



La Teoría del Número de Dunbar.

¿Es posible tener amistades verdaderas en las redes sociales?

Taller de Investigación Documental

Profesor: Eduardo Portas

Ana Paula Alverde

Abrial 27, 2020

Abstract

El siguiente documento se dedica a analizar **si** las amistades dentro de Facebook son reales. Ello, a partir de la examinación de la Teoría del número Dunbar y de la Teoría del Aprendizaje de Albert Bandura. Se dará a conocer la construcción de relaciones y el impacto que tienen gracias a las redes sociales. Además, se cuestionará la verisimilitud de aquellas amistades virtuales.

Palabras clave

Amistades, grupos sociales, redes sociales.

Introducción

Desde un comienzo el hombre es un ser social, en donde su sobrevivencia depende de sus relaciones. Su vida puede depender en la elección en formar parte en un grupo social. Sin embargo, puede ir cambiando de grupo social dependiendo de sus necesidades.

Sin embargo, aquí estamos hablando de una época en donde no había desarrollo tecnológico y no existían las redes sociales. De tal forma que la tecnología ha cambiado completamente la manera en la que nos desarrollamos con los demás, esto se da gracias a la rapidez, a la corta distancia y al fácil acceso.

Facebook, al ser de las redes sociales con más usuarios, fue de las primeras redes sociales en donde uno puede chatear, mandar mensajes, formar parte de grupos, subir fotografías, jugar, entre otros. Además, personas de todas las edades tienen un perfil en esta plataforma ya que ha estado activa por varias décadas.

Las redes sociales nos ayudan a mantenernos en contacto y para saber que ha sido de las personas que alguna vez llamamos “amigo”. También, nos ayudan a

mantener y crear nuevas amistades, pero a la vez nos pueden alejar de quienes se tienen a un lado.

Las amistades nos ayudan a reírnos en los malos momentos, a disfrutar los buenos momentos, y a disfrutar más la vida. Aunque no sea cara a cara estas acciones pueden ser posibles a partir de las redes sociales, pero cabe aclarar que no necesariamente todos los seguidores que uno tiene en estas plataformas son reales. Puede ser que estas amistades estén disfrazadas.

Preguntas de investigación:

¿Cuantos amigos puede tener el ser humano?, ¿Las redes sociales limitan el número de amigos que puede tener el ser humano?, ¿Todos los amigos en las redes sociales son amigos?

Objetivos de investigación:

- Analizar la verosimilitud de las amistades dentro de la red social Facebook.
- Descubrir la relación entre la popularidad en Facebook y el número de amigos en dicha red.
- Dar a conocer las implicaciones al tener una relación virtual.

Justificación Social:

Con este trabajo se aspira analizar la verosimilitud que tienen las amistades dentro de una red social y sus diferentes intenciones. También se busca generar conciencia acerca de la relación que hay entre el número de seguidores con verdaderas amistades.

Hipótesis

Si los humanos tienen un número limitado de relaciones, entonces varias amistades en las redes sociales no serán reales.

Metodología:

Para el trabajo se utilizó una metodología documental.

Estado de arte:

En la siguiente sección se hablará acerca de la amistad, los diferentes tipos de amistad y qué es una amistad real. Además, se abarcará el tamaño de grupos sociales y si es que hay un límite de relaciones que un individuo puede tener. Al mismo tiempo se comentará sobre los grupos sociales dominantes.

Asimismo, se definirá lo que son las amistades en las redes sociales, de manera más específica en la red social Facebook. Se debatirá si estas “amistades” deberán ser consideradas amistades como tal o solo coincidencias.

Según Domínguez (2002), el término amigos tiene muchos significados. Un amigo puede ser solo una relación superficial o también puede ser una relación que se mantiene a través de la confianza e intimidad. Los amigos, compañeros, colegas, tienen rasgos en común, pero sus diferencias pueden ser muy significativas. El autor agrega que un vínculo amistoso puede ser formado por el afecto, la colaboración y la confidencia. No se puede crear una amistad si este vínculo no surge desde la libertad recíproca. La amistad solo se puede mantener mientras se siga dando esa libertad y gratuidad.

El autor agrega que estas relaciones no tienen valor de supervivencia, sino que le dan valor a la supervivencia. No se puede ganar un amigo por el interés ni por la constancia si el libre deseo del otro no está presente. Además una relación de amistad debe de superar los retos y conflictos. Al superar estos retos se podría decir que es una amistad real. Al mismo tiempo, debemos de considerar la dependencia, al igual que las demás, esta también es un factor importante en las crisis de la amistad.

El autor menciona que la amistad cuenta como elemento esencial con un componente afectivo de primer orden que hay que entender desde la vertiente psicodinámica. En ella encontramos, efectivamente, una de las grandes ramificaciones del deseo. Las amistades que no contribuyen a favorecer el dinamismo madurativo de las personas sino que, al contrario, se convierten en un obstáculo. Hay reacciones de amistad que perviven y se mantienen gracias a una extraña complicidad para activar los núcleos más problemáticos de los sujetos (Domínguez, 2002, p. 16).

Dentro de la amistad, los individuos deben de escoger si quieren formar parte de aquella, debe ser de su propia voluntad. “Si no hay libertad no hay amistad, y si una vez establecida, la libertad se pone en peligro, la misma relación de amistad se ve de inmediato amenazada” (Domínguez, 2002, p. 7).

Polo (2008), siguiendo las ideas de Aristóteles, afirma que la amistad se trata de una virtud necesaria para la vida. Se considera a los amigos como un refugio, una protección. Se le alaban a quienes le dan importancia a sus amigos, e incluso se les considera buenos a quienes tienen este tipo de relaciones. El hombre malo no es capaz de amistad verdadera.

Aristóteles habla de tres clases de amistad: la amistad perfecta, la amistad por interés y la amistad por placer. La amistad perfecta se da entre los hombres buenos, ya que buscan el bien el uno del otro. Además, la amistad perfecta, es la amistad de los hombres buenos, de los hombres virtuosos, que desean el bien verdadero a sus amigos y que cumplen con las características de una amistad verdadera.

La segunda clase, la amistad por interés, en este tipo de relación se benefician en algo los unos de los otros, la verdadera amistad no se da. Por último la amistad por placer consiste en la cooperación, esto implica la igualdad. La intención del otro se incrementa, y ambos se ayudan en dicha tarea. Sin embargo, el autor menciona que, el hombre debe ser amante de sí mismo, porque así será útil a los demás.

Al contrario de la amistad perfecta, los otros dos tipos de amistad, son amistades que incluso pueden ser amistades que se dan en persona que no sean virtuosas. En cambio, el hombre malo se perjudica a sí mismo tanto como al prójimo (Aristóteles en Polo, 2008, p. 480).

Los amigos establecen relaciones mutuas que son similares, cualquiera que sea el objeto de la amistad. Por otro lado, uno de estos es el objeto de amistad perfecta, porque es completo, dado que contamos a los otros dos de modo no accidental. La manera de mantener una amistad es ser activo en ella. Si el amigo se limita a esperar beneficios, la amistad desaparece (Aristóteles en Polo, 2008, p. 480).

Las clases de amistad por placer y por utilidad son de un orden inferior y duran menos. La amistad fundada en la utilidad se basa en el amor a los otros porque les son útiles y la amistad fundada en la virtud, es considerada por Aristóteles como la mejor. Además, la amistad de virtud también tiene dentro de sí el placer y la utilidad (Aristóteles en Giraldo y Díaz, 2017, p. 8).

A la vez hace relación a los tipos de amistad en su ética, afirmando que en cada uno de estos, se da un afecto recíproco y no desconocidos. Es reciproco porque se desean el bien los unos de los otros, los que se quieren por interés lo hacen en la medida en que pueden obtener provecho los unos de los otros. Estas amistades se conforman por accidente, porque se es amado no por lo que es sino por lo que procura, por eso estas amistades son fáciles de disolver (Aristóteles en Giraldo y Díaz, 2017, p. 220).

La amistad no es entendible sin la obligada articulación del deseo con el ideal, de la dinámica afectiva con determinados valores que desbordan lo que sería una mera cuestión energética. De este modo la amistad revierte en el campo de lo

ético e, ineludiblemente, necesita entrar en lo que el psicoanálisis ha entendido como proceso de sublimación (Domínguez, 2002, p. 2).

Aprendizaje social. Para poder comenzar hablar sobre el tamaño de los grupos sociales en humanos y la capacidad de aquellos, se tiene que hablar sobre los grupos sociales en animales, ya que el humano en un comienzo fue aprendiendo estas habilidades.

Según los autores Van Schaik y Burkart (2011), las especies son inteligentes y usan aprendizaje social para su sobrevivencia. Obtienen esta habilidad por sí solos al observar o interactuar con otro animal. Los autores hablan de la hipótesis de la inteligencia cultural, aquella hipótesis asume que el aprendizaje social es más eficiente que la exploración el aprendizaje individual, y estos individuos en la práctica llegan a confiar en el aprendizaje social para adquirir habilidades, esto se refiere al aprendizaje social. Las observaciones y experimentos muestran que los individuos con mayor oportunidad para el aprendizaje social tienen un conjunto más amplio de habilidades (pp. 1008-1011).

Los autores nos dan a entender la importancia del aprendizaje social puede extenderse más allá de la adquisición de habilidades culturales y también puede incluir habilidades aprendidas que no varían culturalmente, es decir, universales. Sin embargo, muchas especies son inteligentes. Gran parte del aprendizaje mediado socialmente (aprendizaje social) por parte de la descendencia u otros parientes hace que las invenciones sean heredables, lo que reduce el umbral para la selección de inteligencia.

Las oportunidades para el aprendizaje social permiten que un individuo adquiera muchas habilidades aprendidas durante el desarrollo que no podría adquirir por sí solo. Si el sistema social es tal que las oportunidades son frecuentes durante muchas generaciones, la selección puede favorecer una mayor capacidad de aprendizaje individual, es decir inteligencia. Aquello ciertamente debería favorecer

una mayor capacidad de aprendizaje social, que , como un subproducto inevitable, mejorará la inteligencia (Van Schaik y Burkart, 2011, p. 1008).

El tamaño del grupo social en infantes para inferir dominancia social.

Si los infantes infieren que los individuos de grupos más grandes son más dominantes que los individuos de grupos más pequeños, esto demostraría que la comprensión de los bebés del dominio social puede extenderse más allá de la relación directa entre dos individuos en competencia (Pun Birch y Baron, 2016, p. 3, traducción propia).

Los autores citados anteriormente, comentan que la importancia de la capacidad de evaluar el tamaño del grupo propio relativo hacia otro es ilustrado por grupos de chimpancés cuidando sus barreras territoriales. Es por esto que la decisión de un grupo para participar en una competencia es más probable de ocurrir si hay más individuos en el propio grupo que en el grupo contrario. Al observar niños entre las edades de 6 a 8 años, se logra ver que estos niños predicen la fuerza de la alianza determina la probabilidad del éxito en un conflicto. Al mismo tiempo dos individuos se unen para ganar en contra de un solo individuo. Los grupos sociales pueden ser una causa de evolución hacia el dominio humano.

Por lo tanto, se debe hablar sobre la diferencia entre hombres y mujeres ya que el tamaño de sus grupos sociales cambia. Los hombres de mayor estatus pueden proporcionar mayores oportunidades de aumentar su grupo social, también tienen mayor apoyo y protección durante un conflicto contra otros grupos. Por lo tanto, los puestos de mayor rango no están necesariamente reservados para los individuos más grandes, sino que pueden ser alcanzados por individuos más pequeños, que pueden crear alianzas sociales con éxito (Pun, Birch y Baron, 2016, pp. 1-6).

Señalando la posibilidad de que las representaciones del dominio social puedan ser parte de la psicología evolucionada de los humanos, la evidencia reciente ha

demostrado que los infantes pre verbales deducen las relaciones de dominio social al comparar el tamaño físico de dos agentes competidores. Aunque los infantes parecen atribuir mayor dominio a un individuo de un grupo numéricamente más grande, no está claro que tipo de inferencias hacen aquellos sobre los miembros del grupo que no participan directamente en el conflicto (Pun, Birch y Baron, 2016, p. 16).

Además la sensibilidad temprana a la relación entre el tamaño numérico y el estatus social puede deberse a que las dos evaluaciones comparten un sistema de representación común. Especialmente, en adultos, las comparaciones de estatus social se procesan en la misma región del cerebro en donde se calcula la discriminación de la relación numérica. Los juicios de cantidad numérica y estatus social exhiben una restricción similar, a esto se le conoce como el efecto de distancia numérico y efecto de distancia semántica. A pesar que los infantes parecen atribuir mayor dominio a un individuo de un grupo más grande, no está claro que tipo de inferencias hacen los infantes sobre los miembros del grupo que no participan directamente en el conflicto (Pun, Birch y Baron, 2016, pp. 1-6).

Anteriormente se habló de la participación de un individuo en un grupo social y cuáles son los objetivos de los grupos sociales. A continuación se comentará si los individuos tienen un límite de relaciones y si sólo pueden formar parte de un grupo social o de varios.

Balter (2012), habla sobre el psicólogo Dunbar de la Universidad de Oxford y sobre sus estudios en las relaciones sociales del humano. Dunbar en Balter, argumenta que durante las últimas dos décadas que la evolución del cerebro humano fue impulsada por las relaciones sociales cada vez más complejas. Se requiere un mayor poder de procesamiento neuronal para poder hacer un seguimiento de quién estaba haciendo qué a quién.

El tamaño promedio del grupo para el *Homo sapiens* de hoy, es de 150 personas, esta cifra a menudo es llamada el Número de Dunbar y se refiere a la cantidad de personas con las que la persona promedio puede mantener una relación personal cercana. Además para mantener toda esa proximidad social, los humanos desarrollaron el lenguaje, lo que provocó aún más la expansión del cerebro (Dunbar en Balter, 2012, p. 2).

Existe una amplia evidencia de que los sistemas sociales de primates son más complejos que los de otras especies. Estos sistemas involucran procesos tales como el engaño táctico y la formación de coaliciones. Debido a esto, se denominó la hipótesis del cerebro social, también conocida como la hipótesis de la inteligencia maquiavélica (Dunbar, 1998, p. 178).

Dunbar (1998), utilizó el porcentaje de fruta en la dieta como un índice para la hipótesis dietética. Utilizó el tamaño del área de rango y la duración del viaje de un día como índices alternativos para la hipótesis del mapeo mental. El primer índice corresponde al caso en el que los animales tienen que poder manipular la información sobre la ubicación de los recursos en relación con ellos mismos en un espacio relativo. El segundo corresponde a la posibilidad de que la restricción radique en las necesidades de algún aspecto de la navegación inercial.

Por último se necesita un índice de complejidad social. El autor, utilizó el tamaño del grupo social como una medida simple de la complejidad social. Esta medida captura un aspecto de la complejidad de los grupos sociales, el hecho de que se puede esperar que las demandas de procesamiento de información aumenten a medida que aumenta el número de relaciones involucradas. (Dunbar, 1998, pp. 179-180).

Dunbar (1998), menciona que el número de relaciones que una especie puede tener depende del tamaño de la neo corteza. Además comenta que aun cuando es posible concebir una serie de mejores medidas de complejidad social, los datos apropiados

rara vez están disponibles para más de una o dos especies. Por lo tanto, los cambios en el volumen de la neo corteza inevitablemente tienen un efecto directo sobre el cambio aparente en el volumen del cerebro que puede estar muy poco relacionado con los cambios en otros componentes del cerebro.

La neo corteza muestra una expansión dramática y creciente a través del rango de primates. Esto sugiere que, en lugar de observar el tamaño total del cerebro, se debe considerar el sistema cerebral, a saber, la neo corteza, el cual ha sido el principal responsable de la expansión del cerebro de los primates. El tamaño de la neo corteza, sin embargo, no se correlaciona con ningún índice de hipótesis ecológicas, pero sí con el tamaño del grupo social (Dunbar, 1998, pp. 180-181).

El autor comenta que, la hipótesis del cerebro social implica que las limitaciones en el tamaño del grupo surgen de la capacidad de procesamiento de información del cerebro de los primates, y que la neo corteza juega un papel importante en esto. La restricción en el tamaño del grupo podría ser el resultado de la capacidad de reconocer e interpretar señales visuales para identificar a los individuos o su comportamiento. A pesar de esto hay limitaciones en la memoria para recordar caras, la capacidad de recordar quien tiene una relación con quien, la capacidad de manipular información sobre un conjunto de relaciones, y la capacidad de procesar información emocional. Aquello se da particularmente con respecto al reconocimiento y la actuación sobre las señales de los estados emocionales de otros animales (Dunbar, 1998, p. 184).

Además, Dunbar (1998), señala que parece igualmente improbable que el problema radique en una limitación de la memoria, aunque claro que la capacidad de la memoria debe imponer algún tipo de límite superior en el número de relaciones que un animal puede tener. Hay tres razones para este reclamo. Primero, al menos en humanos, la memoria para las caras es un orden de magnitud mayor que el tamaño del grupo cognitivo. Se dice que los humanos pueden adjuntar nombres a alrededor de 2,000 caras pero tienen un tamaño del grupo cognitivo de solo 150. Segundo, no

hay ninguna razón intrínseca para suponer que la memoria parezca ser el problema. En tercer lugar, los recuerdos parecen estar almacenado principalmente en los lóbulos temporales, en la neo corteza prefrontal, este es el área de las habilidades sociales.

Los recuerdos y las representaciones de objetos o eventos pueden involucrar interacciones entre varios niveles de la neo corteza, dependiendo del tipo de operaciones involucradas. Fácilmente se puede predecir un valor para el tamaño del grupo social en humanos, esto es, usando el volumen de la neo corteza humana para extraer un valor para el tamaño del grupo a partir de la ecuación de los primates, produce un valor en el orden de 150.

Sin embargo, la característica importante es que los diversos grupos humanos pueden identificarse en cualquier sociedad parecen agruparse estrechamente en torno a una serie de valores (5, 12, 35, 150, 500 y 2.000) con prácticamente sin superposición en la varianza alrededor de estos valores característicos (Dunbar, 1998, p. 187).

Las amistades virtuales

Gracias al Internet, las últimas décadas han revolucionado nuestro mundo social. Al proporcionar canales que nos permiten comunicarnos con personas que no siempre es fácil encontrarse cara a cara, el Internet ha permitido atender las relaciones existentes. Además, ha permitido atender las relaciones existentes, así como conocer nuevas personas de manera más eficiente y en una escala geográfica más amplia. Dado el amplio uso de las redes sociales, se ha debatido la cuestión de si los sitios de redes sociales (SNS) basados en Internet tienen un impacto positivo o negativo en las relaciones sociales (Dunbar, 2015, p.1).

El autor menciona que existe alguna evidencia que sugiere que una de las motivaciones para usar las redes sociales entre los adolescentes es extender su

rango de contactos sociales. A cambio, se ha afirmado específicamente que son más competentes socialmente y usan las redes sociales para expandir su red de amistades, así aumentando su capital social.

Un aspecto específico en el que el Internet ha cambiado nuestro mundo social es por medio del tamaño de las redes sociales. Sobre la base de una proyección de una ecuación que relaciona el tamaño de la comunidad social con el volumen de la neo corteza, como se ha mencionado anteriormente (Dunbar, 2015, p. 2).

Dunbar (2015), comenta que una característica importante de las redes sociales naturales tanto en humanos como en primates no humanos es que están estructuradas en una serie distintiva de capas jerárquicamente inclusivas que tienen una proporción de escala natural de aproximadamente tres. Estas capas reflejan ambas frecuencias de interacción y, al menos en humanos, cercanía emocional. En humanos, estas capas tienen valores que se aproximan a 5, 15, 50 y 150, y se extienden en al menos dos capas más hasta 500 y 1500. Las primeras tres capas se han identificado en varios conjuntos de datos en línea y, al menos en humanos, parecen ser consecuencia de una restricción en el tiempo social disponible combinado con una relación entre el tiempo invertido en una relación y su calidad. Las dos capas más externas (en 500 y 1500) corresponden, a conocidos que no consideramos como amigos personales o familiares, pero que conocemos lo suficiente para tener una conversación, y al número de caras a las que podemos poner nombres (p. 2).

En contraste, no hay límites en el número de personas que pueden leer nuestras publicación y, por lo tanto, los SNS podrían permitirnos superar esta restricción impuesta por la interacción cara a cara. (Dunbar, 2015, p. 2)

Los entornos sociales en línea nos permiten aumentar significativamente el tamaño de nuestras redes sociales. Se creó un estudio usando dos grandes muestras aleatorias estructuradas de la población del Reino Unido y el número de amigos que

figuran en Facebook como la métrica de prueba. Estos datos constituyen el primer intento de determinar el límite natural del tamaño de la red usando un muestro imparcial, aleatorio y estratifica de una población nacional.

De hecho, los análisis del tráfico en entornos en línea como Facebook y Twitter reproducen con bastantes fidelidad tanto la estructura añadida de las capas internas de la redes fuera de línea como sus frecuencias de interacción típicas. Tomado junto, con el hecho de que, en este estudio, los tamaños de los dos círculos de amistad internos no diferían de los previamente identificados en las muestra fuera de línea, esto sugiere que no se puedan diferenciar las relaciones de diferente calidad en las capas más externas que dan la impresión de un gran número de amigos en línea. Los encuestados que tenían redes inusualmente grandes no aumentaron el número de amistades cercanas que tenían, sino que agregaron conocidos más vagamente definidos a su círculo de amistad simplemente porque la mayoría de los sitios de redes sociales no permiten diferenciar entre estas capas (Dunbar, 2015, p. 6)

El autor señala que hay una diferencia en el tamaño de la red entre los sexos, en general las mujeres tienen mayores redes en cualquier capa que los hombres. Aunque las diferencias permanecen dentro del rango natural de variación en el tamaño de la red social egocéntrica. Además se encuentra una diferencia en el tamaño de la red dependiendo de la edad, los encuestados más jóvenes (de 18 a 24 años) tenían redes significativamente más grandes que los encuestados de más edad (mayores de 55 años). Se debe destacar que esto también está cerca del numero “óptimo” de amigos en línea que maximiza el atractivo social (Dunbar, 2015, p. 6).

Asimismo, comenta Dunbar (2015), que se debe señalar que ha habido una notable tendencia de los adolescentes a dejar de usar Facebook como un entorno social y utilizar otros medios como Snapchat, Instagram, WeChat, y más, con Facebook principalmente reservado para gestionar arreglos sociales. Los adolescentes tienen

redes sociales fuera de línea más pequeñas que los adultos, y obligarlos a ampliar su red con un gran número de “amigos de amigos” anónimos puede ejercer una presión significativa sobre su capacidad para administrar sus redes. (p. 6)

El hecho de que las redes sociales sigan siendo del mismo tamaño a pesar de las oportunidades de comunicación proporcionadas por las redes sociales sugiere que las restricciones que limitan las redes cara a cara no son completamente evitadas por los entornos en línea. En cambio, parece que las redes sociales en línea siguen sujetas a las mismas demandas cognitivas de mantener relaciones que limitan las amistades fuera de línea. Solo podemos interactuar coherentemente con un número muy pequeño de otras personas (aproximadamente tres) en cualquier momento. Incluso en un entorno en línea, el enfoque de nuestra atención sigue siendo limitado de esta manera (Dunbar, 2015, p. 7).

Es muy posible que las personas en la muestra con un número pequeño de amigos de Facebook estuvieran usando las redes sociales para mantener vínculos solo con familiares y amigos distantes. Sin embargo, las personas no usan los medios de comunicación solo para contactar a personas que están geográficamente distantes, por el contrario, los datos del teléfono móvil muestran que las personas de hecho llaman con mayor frecuencia a las personas con las que viven más cerca (Dunbar, 2015, p. 7).

Las amistades, en particular, tienen una tasa de descomposición natural en ausencia de contacto, y las redes sociales pueden funcionar para disminuir la tasa de descomposición. Sin embargo, eso por si solo puede no ser suficiente para evitar que las amistades finalmente mueran naturalmente si no se ven reforzadas ocasionalmente por la interacción cara a cara. (Dunbar, 2015, p. 7, traducción propia)

Erosa, en Asael (2014), comenta que hay dos variables por las cuales el ser humano se aleja de las demás personas por las redes sociales. La primera es sobre cómo

el individuo se ha acercado a personas lejanas a través de las redes sociales. La segunda variable es sobre el alejamiento de personas con quién cuenta un individuo en su entorno por causa de una red social (p. 1).

De alguna forma, las redes sociales, han beneficiado el desarrollo de la amistad con otras personas, como puede ser con personas que se encuentran a largas distancias. En sí son pocas las veces en las que la sociedad se ha dado cuenta que el exceso de una red social lo ha alejado de personas que tal vez necesiten el apoyo de ella, es decir, si cada persona que utiliza en exceso una red social evitara su uso por un tiempo. A la vez su entorno sería transformado por personas que siempre den su apoyo hacia otros en cualquier situación, así cualquier individuo tendría el apoyo de alguien cuando lo necesite. Entonces sería una sociedad donde cada persona tiene el apoyo de otro en cualquier sentido (Erosa en Asael, 2014, p. 1).

Nos debemos de preguntar ¿cuántas veces un amigo necesita el apoyo de alguien debido a las situaciones que está viviendo?, se debe dejar a un lado los aparatos electrónicos y apoyar a la persona cara a cara para poder establecer relaciones de amistad más profundas, se debe dejar a un lado los intereses personales y preocuparse por los beneficios de los demás (Erosa en Asael, 2014, p. 2).

Una amplia investigación muestra que los entornos de trabajo se benefician del desarrollo de estas amistades en forma de una mayor satisfacción laboral. Con respecto al manejo de las tensiones comunicativas que existen dentro de todo tipo de relaciones interpersonales, la dialéctica relacional resalta cualquier objetivo (Hellenga, 2012, p. 2).

El autor comenta que la amistad representa la unidad básica de conexión en las redes sociales. Cuando dos personas se hacen amigos por medio de aquellas, tienen acceso a una gran cantidad de información mutua (información biográfica básica). La utilización de la amistad de Facebook como un contexto de

comunicación único es ideal debido al cambio generalizado que está provocando en todos los aspectos de nuestras vidas.

Por otra parte, el contexto de amistad de Facebook introduce elementos sociales y casuales que no están naturalmente presentes en la relación tradición superior-subordinada. La amistad en Facebook indica cierto nivel de amistad que se desarrolla conforme pasan los días. Las redes sociales son un lugar único para desarrollar aspectos de las relaciones (Hellenga, 2012, pp. 6-7).

Marco teórico

Datos del autor

Albert Bandura es uno de los psicólogos más conocidos dentro del estudio del comportamiento humano. Estudió psicología en la Universidad de la Columbia Británica, y mientras estudiaba se inscribió a asignaturas extras, fue ahí donde tuvo contacto con la ciencia del comportamiento humano. Se graduó en 1949 y, posteriormente, decidió hacer su maestría en donde estudió psicología clínica en la universidad de Iowa, obteniendo el título en 1952. Al terminar su maestría, se le ofreció un trabajo en la universidad de Stanford, en la cual ha permanecido hasta el día de hoy como profesor.

Al ser profesor, decidió comenzar investigaciones sobre las agresiones adolescentes. Conforme fue pasando el tiempo, fue adquiriendo una visión más profunda sobre el comportamiento de imitación, creando hipótesis y teorías sobre la imitación conductual, observando cómo se actúa con o sin recompensas o castigos tras realizarse una acción. Estos aspectos se fueron transformando a lo que es hoy la teoría del aprendizaje social.

La teoría del aprendizaje social defiende que los procesos mentales superiores no deben dejarse a un lado, ya que realmente un individuo puede procesar la información más allá de si hay o no refuerzos que crean la repetición de la conducta. Antes, los psicólogos,

asumían que todo aprendizaje se daba como respuesta de unas determinadas circunstancias del ambiente, pero Bandura cambio esta perspectiva con su teoría.

Las obras de Bandura, han sido consideradas conductistas, han contribuido a lo que se ha denominado “la revolución cognitiva”, iniciada a finales de los años sesentas, afectando a múltiples áreas de la psicología. Además, ha escrito algunos libro, el más popular es *Agresión: un análisis del aprendizaje social* de 1973, el cual se centró en los orígenes de la agresión. También, se encuentra su obra *Teoría del aprendizaje social*, de 1977, en donde se explicaba con mucho detalle su visión sobre este tipo de aprendizaje.

Principales conceptos teóricos

A continuación, se definen los principales conceptos teóricos que se usará el autor. Subsiguiente se explicará la relación de cada uno con el objeto de estudio de este trabajo., ya que este autor no redacto los textos ligados con las amistades virtuales.

Concepto	Definición	Referencia
Procesos cognitivos	“Los procesos cognitivos son actividades cerebrales emergentes que crean influencia determinante.”	Bandura, A. (2001). Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective. Standford University. (p.1)
Agencia	“... la agencia se caracteriza por una serie de características centrales que operan a través de una conciencia fenomenal y funcional.”	Bandura, A. (2001). Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective. Standford University. (p.1)
Eficacia colectiva	“... la eficacia colectiva percibida es algo que se surge a nivel de grupo, no simplemente la suma de las	Bandura, A. (2001). Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective. Standford University. (p.14)

	creencias de eficacia de los miembros individuales.”	
--	--	--

Relación con el objeto de estudio

La teoría cognitiva social explica el funcionamiento humano de causalidad recíproca tríadica, estos tres elementos son, los eventos cognitivos, afectivos y biológicos. Además, se toma en cuenta los patrones de comportamiento y las influencias ambientales. Los factores socio estructurales operan a través de mecanismos psicológicos del propio sistema para producir efectos conductuales (Bandura, 2001, p. 16).

Bandura (2001) comenta que, la agencia se caracteriza por una serie de características centrales que operan a través de una conciencia fenomenal y funcional. Estos incluyen la extensión temporal de la agencia a través de la intencionalidad, la autorregulación por la influencia autor reactiva y la autorreflexión sobre las capacidades y el propósito de las actividades de la vida. Los procesos cognitivos son actividades cerebrales emergentes que crean influencia determinante. Agencia se refiere a actos realizados intencionalmente. Las transacciones humanas implican estímulos situacionales. Las personas pueden elegir comportarse de manera complaciente, a través del ejercicio de la auto-influencia, o puede comportarse de otra manera (p. 1).

La teoría cognitiva social distingue entre tres modos de agencia: agencia personal directa, agencia de representación y la agencia colectiva. La teoría cognitiva social se suscribe a un modelo de agencia emergente interactiva. La agencia de representación depende de otros para actuar en la medida de uno para asegurar los resultados deseados. Mientras que la agencia colectiva es ejercida a través de un esfuerzo socialmente coordinado e interdependiente (Bandura, 2001, p.1).

El individuo debe de tener la intención de mantener la amistad al poner un esfuerzo en ella. Este esfuerzo puede ser social o independiente. Además, el individuo debe de elegir como

comportarse hacia ciertas situaciones para que sus relaciones no desaparezcan, depende de la elección van a variar los resultados.

Además está la agencia de planificación, la cual puede ser utilizada para producir diferentes resultados. Los resultados son las características de los actos de agente, son las consecuencias de ellos. La realización de planes a futuro requiere más que un estado intencional porque no es causalmente suficiente por sí mismo. Las intenciones se centran en planes de acción. Los planes dirigidos hacia el futuro rara vez se especifican con todo detalle desde el principio (Bandura, 2001, p. 6).

Bandura (2001), menciona que para agregar una dimensión funcional adicional a la intención, la mayoría de las actividades humanas involucran a otros agentes participantes. El desafío en las actividades de colaboración es fusionar diversos intereses personales al servicio de objetivos e intenciones comunes que se persiguen colectivamente. Las personas se fijan en objetivos, anticipan las posibles consecuencias de las acciones prospectivas y seleccionan, y crean cursos de acción que probablemente produzcan los resultados deseados. A medida que las personas progresan en su curso de vida, continúan planificando con anticipación, reordenan sus prioridades y estructuran sus vidas en consecuencia. El comportamiento está motivado y dirigido por metas proyectadas y resultados anticipados (p. 7).

Las intenciones personales pueden cambiar qué clase de amistad se dará, puede ser la amistad perfecta, la amistad por interés o la amistad por placer. El individuo al reconocer cuáles son sus intenciones va a planear sobre una amistad para ver cuáles pueden ser las posibles consecuencias o beneficios al iniciar una relación.

El autor, comenta que los resultados materiales y sociales anticipados no son el único tipo de incentivos que influyen en el comportamiento humano. Si las acciones se realizaran solo por las recompensas y por los castigos externos anticipados, las personas se comportarían

de forma conveniente cambiando sus ideas, gustos o lealtad dependiendo lo que sea mejor para él. En realidad, las personas muestran una considerable autodirección frente a influencias competidoras. De tal manera que la agencia no solo implica la capacidad deliberativa de tomar decisiones y planes de acción, sino también la capacidad de dar forma a cursos de acción apropiados y motivar y regular su ejecución.

En el aspecto personal, los atributos, los sistemas de creencias, los interés y las competencias de las personas influyen en si un encuentro casual dado se convierte o no en una relación duradera. En el aspecto social, el impacto de los encuentros inesperados depende en parte del poder de retención y modelo de los medios sociales en los que las personas inconscientemente forman parte (Bandura, 2001, p. 8).

Dentro de la agencia personal las personas no tienen el control directo sobre las condiciones sociales y las prácticas institucionales que afectan sus vidas cotidianas. En estas circunstancias, buscan su bienestar, seguridad y resultados valiosos. De esta manera de agencia social, las personas intentan por un medio u otro conseguir a quienes tienen acceso a recursos o experiencia o que ejercen influencia y que puedan actuar a su antojo para asegurar los resultados que desean (Bandura, 2001, p. 13).

El individuo siempre va a buscar su bien, de tal manera que buscará amistad que le beneficien de cierta forma, y es posible que una vez que estas amistades le hayan beneficiado, la relación desaparezca y se busque una nueva. Estas amistades pueden ser consideradas dentro de la amistad por interés, ya que se busca algo en específico.

Además, Bandura, comenta que las personas recurren al control de poder en áreas en las que pueden ejercer influencia directa cuando no han desarrollado los medios para hacerlo, creen que otros pueden hacerlo mejor. El control personal no es un impulso ni universalmente deseado.

La creencia compartida de las personas en su poder colectivo para producir los resultados deseados es una parte esencial de la agencia colectiva. Los logros grupales son el producto no solo de las intenciones compartidas, el conocimiento y las habilidades de sus miembros, sino también de la dinámica interactiva. Debido a que el desempeño colectivo de un sistema social involucra dinámicas transaccionales, la eficacia colectiva percibida es algo que se surge a nivel de grupo, no simplemente la suma de las creencias de eficacia de los miembros individuales. Las creencias de eficacia colectiva cumplen funciones similares a las de las creencias de eficacia personal y operan a través de procesos similares. Es por esto que, cuanto más fuerte es la eficacia colectiva percibida, mayores son las aspiraciones de los grupos y la inversión motivadora en sus empresas, mayor es su poder de permanencia frente a los impedimentos y contratiempos (Bandura, 2001, p. 14).

Los grupos sociales son formados para poder sobrevivir, de tal forma que las personas se unirán a un grupo social dependiendo de sus intenciones, conocimientos y sus habilidades para poder obtener un beneficio de aquel. Al compartir estas características, el grupo social, se unirá y será más fuerte que otros grupos sociales.

De tal manera que, si las personas van a unir sus recursos y trabajar juntos con éxito, los miembros de un grupo deben desempeñar sus funciones y actividades coordinadas con un alto sentido de eficacia. “Uno no puede lograr una colectividad eficaz con miembros que se acerquen a la vida consumida por las persistentes dudas sobre su capacidad para tener éxito y su poder de permanencia ante las dificultades.” (Bandura, 2001, p. 16, traducción propia)

De hecho, un fuerte sentido de eficacia personal para manejar las circunstancias de la vida y tener una mano para crear cambios sociales contribuye a la eficacia colectiva percibida. Sin embargo, la integración cultural da forma a las maneras en que se desarrollan las creencias de eficacia, los propósitos a los que se aplican y los arreglos socio estructurales a través de los cuales se ejercen mejor. (Bandura, 2001, p.16)

Resultados

Perfiles de personas dentro de la red social Facebook.

Nombre de la persona	Edad	Número de seguidores	Promedio de comentarios en sus fotografías	Promedio de me gusta en sus fotografías	Número de mensajes mandados en el último año	Post representativos
Miguel Arriaga	19	158	4	8	10	21 de julio de 2018 ·
Daniela Aguirre	20	450	11	40	0	Ver 11 comentarios más
Mariana Garcia-Bringas	21	976	42	142	4	 131
Begoña Ruiz	25	1,433	3	19	12	23 comentarios
Isabel Alverde	27	1,038	8	90	6	17 de julio de 2019 ·
Juan Pablo Blanes	27	416	5	18	0	17 de julio de 2019 ·  y ventanas de PVC
Karin Blandes	49	698	5	28	0	13 comentarios
Lorena Gómez Crespo	50	248	3	6	0	 Amigos · 248
Marta Paola Karam	50	1,009	4	31	3	 213

Discusión

Una vez analizados los resultados en la sección anterior, se podría decir que el número de amigos que un individuo tiene en Facebook no está en relación con la cantidad de personas con las cuales mantiene el contacto. Es necesario resaltar

que, la persona con menor número de seguidores (en este caso sería Miguel Arriaga), y la persona con más seguidores (Begoña Ruiz), no hay mucha diferencia en su número de mensajes mandados en el último año.

En este análisis se examinará el contenido de la tabla en relación con la información mencionada anteriormente dentro del marco teórico. Se podrá cuestionar la Teoría del Aprendizaje Social de Albert Bandura, al igual que la Teoría del número Dunbar. También, se podrá cuestionar las amistades virtuales y sus verdaderas intenciones.

En los perfiles de estos individuos se puede obtener una gran variedad de información acerca de quiénes son, cuáles son sus gustos, a quienes conocen, entre otros. La plataforma de Facebook es un gran contexto de comunicación único por toda la información que es intercambiada entre los usuarios en tan pocas imágenes.

Al obtener la información sobre el aspecto personal, los atributos, los intereses y las competencias de las personas va a influir en su modelo de relación con el otro usuario en la plataforma. De tal manera, si se interactuará o no en el usuario de la persona a través de pequeñas acciones dentro de su perfil.

Además, se puede notar una relación entre el número de los seguidores y la edad de las muestras. Los individuos últimos tres individuos, quienes tienen la edad entre 49 y 50 años, son quienes tienen una cantidad menor de seguidores a diferencia de las muestras que se encuentran alrededor de 25 y 27 años. Aquí mismo es donde se puede observar el estudio de La Teoría Dunbar, la cual señala que, los jóvenes tienen redes significativamente más grandes que las personas que se encuentran alrededor de los 50 años (Dunbar, 2015, p. 6).

De la misma forma, quienes tienen un mayor promedio de me gusta en sus fotografías publicadas en la plataforma son quienes tienen la mayor cantidad de

seguidores respecto a la tabla. Al contrario, el promedio de comentarios que tienen en las fotografías es menor o igual que al resto de las personas. Mientras que el promedio de los comentarios y de los me gustan de las personas con menos seguidores son relativamente números más cercanos entre ambas variables.

Cabe señalar, que la acción de darle me gusta o comentar en una fotografía puede llegar a tener una intención que beneficia a ambas personas. Por ejemplo, una persona al gustarle la foto de otra podría recibir un me gusta de regreso como un tipo de recompensa. Al hacerlo serían actos realizados intencionalmente.

El rango del promedio de comentarios en las fotografías de las muestras es muy próximo entre sí. El único individuo que sale de este rango con una cantidad de 42 comentarios en promedio es Mariana García Bringas, se podría decir que esta cantidad está en relación con su número de seguidores pero, sin embargo, no corresponde con la cantidad de mensajes enviados en el último año, la cual solo son 4.

Al igual, las personas pueden elegir con quien quisieran ser amigos por Facebook a partir de la influencia. La influencia puede variar dentro de varios factores, uno de ellos sería formar parte de una relación con una persona que tiene un estatus social más elevado. Este estatus social es asumido por el número de seguidores en la plataforma, si un individuo tiene más seguidores mayor su popularidad y su estatus social.

Por otro lado, Begoña Ruiz, quien tiene 1,433 seguidos en Facebook solo tiene 3 comentarios en promedio en sus fotografías, pero en relación con sus mensajes enviados al año el número incrementa este siendo una cantidad de 12 mensajes. Aquí sucede lo mismo que en la situación mencionada anteriormente con Mariana García Bringas, ya que en ambos casos las cifras son incoherentes.

A partir de los mensajes se podría notar la intención que tienen los individuos al mantener las amistades y poner un esfuerzo en ellas. Aquello podría no ser cierto considerando que hay otras redes sociales por las cuales las personas mantienen contacto con sus amistades. Para poder descifrarlo se tendría que hacer un mayor análisis sobre todas las redes sociales.

Dentro de la tabla no hay una coherencia al hacer una relación entre la edad de la muestra y sus números mandados en el último mensaje. A cambio si hay una relación con la edad y el número de seguidores. Los mensajes enviados están conectados con el tipo de amistad que se tiene en la plataforma, ya que con quienes son intercambiados se mantiene una relación que no es casual y que se ha formado a partir de varios días, meses o años. Al comentar aquello, se puede notar que entonces con la mayoría de sus seguidores se mantiene una relación casual, según la plataforma.

Retomando la agencia de planificación de Albert Bandura, la cual se comentó en el marco teórico, puede ser usada para crear diferentes resultados, los cuales llegan a tener consecuencias o beneficios. La acción de mandar una solicitud de amistad o de aceptar una, la acción de darle me gusta a una fotografía, de comentar y que comentar en una fotografía y la acción de mandar un mensaje o no, estos actos llegan a tener una multiplicidad de resultados. De tal forma, las intenciones se centran en planes de acción los cuales están dirigidos hacia el futuro y que se obtendrá de ellos las siguientes horas, días y meses.

Inconscientemente las personas eligen formar parte de estas relaciones y hacer pequeñas acciones que suelen parecer in significativas pero son lo contrario. Al seguir a alguien, comentar o darle me gusta a su fotografía, puede llegar a tener un impacto en la otra persona o en uno mismo. La forma del impacto depende de la acción y su forma de ejecución.

La intención del impacto puede tener muchas variables y cambia dependiendo de la persona y de sus intenciones. Aquella elección sucede por la motivación personal hasta regular su ejecución, no solo implica la capacidad deliberativa de tomar decisiones y de planearlas. “La realización de planes a futuro requiere más que un estado intencional porque no es causalmente suficiente por sí mismo”. (Bandura, 2001, p. 6, traducción propia).

Conclusión

La verosimilitud de las amistades dentro de las redes sociales es sostenida por el esfuerzo que se les aplica. Uno es quien debe de poner este dicho esfuerzo para poder mantener sus relaciones sin importar cuál sea la cantidad de aquellas, sí un individuo no logra poner le tiempo a sus relaciones estas se debilitaran.

Es cierto que las redes sociales facilitan la comunicación entre dos o varias personas al eliminar la distancia entre ellos, pero aquello no significa que estas relaciones virtuales sean “reales”. De tal forma, uno no debe asumir que al tener un mayor número de seguidores significa que tiene más amigos.

Bibliografía

- Asael R.M., S. (2014). Impacto de las redes sociales en la amistad. (pp. 1,2).
- Balter, M. (2012). Why are our brains so ridiculously big? Slate Group. (pp. 1-10).
- Carel P. Van Schaik and Judith M. Burkart. (2011). Social learning and evolution: the cultural intelligence hypothesis. *Anthropologisches Institut and Museum, Universität*. Zürich: Switzerland. (pp. 1008-1016).
- Domínguez, C. (2002). El vínculo de la amistad. Ed. Desclée, Bilbao. (pp. 1-23).
- Garcés, L.F., y Huertas, O. (2018). Tipos de amistad según Aristóteles: diferencias entre la amistad por placer, por utilidad y la amistad verdadera. Vol. 39, No. 0. (pp. 1-8).

- Hellenga, R. (2012). How Facebook Friendship Transforms the Superior-Subordinate Relationship: A View from Relational Dialectics Theory. *Western Michigan University*. (pp. 1-7).
- Polo, L. (2008). La amistad en Aristóteles. *Universidad de Navarra*. (pp. 477-485).
- Pun, A., Birch, S, Baron, A.S. (2016). Infants use relative numerical group size to infer social dominance. Vol. 113, No.9. (pp. 1-7)
- R.I.M. Dunbar. (2015). Do online social media cut through the constraints that limit the size of offline social networks? *Department of Experimental Psychology, University of Oxford, South Parks Road, Oxford OX1 3UD, UK*. (pp. 1-9).
- R.I.M. Dunbar. (1998). The Social Brain Hypothesis. (pp. 178- 190).