo. Aunque a veces no quiera estar presente, la comunicación lo sigue estando, aunque algunos no lo noten y otros pocos lo hagan. En aspectos varios, como lo es la creación de relaciones, el fortalecimiento o debilitamiento de las mismas, o simplemente el ocio.

Respecto de este autor es igual de importante saber de qué manera hacerlo; y gracias al presente trabajo se incluye la siguiente premisa: a través de que plataforma, a través de la comunicación análoga o la digital. Las opciones son infinitas, millones de probabilidades de éxito o falla, pero siempre a través de la comunicación, recalcando que ambos tienen el mismo nivel de importancia, tanto el análogo como el digital. Diferencias hay muchas, ventajas y desventajas también; mas la apertura hacía la comunicación a través del medio digital debería ser en este caso, lo predominante.

En segunda instancia Bauman y Tinder, la relación entre ambos es la teoría del amor líquido, se ha quedado claro que la relevancia del tema es la líquidez que predomina en la sociedad actual. Tinder es la representación de la teoría de Bauman, plasma en su gran mayoría lo que describe en su libro: "Amor líquido: Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos." Se llevan acabo los procesos del desapego, de la inmediatez, del moldeo libre de los deseos humanos. Entonces la situación presente también influye en el desenvolvimiento en tanto a las personas que se integran a lo largo de

un proceso comunicativo. Se vuelven líquidas no sólo por lo que buscan obtener o desechar en cualquier instante sino también porque la misma plataforma les da esa facilidad. La plataforma los libera de la responsabilidad, los hace menos sensibles, pero al mismo tiempo los vuelve más atentos. Atentos en el sentido de querer analizar cada palabra, cada emoji, cada situación que ocurra a lo largo de su comunicación. Demostrando que un análisis dentro del medio digital es necesario, no sólo para entender qué pasa verdaderamente dentro de su comunicación. De igual forma es para entender que el ser humano necesita comprender la sociedad actual, los medios de comunicación actuales, lo que implican y cómo responder ante ellos.

Por tal se puede llegar a concluir con los puntos más impresionantes; los axiomas al parecer sirven dentro de las redes sociales por los siguientes puntos:

- A. La comunicación es parte de la sociedad, es la cohesión de la misma; dentro y fuera de las redes sociales. Tienen igual importancia.
- B. Si no se analizan, si no se toman en cuenta como un elemento importante, se puede llegar a perder el control de la comunicación, puede generarse un caos. El cual ya ha llegado a través de diversos eventos, como lo son: los catfish, en el caso del tipo de plataforma usado dentro de este trabajo. Por otro lado, es importante empezar a trabajar con ellos para evitar posibles catástrofes virtuales.

Entonces, a través del avance tecnológico muchas cosas han cambiado, pocas se han estudiado. Muchas se tienen en mente pero lo más impactante para algunos; el cambio de la comunicación en redes sociales, a parte de la llegada de la comunicación a las redes sociales, a través de aparatos tecnológicos que revolucionaron el mundo. Está de igual forma el comportamiento de esta comunicación dentro de esos aparatos, dentro de las plataformas. Son formas distintas de ver la comunicación, de formularla e inclusive de aplicarla. La gran influencia que tienen ahora los medios de comunicación influyen en algunos casos más que la comunicación análoga. Poco a poco la gente interactúa menos cara a cara, poco a poco se convierte en una comunicación digital. No solamente por la facilidad que esta implica sino porque el mundo se encuentra en cambio constante, se adapta a nuevas teorías; se crea a voluntad. “Es previsible que mientras la razón de acceso a Smartphones y a la conectividad continúe en ascenso, el romance en línea siga creciendo y con ello, se facilite aún

más la labor de Cupido o Eros.”⁹⁶ Es una verdad que deja con la boca abierta, porque el cambio es voluntario, los humanos eligen el rumbo que se irá tomando a lo largo de la evolución. O así lo ha demostrado la evolución tecnológica, el humano crea entonces el humano evoluciona.

A partir de este punto se llega la tercera instancia, una que no debería ser olvidada, existen diversos medios de interacción humana, ambos se llevan a cabo en el día a día. Se explicaran en dos partes, la primera es la que ha acompañado al ser humano a lo largo de su existencia, es a través del medio análogo. La segunda es la más nueva, acompaña al ser humano a través de diversas conexiones, es el medio digital. Deben ser expuestas en las conclusiones porque de igual manera han estado presentes en éste trabajo; son complementarias, necesitan una de la otra pero a la vez son diferentes, únicas y contienen diferentes maneras de ser utilizadas, analizadas y creadas.

En primer lugar está el medio análogo, el cual puede brindar muchas ventajas como lo es el espacio público, el cual permite contactarse con los demás, uno se comunica en público. A través de la presente mirada se puede considerar a este medio como uno crudo, uno que no genera expectativas sino que simplemente se va desarrollando de acuerdo a lo que se va viviendo. Por lo que uno se comunica siendo la persona que decide mostrar en ese espacio y tiempo específico. De acuerdo a la situación vigente, la persona se expresa a través de sus gestos, de sus sentimientos, de lo que puede analizar en ese momento. El medio análogo puede comunicar el sentir real e inmediato de algunas personas.

Además es el que más tiempo ha formado parte del ser humano, inició con la existencia del mismo. Son inseparables, gracias a su dinamismo e interacción se proclaman como complementos. El medio análogo nunca podrá ser remplazado por completo, siempre habrá alguien con quien se deba interactuar cara a cara, el humano es un ser social pero no necesariamente uno virtual. Aunque a veces, la virtualidad puede formar parte de la interacción, de la sociedad; la virtualidad no puede llegar a llenar el papel de la realidad. Tanto así que una de las desventajas más grandes, es el querer no hablar con alguien puede ser muy evidente, y si uno es demasiado abierto ante esa incomodidad

⁹⁶ Alamilla Rolando (13 Febrero 2019) The Competitive Intelligence Unit. *Eros versus Cupido en la Red*. México. Consultado en línea el (07/12/2019) a través de: https://www.theciu.com/publicaciones-2/2019/2/13/eros-versus-cupido-en-la-red#_ftn1

podría ser mal visto. No es tan fácil zafarse de situaciones incómodas, tristes o no deseadas; es decir de la crudeza de las emociones. Dentro del panorama de hoy se puede ver representada la teoría original de Watzlawick. En la cual los seres humanos tienen más intimidad al compartir los 5 axiomas, los hace más próximos uno del otro, los hace más humanos, los hace más reales.

Por otro lado está el medio digital, el cual brinda un espacio virtual en diversos contextos; lo siguiente es una ventaja enorme para la comunicación ya que uno puede interactuar con quien sea y donde sea, el aquí y el ahora se transporta con el ser humano, lo convierte en una constante. En otras palabras se puede presentar como inmediatez, uno decide con quién hablar, en qué momento y de qué forma (mensaje de texto, voice note, fax, llamada, etc.) El otro decide si la conversación fluirá con facilidad, de manera rápida o lenta porque sigue siendo una interacción entre dos o más personas. No se puede tener el control absoluto aún estando en línea. Hay inclusive una libertad de palabra, una máscara que puede ser usada en todo momento para romper o seguir una conversación sin que el otro vea las emociones directas.

Lo que da como resultado el segundo punto: dentro del mundo virtual también se pueden mencionar las ventajas que tienen las aplicaciones, así es, porque no sólo hay aparatos electrónicos que facilitan la comunicación; sino también existen aplicaciones que generan diversos tipos de comunicación, que influyen en la interacción humana. En el trabajo actual se usa Tinder, el cual sin duda representa el uso de la propuesta expuesta dentro de este trabajo, que esta aplicación implica ya una forma de comunicarse, una forma de presentarse y una forma de ser parte de la interacción humana virtual. Por tanto, cada axioma a su manera es plasmando a través de los hechos ocurridos; cada uno daban pauta a diversos resultados. No era una comunicación al azar, sino que también seguía ciertas premisas que la hacían desarrollarse en ese tiempo y espacio, con esa persona. Por tal se demuestra la importancia que tiene el presente análisis dentro de la comunicación virtual; éste es sumamente necesario para la comunicación humana. Por lo que ambas forman parte del mismo ser humano.

Además cada uno de estos tiene sus pros y sus contras; los cuales influyen en la decisión de medio a utilizar con diferentes propósitos. En este caso se seguirá con el amor. Dentro del mundo

análogo las ventajas son las siguientes: las personas tienen la oportunidad de conocer a la persona en vivo, de ver su cara, sus reacciones, una sinceridad inmediata. Al conocer a alguien en persona, en automático hay una identificación del otro, se ve la faceta que ambos quieren mostrar y no pueden ocultar a veces sus respuestas naturales ante ciertas situaciones. Además si la relación avanza, a través del análisis de las interacciones uno podrá saber si todo va bien o mal. Todo se vuelve instantáneo en aspectos kinestésicos, no hay una verdadera reflexión, no hay filtros; uno reacciona al momento. No obstante, también existen desventajas como: el no poder salir de una situación tan fácilmente, si la persona es molesta no se le puede bloquear, se tiene que lidiar y resolver el problema cara a cara.

Entonces del lado del mundo virtual hay ventajas como: eliminar a alguien molesto con bastante facilidad, esto gracias a la plataforma. Si no hay química con el otro, si no es agradable conllevar la conversación, todo termina al eliminar a la persona del perfil. De igual forma, si uno decide terminar la búsqueda puede elegir simplemente cerrar el perfil y despreocuparse, y si hay un cambio de opinión el poder regresar a la búsqueda se puede obtener de manera inmediata la reinserción a la aplicación. No hay necesidad de esperar para empezar a buscar a alguien con quien estar. Actualmente la gente es más visual, a través de Tinder el proceso se hace más rápido con un simple swipe. Sin embargo, y como el medio análogo, éste medio no es perfecto, cuenta con varias desventajas como lo son: las expresiones humanas, se tratan de imitar pero uno no logra ver lo que la persona siente realmente al momento de entablar la conversación. No hay una regla constante que indique si todo va bien o va mal, no hay indicios corporales que den pauta a avanzar o a detenerse. Es un poco más frío, en el sentido de que no hay interacción cara a cara; de igual forma no se puede garantizar la reflexión al escribir, pero podría haberla ya que uno se enfrenta ante el texto y no a la persona como tal; por eso la necesidad del análisis de la comunicación en línea.

Sin duda, el mundo, en específico la tecnología, sigue avanzando sin control alguno, sin miedo a que el ser humano no pueda entenderlo, hay que cuidarse de éste. Es necesario marcar la apertura y la diferencia de las diversas estrategias de comunicación y el cómo llegar a entenderlas. Las estrategias de comunicación se han dado de igual forma, de paso a paso ya que son influenciadas por lo que el ser humano va viviendo, lo que va experimentando. No es casualidad que cada vez se

encuentren nuevas, se reformasen otras pero sobretodo que no se hayan dejado de usa; la necesidad es evidente.

El teorema expuesto se cumple, en varios sentidos, como se ha mencionado: a través de la comprensión histórica, contextual y su situación, específicamente dentro de éste análisis; a través del medio virtual y la liquidez que la influye (la aplicación) hay aspectos que confirmaron el comportamiento de los axiomas. En efecto, las personas utilizan diversos emoticonos/imágenes para expresar la falta de kinestesia en el móvil. Además de que el aspecto relacional, se encuentra siempre presente para el desarrollo de la interacción; a su vez la jerarquía los lleva por un camino hay siempre una persona que lleva el control del texto. Y la puntuación, se marca a través del tipo de conversación llevado acabo. Cuando alguno de estos elementos no se encuentra plasmado dentro de la interacción, ésta pierde un gran sentido y puede ser ignorada, o simplemente no llegar a nada. En cierta manera, podría no cumplirse, en el primer punto donde no se puede esclarecer en su totalidad el por qué alguien contesta con rapidez y otra persona no; el por qué se deja en visto realmente o por qué han decidido bloquear a la persona. No podría cumplirse porque no hay una certeza de las razones, aunque el contexto, el hilo de la conversación debería ser necesario, mas no se puede asumir una verdad. Para eso existe la necesidad de la comprensión, de la investigación y sobretodo de la sumersión de la comunicación en el mundo virtual.

Finalmente es necesario mencionar que el presente trabajo está hecho de forma analítica, es decir, pretende analizar las dinámicas de comunicación dentro de las redes sociales. Estas son ya parte del ser humano, su importancia recae en entenderlas, en analizarlas y no dejar que se sobrepongan ante los seres humanos, ante las teorías de comunicación. Su importancia es vital, en el mundo lo seres humanos son cada día más tecnológicos, las mismas generaciones llevan en sus características la tecnología ya que crecieron con ella y seguirán desarrollándola. La comunicación humana dentro del medio digital ya es investigada en muchos países como Francia, Alemania, entre otros; dentro de nuestro país, se ha empezado poco a poco a tomar interés pero hace falta crear consciencia, voltear la mirada hacia su importancia, crear la abertura necesaria para empezar a investigar a fondo.

Actualmente, el mercado se ha vuelto una lucha por crear facilidad, por brindar tecnología, para poder estar conectado 24/7; aquí se incluye uno de los "productos más importantes," la interacción humana. Ésta se ha expandido a través de las aplicaciones digitales, dentro de las diversas plataformas que son usadas para comunicarse. La comunicación se ha establecido de igual forma en el internet; uno busca comunicarse en todo momento sin importar la situación. El ser humano se ha dejado llevar por la facilidad que la tecnología puede brindar, por la portabilidad que conlleva estar dentro de ella; eso no significa que haya una consciencia real de lo que están haciendo, publicando, diciendo o escribiendo.

Hay que adentrarse en el mundo virtual a fin de entender los procesos de la comunicación humana que ha cambiado hacia una plataforma. Al final todo vuelve a la creación de una apertura a la investigación de la comunicación dentro del internet, a manera de reflexión ¿Qué comunica usted en línea? ¿Identifica a su ser virtual? Incógnitas hay muchas, el internet no dejará de avanzar entonces, qué haremos para entender su desarrollo e influencia en nuestro campo. "We're still trying to move people toward really understanding what that new world looks like. I don't think a lot of people are there."⁹⁷ Extracto de una entrevista realizada a O'Reilly quien popularizó el termino web 2.0. Aún muchos no saben qué está sucedo, ni siquiera que forman parte ya de la web.

⁹⁷ Tweney Dylan (Marzo 2017) Tim O'Reilly: Web 2.0 Is About Controlling Data. Consultado en línea el (07/12/2019) a través de: <https://www.wired.com/2007/04/timoreilly-0413/>

Bibliografía

1. A Castillero (2017). El proceso de la Comunicación. Axiomas. Cómo comunicarse efectivamente. Consultado en línea a través de: <https://formacion-integral.com.ar/website/?p=3345>
2. Alamilla Rolando (13 Febrero 2019) The Competitive Intelligence Unit. Eros versus Cupido en la Red. México. Consultado en línea el (07/12/2019) a través de: https://www.theciu.com/publicaciones-2/2019/2/13/eros-versus-cupido-en-la-red#_ftn1
3. AMIPCI. Asociación de Internet. Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2019. Consultado en línea el (03/12/2019) a través de: <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/>.
4. Ander-Egg, E Op.cit. p.45
5. Asociación de Internet MX. (2017) Asociación de Internet. Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2017. PP4-12. Consultado en línea el (05/04/2017) a través de: <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/>.
6. Asociación de Internet MX. (2019) Asociación de Internet. Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2019. PP4 - 7. Consultado en línea el (03/12/2019) a través de: <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/>
7. Asociación de Internet MX. (2018) Asociación de Internet. Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2018. PP4 -12. Consultado en línea el (18/7/2018) a través de: <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/>.
8. Asociación de Internet MX. (2019) Asociación de Internet. Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2019. Consultado en línea el (03/12/2019) a través de: <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/>
9. Asociación de Internet MX. (2017) Asociación de Internet. Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2017. PP8. Consultado en línea el (05/04/2017) a través de: <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/>.
10. Asociación de Internet MX. (2019) Asociación de Internet. Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2019. PP6. Consultado en línea el (03/12/2019) a través de: <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/>
11. Asociación de Internet MX. (2018) Asociación de Internet. Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2018. PP8. Consultado en línea el (18/7/2018) a través de: <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/>.
12. Asociación de Internet MX. Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2019. Consultado en línea el (05/04/2018) a través de: <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/>.
13. Asociación de Internet MX. (2017) Asociación de Internet. Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2017. PP 13. Consultado en línea el (05/04/2017) a través de: <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/>.
14. Asociación de Internet MX. (2019) Asociación de Internet. Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2019. PP 7. Consultado en línea el (05/04/2019) a través de: <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/>.
15. Asociación de Internet MX. (2017) Asociación de Internet. Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2019. PP5-6. Consultado en línea el (05/04/2017) a través de: <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/>.
16. Area, Manuel (Diciembre, 2011) Tic, identidad digital y educación. Cuatro reflexiones Reencuentro, núm. 62, pp. 97-99 Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco Distrito Federal, México
17. Arias S. Pablo (2017) Economipedia. Pirámide de Maslow. Consultado en línea el (05/12/2019) a través de: <https://economipedia.com/definiciones/piramide-de-maslow.html>
18. Barthes Roland (1990) en La cámara Lucida, Paidós Comunicación, España.

19. Bauman, Zygmunt (2003) "Amor Líquido, acerca de la fragilidad de los vínculos humanos." Fondo de Cultura económica, México
20. Bauman, Zygmunt (2003) "Amor Líquido, acerca de la fragilidad de los vínculos humanos", pp. 22. Fondo de Cultura económica, México
21. Bauman, Zygmunt (2003) "Amor Líquido, acerca de la fragilidad de los vínculos humanos", pp. 38. Fondo de Cultura económica, México
22. Bauman, Zygmunt (2003) "Amor Líquido, acerca de la fragilidad de los vínculos humanos", pp. 88. Fondo de Cultura económica, México
23. Bauman, Zygmunt, (2005), Modernidad líquida, Fondo de Cultura Económica. México.
24. Bauman, Zygmunt, (2005), Modernidad líquida, Fondo de Cultura Económica. PP 173- 174. México.
25. Castells, M. (2010). Comunicación y poder. Capítulo 2. Madrid. Alianza Editorial
26. Castells, M. (2010). Comunicación y poder. Capítulo 2. PP 108. Madrid. Alianza Editorial
27. Castells, M. (1999). The information age: Economy, society and culture. Oxford: Blackwell. Chicago (6th ed.)
28. Castells, M. (2000). The rise of the network society. Oxford: Blackwell Publishers. (6th ed.)
29. Cision (Diciembre 2019) THE YEAR IN SWIPE - What 2019 Taught Us About the Future of Dating. Consultado en línea el (07/12/2019) a través de: <https://www.prnewswire.com/news-releases/the-year-in-swipe---what-2019-taught-us-about-the-future-of-dating-300969852.html>
30. Drucker Peter. Quotes. Consultado en línea el (12/02/2017)a través de: https://www.goodreads.com/author/quotes/12008.Peter_F_Drucker
31. Enrique Tamés (s.f.) Lipovetsky: Del vacío a la hipermodernidad. Tiempo Cariátide. PP 47
32. FACTTANK. 5 Facts about online dating. Febrero 2016. Consultado en línea el (15/09/2017)a través de:<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2016/02/29/5-facts-about-online-dating/>
33. Georges, 2004b, (Georges, 2007) La Représentation de soi numérique (" La représentation de soi désigne tout signe visible, audible ou tactile qui manifeste l'utilisateur dans un dispositif de communication à distance ").
34. Georges Fanny, Modèles de la Représentation de soi et de l'Identité numérique. 20 Agosto 2017. Paris, France.
35. Georges, F. (2009). Représentation de soi et identité numérique: Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0. Réseaux, 154(2), 165-193. doi:10.3917/res.154.0165.
36. Guidici Ernestina. Watzlawick: Pragmatic of Communication. Consultado en línea el (13/02/2017)a través de: <http://people.unica.it/ernestinaguidici/files/2014/03/5-PRAGMATIC-OF-COMMUNICATION.pdf>
37. INEGI. (15 de mayo 2019). "ESTADÍSTICAS A PROPÓSITO DEL DÍA MUNDIAL DEL INTERNET (17 DE MAYO) DATOS NACIONALES. Instituto Nacional de Estadística y Geografía, México
38. INEGI: (2019) Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2019. Consultado en línea a través de: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2019/OtrTemEcon/ENDUTIH_2018.pdf
39. INEGI. (15 de mayo 2019). "ESTADÍSTICAS A PROPÓSITO DEL DÍA MUNDIAL DEL INTERNET (17 DE MAYO) DATOS NACIONALES. Instituto Nacional de Estadística y Geografía, México.

40. Jaso Hector. (2004) ¿Y la telefonía móvil, hasta dónde? MERC División Industria y Tecnología. Consultado en línea el (03/02/2017) a través de: Inteligencia Aplicada a Decisiones (AMAI): http://www.amai.org/datos_files/Gaceta_MERC_division_IT-Agosto_04.pdf
41. Jouët Josiane. (1997) Pratiques de communication et figures de la médiation. Des médias de masse aux technologies de l'information et de la communication. In: Sociologie de la communication, volume 1, n°1. Sociologie de la communication. pp. 291-312
42. Lipovetsky, Gilles (2006) Los tiempos hipermodernos, Barcelona, Anagrama.
43. Lipovetsky, Gilles (2006) Los tiempos hipermodernos, Barcelona, Anagrama. PP 27. En Enrique Tamés (s.f.) Lipovetsky: Del vacío a la hipermodernidad.
44. March Alan, (2012) Comunicación virtual en La digitalización de la comunicación humana: alteraciones y cambios en la percepción. pp. 17-19 N°49, Universidad de Palermo. Buenos Aires
45. Negro Joaquín a través de Isabel Valdés (2019) Tinder: ellas cuando quieren, ellos cuando pueden. El país. Consultado en línea el (07/12/2019) a través de: https://elpais.com/sociedad/2019/09/27/actualidad/1569614879_466846.html
46. Pignuoli, S. 2013. El Modelo Sintético de Comunicación de Niklas Luhmann Cinta moebio 47: 59-73. Consultado en línea el (07/03/2017) a través de: www.moebio.uchile.cl/47/pignuoli.html
47. Porrás Antoni (2019) Net..Que !? Networking para todos. Identidad Digital. Tecnología, la era de las comunicaciones el nuevo paradigma. Consultado en línea el (05/12/2019) a través de: <https://www.marketing-xxi.com/identidad-digital-tecnologia-era-comunicaciones-nuevo-paradigma.html>
48. Rodríguez Ara. El algoritmo del amor: la historia de Tinder. Consultado en línea el (15/08/2017) a través de: <https://hipertextual.com/2016/05/historia-de-tinder>
49. Sampieri, Roberto. Metodología de la investigación. McGraw-Hill. Cuarta edición. 2006. p.3-26.
50. Schiffer Victoria (2017) The Art of Misunderstanding & The 4 Sides Model of Communication (Friedemann Schulz von Thun). Consultado en línea el (08/10/2017) a través de: <https://medium.com/seek-blog/the-art-of-misunderstanding-and-the-4-sides-model-of-communication-7188408457ba>
51. Semana. 7 usos de Tinder que no son coquetear. Julio 2017. Consultado en línea el (10/10/2019) a través de: <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/usos-de-tinder/539229>
52. Team Latamclick (Agosto 2018) Estadísticas de Tinder 2018: análisis y datos de uso de la App de citas. Paraguay. Consultado en línea el (07/12/2019) a través de: <https://www.latamclick.com/estadisticas-de-tinder-2018-analisis-datos/>
53. Tinder. FAQ What is Tinder?. Consultado en línea el (14/08/2017) a través de: <https://www.help.tinder.com/hc/en-us/articles/115004647686-What-is-Tinder->
54. Tinder se lleva el oro en Río 2016. El país. Consultado en línea el (14/02/2017) a través de: https://elpais.com/elpais/2016/08/10/estilo/1470836827_764528.amp.html
55. Tinder, su historia. Consultada en línea a través de: <https://histografias.com/infografia-historia-tinder-app-del-amor.html>
56. Tweney Dylan (Marzo 2017) Tim O'Reilly: Web 2.0 Is About Controlling Data. Consultado en línea el (07/12/2019) a través de: <https://www.wired.com/2007/04/timoreilly-0413/>
57. Vázquez Hidalgo Isabel. (2005, diciembre 18). Tipos de estudio y métodos de investigación. Consultado en línea el (03/06/2017) a través de: <https://www.gestiopolis.com/tipos-estudio-metodos-investigacion/>

58. Watzlawick Paul, Helmick Beavin J., Jackson Don D (October 1967). *Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes*. New York
59. Yunes Santiago (Noviembre 2019) *The Competitive Intelligence Unit (CIU)*. *Apps Móviles: Acceso y Modalidad de Descarga*. Consultado en línea el (07/12/2019) a través de: <https://www.theciu.com/publicaciones-2/2019/11/4/apps-mviles-acceso-y-modalidad-de-descarga>

Bibliografía Adicional

1. Bauman, Z. (2003). *Amor Líquido: Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. México, D.F: Fondo de Cultura Económico.
2. Georges, 2004b, Georges, 2007. *La Représentation de soi numérique (" La représentation de soi désigne tout signe visible, audible ou tactile qui manifeste l'utilisateur dans un dispositif de communication à distance ".)*
3. *GUIA PARA LA ELABORACIÓN Y PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN E INFORME FINAL*. Universidad Panamericana; Consultado en línea el (07/04/2018) a través de: <http://www.igeograf.unam.mx/sigg/utilidades/docs/pdfs/posgrados/ingreso/guiainvestigacion.pdf>
4. Godefroy Dang N. (2016) *Impact des réseaux sociaux sur la sociabilité*. France, La Découverte. Pp. 252
5. Hernández Moreno Jazmín (2015) *La modernidad líquida*. Política y cultura, núm. 45. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco. Consultado en línea el (07/12/2019) a través de: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/267/26745428014/html/index.html>
6. Jouët Josiane. *Pratiques de communication et figures de la médiation. Des médias de masse aux technologies de l'information et de la communication*. In: *Sociologie de la communication*, volume 1, n°1, 1997. *Sociologie de la communication*. pp. 291-312;
7. Lethiais Virginie. (2010) *Les amitiés virtuelles dans la vie réelle*. France, La Découverte. Pp. 248
8. María E. Len-Ríos, Cara Streit, Sarah Killoren, Arielle Deutsch, M. Lynne Cooper & Gustavo Carlo (2016): *US Latino adolescents use of mass media and mediated communication in romantic relationships*, *Journal of Children and Media*
9. Michael D. Slater . *Reinforcing Spirals: The Mutual Influence of Media Selectivity and Media Effects and Their Impact on Individual Behavior and Social Identity*.
10. Mitchell Hobbs. *Love? Dating apps, sex, relationships, and the digital transformation of intimacy*.
11. Roca, A. V. (2008). *Zygmunt Bauman: Modernidad Líquida y Fragilidad Humana*. *Nómadas*. *Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas* .
12. Watzlawick Paul, Helmick Beavin J., Jackson Don D. *Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes*. October 1967, New York