



**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES SEDE
ACADÉMICA MÉXICO**

**MAESTRÍA EN CIENCIAS SOCIALES
XVII PROMOCIÓN
2008 – 2010**

***El laberinto teatral de espejos digitales:
La presentación de mexicano-americanos en
Facebook***

**Tesis que para obtener el grado de Maestro en Ciencias Sociales
Presenta:**

Renato de Almeida Arao Galhardi

Directora de tesis:

Dra. Ligia Tavera Fenollosa

Seminario de tesis:

Identidades Transnacionales

México, D. F. Agosto de 2010

Índice

1.1. DEFINICIÓN DEL MARCO ANALÍTICO	11
1.1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.1.2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	15
1.1.3. HIPÓTESIS	16
1.1.4. OBJETIVOS	16
1.1.5. JUSTIFICACIÓN Y DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	18
1.1.6. ALCANCES Y LIMITACIONES	20
1.1.7. METODOLOGÍA	21
1.1.7.1 ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA	29
1.1.7.2. ANÁLISIS DEL PERFIL	29
1.1.7.3. THOMPSON Y LA HERMENÉUTICA PROFUNDA	32
1.1.7.4. ANÁLISIS DE CONTENIDO CONCEPTUAL	32
1.2. INTERACCIONISMO SIMBÓLICO Y ANTECEDENTES	32
1.2.1. SCHÜTZ – TIPIFICACIÓN, MOTIVO <i>PARA</i> Y MOTIVO <i>PORQUE</i>	34
1.2.2. COOLEY Y EL ESPEJO SOCIAL DEL YO	36
1.2.3. MEAD – EL YO COMO SUJETO Y OBJETO	37
1.2.4. GOFFMAN, EL <i>SELF</i> DRAMATÚRGICO Y LA PRESENTACIÓN COTIDIANA	39
1.2.5. LA INTERACCIÓN EN EL LABERINTO TEATRAL DE ESPEJOS DIGITALES	44
2. INTERNET: LA RED DE REDES	48
2.1. QUÉ ES INTERNET – HISTORIA	48
2.1.1. UNA CARACTERIZACIÓN DE LA INTERNET	51
2.1.2. CONFIGURACIONES ESPACIALES: EL CIBERESPACIO	52
2.1.3. REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA. LA NUEVA GENERACIÓN DIGITAL	55
2.1.4. ATRAVESANDO LA MODERNIDAD: LA MODERNIDAD Y NUEVOS PARADIGMAS	59
2.1.5. INTERACCIÓN CARA A CARA	62
2.1.6. INTERACCIÓN A TRAVÉS DE LA CMC	62
2.1.7. CIBERSOCIOLOGÍA: TRANSFORMACIONES EN COMUNIDADES, ESPACIOS Y TIEMPO	65
2.1.8. MÁS ALLÁ DE COMUNIDADES Y PSEUDO COMUNIDADES: REDES SOCIALES DIGITALES	67
2.2. POBLACIÓN DE LA INTERNET: USO Y ACCESO A LA RED	69
2.2.1. PERSONALIZANDO EL YO: CONFIGURACIONES DEL YO Y LA PRESENTACIÓN EN LA PANTALLA.	72
2.3. LA IDENTIDAD COMO ESENCIA DE LA PRESENTACIÓN	73

3. UNA INTRODUCCIÓN A FACEBOOK	79
3.1. SITIOS DE REDES SOCIALES: ESPECIFICIDADES Y CONFIGURACIONES	80
3.2 FACEBOOK - DEMOGRAFÍA E INSERCIÓN SOCIAL	85
3.2.1. INTERACCIÓN SOCIAL	89
3.2.2. ESTRUCTURA Y CONFIGURACIÓN DE FACEBOOK	92
3.2.2.1. PERFIL	95
3.2.2.2. INFORMACIÓN PERSONAL: “INFO”	97
3.2.2.3. ESPACIO INTERACTIVO: “THE WALL”	99
3.2.2.4. ESPACIO FOTOGRÁFICO: PRESENTACIÓN VISUAL	100
3.2.3. EL <i>SELF</i> Y FACEBOOK	101
4. ANALOGÍAS DIGITALES: SEMIÓTICAS Y EXPRESIONES DE UNA PRESENTACIÓN DE LA MEXICANIDAD.	106
4.1. PRESENTACIÓN VISUAL: MASCARAS Y CARAS	109
4.1.1. CONSTRUCCIÓN DE LA MEXICANIDAD: ELEMENTOS Y SÍMBOLOS	112
4.1.2. EL OTRO LADO: LA AMERICANIDAD	124
4.1.3. COSMOPOLITA	128
4.1.4. PRESENTACIÓN PÚBLICA Y SALIENTE	130
4.1.5. MOTIVO <i>PARA</i> Y MOTIVO <i>PORQUE</i>	141
4.2. PRESENTACIÓN TEXTUAL	148
4.2.1. PRIVACIDAD VS PÚBLICO	150
4.2.1.1. FACEBOOK COMO SEMIPÚBLICO	151
4.2.2. MEXICANIDAD COMO RECURSO DEL <i>SELF</i>	153
4.2.3. WALL: CONSTRUCCIÓN DE UNA PRESENTACIÓN	156
4.3. PRESENTACIÓN RELACIONAL Y POR ASOCIACIÓN	168
4.3.1. GRUPOS Y REDES SOCIALES	168
4.3.2. PARTICIPACIÓN E INTERACCIÓN CMC	173
4.3.3. AUDIENCIA Y AMISTAD	173
4.4. EXPLICANDO LAS PRESENTACIONES: RELACIONES DEL <i>BACKSTAGE</i>	175
5. REFLEXIONES FINALES: EL CIERRE DE LA PRESENTACIÓN	180
BIBLIOGRAFÍA	196
ANEXOS	208
ANEXO 1. GRAFICA DE LA PROPORCIÓN DE PÁGINAS WEB POR IDIOMAS	208
ANEXO 2. TABLA 2.3. PORCENTAJE DE USUARIOS DE INTERNET DIVIDIDOS POR REGIONES DEL MUNDO PARA 2009.	208

ANEXO 3. TABLA 2.4. PORCENTAJE DE USUARIOS DE FACEBOOK DISTRIBUIDOS POR REGIONES DEL MUNDO	209
ANEXO 4. TABLA 2.5. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE USUARIOS DE LA INTERNET EN EE.UU. SEPARADOS POR ETNIA PARA 2009.	209
ANEXO 5. TABLA 2.7. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE USUARIOS DE INTERNET EN EE.UU. SEPARADOS POR EDUCACIÓN PARA 2009	210
ANEXO 6. TABLA 2.8. PORCENTAJE DE LAS DISTRIBUCIONES DE LAS EDADES DE LOS USUARIOS EN FACEBOOK DE EE.UU.	210
ANEXO METODOLÓGICO	210
ANEXO A. DEFINICIONES Y EXPLICACIONES CONTEXTUALES DE TÉRMINOS DE ANÁLISIS.	211
ANEXO B. ANÁLISIS DE FOTOS DEL PERFIL	212
ANEXO B.1. TABLA DE CÓDIGOS DEL ANÁLISIS DE LAS FOTOS DEL PERFIL	212
ANEXO B.3. NOTAS DEL ANÁLISIS VISUAL DEL PERFIL	225
ANEXO B.4 TABLA DE CÓDIGOS PARA LA MEXICANIDAD EN LOS ÁLBUMES	225
ANEXO B.5. TABLA DE LA FRECUENCIA Y CANTIDAD DE ÁLBUMES REPRESENTANDO ELEMENTOS DE LA MEXICANIDAD	226
ANEXO C. TABLA DEL ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN BÁSICA DEL PERFIL	226
ANEXO C.1. TABLA DE CÓDIGOS PARA EL ANÁLISIS DE INFORMACIÓN BÁSICA	227
ANEXO C.2. TABLA DEL ANÁLISIS DE INFORMACIÓN PERSONAL DE LOS PERFILES	227
ANEXO C.3. TABLA DE CÓDIGOS PARA EL ANÁLISIS DE INFORMACIÓN PERSONAL	228
ANEXO C.4. NOTAS DEL ANÁLISIS DE LAS INFORMACIONES DE LOS PERFILES	229
ANEXO D. TABLA DE LA CANTIDAD DE GRUPOS Y PÁGINAS AGREGADOS A LOS PERFILES	230
ANEXO E. FACEBOOK: EL PERFIL	230

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. PORCENTAJE DE USUARIOS DE INTERNET ENTRE ADULTOS, SEPARADO POR SEXO Y EDAD, DE LOS EE.UU. DICIEMBRE 2009	10
TABLA 1.1. DATOS DE LAS ENTREVISTAS	15
TABLA 1.2. MATRIZ ANALÍTICA DEL PERFIL DE FACEBOOK PARA LA MEXICANIDAD	16
TABLA 1.3. CONCEPTOS Y SUS DEFINICIONES PARA EL ANÁLISIS DE LA PRESENTACIÓN DIGITAL.	22
TABLA 1.4. UN CUADRO GENERAL DE LAS CATEGORÍAS CENTRALES DE LOS AUTORES DE LA INTERACCIÓN SIMBÓLICA Y LA PSICOLOGÍA SOCIAL	37
TABLA 2. CATEGORÍAS Y CARACTERÍSTICAS DE LAS 3 ESFERAS DE LA IDENTIDAD DE S.	

HALL	42
TABLA 2.1. LAS 5 REVOLUCIONES TECNOLÓGICAS	47
TABLA 2.2. TRES FASES DE LA INTERACCIÓN PROPUESTA POR THOMPSON	55
TABLA 2.3. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE USUARIOS DE INTERNET EN EE.UU. SEPARADOS POR GEOGRAFÍA PARA 2009	62
TABLA 3. DATOS DEMOGRÁFICOS DE USO DE FACEBOOK PARA EEUU PARA JUNIO 2008 Y ABRIL 2009	78
TABLA 3.1. CATEGORÍAS PRESENTES BAJO LA “INFORMACIÓN BÁSICA” DE LA PESTAÑA DE “INFO” DE UN PERFIL DE FACEBOOK	88

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. PRESENTACIÓN DEL <i>SELF</i> DE GOFFMAN	34
FIGURA 2. LAS CARACTERÍSTICAS DE LA RED 2.0	49
FIGURA 2.1. LAS TRES FORMAS DE LA IDENTIDAD	66
FIGURA 2.2 “ <i>WHY CAN’T YOU USE FACEBOOK, LIKE EVERYBODY ELSE?</i> ”	69
FIGURA 3. CRONOLOGÍA SIMPLIFICADA DE LA EVOLUCIÓN DE LOS SITIOS DE REDES SOCIALES	72
FIGURA 3.1. EL PERFIL DE FACEBOOK A LA HORA QUE SE INSCRIBE EN EL SITIO	87
FIGURA 3.2 TRES FORMAS DE INTERACCIÓN SOCIAL EN FACEBOOK	90
FIGURA 3.3. PESTAÑA DE “INFO”	91
FIGURA 4. DISTRIBUCIÓN DE LAS PRESENTACIONES POR LAS TRES FORMAS DE PRESENCIA PÚBLICA	123
FIGURA 4.1 EL CICLO DE LA CONSTRUCCIÓN DE UNA PRESENTACIÓN SALIENTE	125

ÍNDICE DE GRÁFICAS

GRÁFICA 1. USUARIOS DE INTERNET POR REGIONES DEL MUNDO, SEPTIEMBRE 30 2009	39
GRÁFICA 2. CAMBIOS EN LA POBLACIÓN ÉTNICA DE FACEBOOK DE ENERO 2006 HASTA ENERO 2009	79
GRÁFICA 3. CAMBIOS EN LA PROPORCIÓN DE LA POBLACIÓN ÉTNICA DE FACEBOOK DE ENERO 2006 HASTA 2009	80

BIBLIOGRAFÍA

Adams, Matthew (2007). *Self and Social Change*. London: Sage.

Arroyo, Carmen G., y Zigler, Edward (1995). "Racial identity, academic achievement, and the psychological well-being of economically disadvantaged adolescents." *J. Pers. Soc. Psychol.* 69:903-14. En Howard, Judith. (2000). "Social Psychology of Identities", *Annual Review of Sociology*, Vol. 26 (2000), págs. 367-393. Disponible en: <http://www.jstor.org/stable/223449>

Aruguete, Gustavo (2001). "Redes Sociales. Una Propuesta organizacional alternativa". *Jornadas sobre Gestión en Organizaciones del Tercer Sector*, Buenos Aires. Disponible en: http://practicasgrupales.com.ar//index.php?option=com_content&task=view&id=76

Armella, Virginia Aspe (2002). *Las aporías fundamentales del periodo novohispano*. CONACULTA, México: Sello Bermejo.

Atria, Raúl (2004). "Estructura ocupacional, estructura social y clases sociales". Santiago de Chile: CEPAL, *Serie Políticas sociales* 96.

Backstrom, Lars, Chang, Jonathan, Marlow, Cameron, y Rosenn, Itamar (2009). "How diverse is Facebook?" Publicado el 16 de diciembre 2009 en Facebook blog disponible en: http://www.facebook.com/note.php?note_id=205925658858&id=8394258414

Batchelor, Bob (2009). *The 2000s*. Westport, Connecticut: Greenwood Press.

Ball, Michael S., y Smith, Gregory W. H. (1992). *Analyzing Visual Data, Qualitative research Methods Series No. 34*. Londres: Sage.

Barnes, Trevor J y Duncan, James S. (1992). *Writing worlds*. New York: Routledge.

Bauman, Zygmunt (2000). *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press.

Bauman, Zygmunt (2004). *Identity*. Cambridge: Polity Press.

Beck, Ulrich (1992). *Risk Society: Towards a New Modernity*. London: Sage.

Belleghem, Steven Van (2010). "Social Media Around the World" *InSites Consulting*. Disponible en: <http://www.slideshare.net/stevenvanbelleghem/social-networks-around-the-world-2010>

Benedikt, Michael (1991). *Cyberspace: first steps*. Cambridge: MIT University Press.

Benedikt, Michael (1991). "Cyberspace: some proposals" en Benedikt, Michael (Ed.), *Cyberspace* (págs. 119-224). Cambridge: MIT Press.

Beniger, JamesR. (1987). "Personalization of mass media and the growth of pseudo community". *CommunicationResearch* 14, 352-371.

Berger, Peter L.y Luckmann, Thomas (1993). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.

Berman, Marshall (1982). *All that is solid melts into air*. New York: Simon & Schuster.

Blumer, Herbert (1982). *El Interaccionismo simbólico, perspectiva y método*. Barcelona Hora D.L.

Bonder,Gloria (2002). "Las nuevas tecnologías de información y las mujeres: reflexiones necesarias" *CEPAL*, Chile.

boyd, danah y Heer, Jeffrey (2006). "Profiles as Conversation: Networked Identity Performance on Friendster." Presentacion en la Conferencia Internacional de Ciencias de Sistemas en Hawai'i (HICSS-39), PersistentConversationTrack. Kauai, HI: IEEE *Computer Society*. January 4 - 7, 2006.

boyd, danah (2007). "None of this is real: networked participation in Friendster", en Karaganis, J. (Ed.), *Structures of Participation*. Duke University Press.

boyd, danah y Ellison, Nicole B. (2007). "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship." *Journal of Computer-Mediated Communication* 13.1, article 11 (2007).22. Disponible en: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>

boyd, danah (2007). "Viewing American class divisions through Facebook and MySpace". *Apophenia Blog*. Disponible en: <http://www.danah.org/papers/essays/ClassDivisions.htmlClassDivisions.html>

boyd, danah (2007). "Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life" en Buckingham, David (Ed.) *MacArthur Foundation Series on Digital Learning – Youth, Identity, and Digital Media Volume*. Cambridge, MA: MIT Press.

Buckingham, David (2008). "Introducing Identity", en Buckingham,David(Ed.) *Youth, Identity, and Digital Media*. Cambridge, MA: The MIT Press, 2008. 1–24.

Burnett, Ron(1996). "A torn page ghosts on the computer screen words, images labyrinths: Exploring the frontiers of cyberspace"en Marcus,George E. (Ed.) *Connected* (págs. 67-98). Chicago IL: University of Chicago Press.

Cáceres, Jesús Galindo (1998). "Cibercultura, ciberciudad, cibernsiedad: hacia la construcción de mundos posibles en nuevas metáforas conceptuales". *Estudios sobre las ciudades contemporáneas*, 4 (7), pp. 9-23.

Cardoso, Vargas, Hugo Arturo (2006). "La mexicanidad en el libro de texto gratuito". Odiseo, revista electrónica de pedagogía. Año 3, núm. 6. 28 de noviembre de 2006. Disponible en: <http://www.odiseo.com.mx/2006/01/cardoso-mexicanidad.pdf>.

Castells, Manuel (1997). *The power of Identity*. Vol. II. Blackwell Publishers.

Castells, Manuel (1998). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura*. vol. 1. Madrid: Alianza.

Castells, Manuel (1998). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*, vol. 3., Madrid: Alianza.

Chien, Yi-Tzue (2004). "Disruptive Technologies, Innovation, and Digital Libraries Research – The Case of a Billion-Dollar Business", en *DLKC'04*, (Tsukuba, Japan, 2004). Disponible en: <http://www.kc.tsukuba.ac.jp/dlkc/e-proceedings/papers/dlkc04pp18.pdf>

Chou, Amy Y. y Chou, David C. (2009). "Information System Characteristics and Social Network Software Adoption". *Decision Sciences Institute*, Southwest Region, presentado en *SWDSI Proceedings 2009*. Disponible en: <http://www.swdsi.org/swdsi2009/Papers/9K02.pdf>

Cody, M. J., Wendt, P., Dunn, D., Pierson, J., Ott, J., y Pratt, L. (1997). "*Friendship formation and creating communities on the Internet: Reaching out to the senior population*". Paper presentado en el Annual Meeting of the International Communication Association, Montreal, Canada, Mayo 1997.

Cooley, Charles H. (1922). *Human Nature and the Social Order*. New York: Scribner's.

Cruz Gómez, Edgar (2002). "Espacio, ciberespacio e hiperespacio: nuevas configuraciones para leer la comunicación mediada por computadora". En González, A., Francisco de Jesús (Eds.). *Anuario de investigación de la comunicación CONEICC IX*. México: CONEICC. Pp. 271-285.

Crystal, David (2001), *Language and the Internet*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Csikszentmihalyi, Mihaly y Rochberg-Halton, Eugene (1981). *The Meaning of Things: Domestic Symbols and the Self*, Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Cuche, Denys (1999). *La noción de cultura en las ciencias sociales*. Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires, Argentina,

Cummings, Jonathon N., Lee, John B., y Kraut, Robert (2006). "Communication technology and friendship during the transition from high school to college". En E. Kraut, Robert, Brynin, Malcolm, y Kiesler, Sara (Eds.). *Computers, Phones, and the*

Internet: Domesticating Information Technology (págs.265–278). New York: Oxford University Press.

Dabas, Elina (1998). *Redes Sociales, Familia y Escuela*. Ed. Paidós. Buenos Aires.

Davis, Ian (2008). “Semantic Web as Blue Ocean opportunity”, en *Nodalities Magazine*, May/ June 2008. Disponible en: http://www.talis.com/nodalities/pdf/nodalities_issue2.pdf

Diviani, Ricardo (2003): “Internet entre el laberinto y la telaraña”, en *La Trama de la Comunicación, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación vol. 8*. Rosario, Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario (UNR). Disponible en URL: http://biblioteca.puntoedu.edu.ar/dspace/bitstream/2133/708/1/Internet+entre+el+laberinto+y+la+telara%F1a_A1a.pdf

Donath, Judith S. (1998). “Identity and deception in the virtual community” en Smith, Marc y Kollock, Peter (Eds.). *Communities in Cyberspace*. London: Routledge.

Donath, Judith S, y boyd, danah (2004). “Public displays of connection.” *BT Technology Journal*, 22 (4), 71-82.

Downes, Stephen (2007). “Places to Go: Facebook”. *Innovate* 4 (1). Disponible en: <http://www.innovateonline.info/index.php?view=article&id=517>

Drolet, Michael (Ed.) (2004). *The Postmodernism Reader: Foundational Texts*. London: Routledge.

Ellison, Nicole, Steinfeld, Charles y Lampe, Cliff (2006). “Spatially bounded online social networks and social capital: the role of Facebook” en Proceedings of the Annual Conference of the International Communication Association.

Emmison, Micahely Smith, Philip (2000). *Researching the visual: images, objects, contexts and interactions in social and cultural inquiry*. Londres: Sage.

Erickson, Thomas (1996). "The World Wide Web as Social Hypertext". Disponible en: http://www.pliant.org/personal/Tom_Erickson/SocialHypertext.html

Fordham, Signithia, y Ogbu, John U. (1986). “Black students' school success: "Coping with the burden of 'acting white.'” *Urban Rev.* 18:176-206. En Howard, Judith A. (2000). “Social Psychology of Identities”, *Annual Review of Sociology*, Vol. 26 (2000), págs.367-393, Publicado por Annual Reviews. Disponible en: <http://www.jstor.org/stable/223449>

Foster, Derek (1997). “Community and identity in the electronic village” en David Porter (Ed.), *Internet culture* (págs. 23-38). New York: Routledge.

Gallaugher, John M. (2008). "Facebook Case." *Gartner*: 1-21. The University of Arizona, Tucson.

Garduño, Garrido, A., Reyes Luna, Adriana Guadalupe, Velázquez, Torres, Evelia, Laura, y Ortega Silva, Patricia (2008). "Importancia de las expectativas de pareja en la dinámica familiar". *Enseñanza e Investigación en Psicología* [en línea] 2008, 13 (Julio-Diciembre): Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=29213203>

Garton, Laura, Haythornthwaite, Caroline y Wellman, Barry (1999). "Studying On-Line Social Networks" en Jones, Steve. (Ed.). *Doing Internet Research. Critical Issues and Methods for Examining the Net*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage.

Gutmann, Matthew C. (2000). *Ser hombre de verdad en la ciudad de México : ni macho ni mandilón*. México D.F: El Colegio de México

Gartner Inc. (2008). "Gartner Identifies Top Ten Disruptive Technologies for 2008 to 2012" comunicado de prensa, Mayo 28 2008. Disponible en: <http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=681107>

Gauntlett, David (2002). *Media, Gender and Identity: A New Introduction*. London: Routledge.

Gibson, William (1997). *Neuromante*. Minotauro.

Gibson, William (1984). *Neuromancer*. New York: Ace.

Giddens, Anthony (1991). *Modernity and self-identity. Self and society in the late modern age*. Cambridge: Polity Press

Giménez, Gilberto (2001). "Cultura, territorio, y migraciones. Aproximaciones teóricas" *Alteridades*, julio-diciembre, año/vol. 11, no. 022, Universidad Autónoma Metropolitana – Iztapalapa, Distrito Federal, México, pp. 5 -14

Giménez, Gilberto (2002). "Paradigmas de identidad", en Aquiles Chihu (comp.), *Sociología de la identidad*, UAM-I, México, 2002, pp. 35-60.

Giménez, Gilberto (2004). "Culturas e identidades" *Revista Mexicana de Sociología*, Vol. 66, Número especial (Oct., 2004), pp. 77-99: Universidad Nacional Autónoma de México

Ginger, Jeff (2008). "Performance and Construction of Identity." *The Facebook Project*.com. July 2008. Disponible en: <http://www.thefacebookproject.com/research/jeff/publications/masters.html>

Goffman, Erving (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City, NY: Anchor Books.

Goffman, Erving (1963). *Behavior in public places*. New York: The Free Press.

Goffman, Erving (1986). *Estigma. La identidad deteriorada*. Buenos Aires: Amorrortu. [Ed. original 1963].

Grossman, Lev(2006). "Time's Person of the Year: You". *Time Magazine*. Disponible en: <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1569514,00.html>

Gutiérrez, Carlos Muñoz (en línea). "Representación y metáfora: la identidad personal" *A parte rei*. Disponible en: <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/representacion.pdf>

Hall, Stuart (1996). "The question of cultural identity" en Hall, Stuart et al. (Eds.). *Questions of Cultural Identity*. London: Sage Publications.

Hallowell, Alfred Irving (1976). "Personality, Culture and Society in Behavioral Evolution" de Alfred Irving Hallowell *Contributions to Anthropology: Selected Papers of A. Irving Hallowell*, Chicago: University of Chicago Press en Lindholm, Charles(2001). *Culture and Identity: the History, Theory and Practice of Psychological Anthropology*. Boston: Oneworld Publications.

Hargittai, Eszter (2007). "Whose Space? Differences Among Users and Non-Users of Social Network Sites". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), 276-297. Washington, DC: International Communication Association. Disponible en: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/hargittai.html>

Hone-Mcmahan, Kim (2009). "Fewer students turn pages of yearbooks in digital age" *Akron Beacon Journal* Febrero 27, 2009. Disponible en: <http://www.physorg.com/news154962920.html>

Hochschild, J. L. (1995). *Facing up to the American dream: Race, class, and the soul of the nation*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.

Howard, Judith H. (2000). "Social Psychology of Identities", *Annual Review of Sociology*, Vol. 26 (2000), págs. 367-393. Disponible en: <http://www.jstor.org/stable/223449>

Iskold, Alex (2007). "Social Graph: Concepts and Issues" *ReadWriteWeb Blog*, September 12, 2007.

Jackson, Joab (2004). "Is There a Disruptive Technology in Your Future?" *TechComm Journal* Enero, 2004.

Jaffe, J. Michael, Young-Eum, Lee, LiNing Huang, y Hayg Oshagan (1995). "Gender, Pseudonyms and CMC: Masking Identities and Baring Souls" presentado en la 45ª International Communication Association, Albuquerque, New Mexico. Disponible

en: <http://research.haifa.ac.il/~jmjaffe/genderpseudocmc/>

Jensen, Joli (1990). *Redeeming modernity*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Jones, Steve. (1994). "Hyper-punk: Cyberpunk and information technology." *Journal of Popular Culture*, 28(2), 81-92.

Jones, Steve(1995). *CyberSociety: Computer-Mediated Communication and Community*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.

Jones, Steve (1997). ed. *Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety*. London: Sage.

Jones, Steve (1998). "Information, Internet, and Community: notes toward an understanding of community in the information age" en Jones, Steve(Ed.) *Cybersociety 2.0. Series en New Media Cultures; v. 2*. Thousand Oaks, USA: Sage.

Jones, Steve (2002). "The Internet goes to college." En *Pew Internet and American Life Project*.

Krippendorff, Klaus (1969). "Models of messages: three prototypes." En Gerbner, George, Holsti, Ole R., Krippendorff, Klaus, Paisly, Williamy. Stone, Philip J(Eds.), *The analysis of communication content*. New York: Wiley.

Landri, Paolo (2009). "Chapter XIII: The Fabrication of Networked Socialities", en Amoretti, Francesco(Ed.) *Electronic Constitution. Social, Cultural, and Political Implications*. Idea Group, Hershey, PA.

Lefebvre, Henri. (1991). *The production of space*. Traducido por Donald Nicholson-Smith, Oxford: Blackwell. Original ed.: "La production de l'espace", Edición Anthropos.

Lemke, Jay L. (2002). Important theories for research topics on this website. Disponible en: <http://academic.brooklyn.cuny.edu/education/jlemke/theories.htm>

Leñero, Vicente y De la Torre, Gerardo (2005). *Pisa y Corre. Beisbol por escrito*. Alfabuara: México.

Leyva, Ibarra Laura (1999). "El hombre lúdico alteño: el carnaval en el municipio de Jalototitlán, Jalisco." *Tesis*, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, División de Ciencias Sociales y Humanidades.

Li, Alex (2010). "Connecting to Everything you Care About" en "The Facebook Blog" publicado el lunes, Abril 19 2010. Disponible en: <http://blog.facebook.com/blog.php?post=382978412130>

Liu, Hugo, Maes, Pattie, Davenport, Glorianna (2006). "Unraveling the Taste Fabric of Social Networks". *Int. J. Semantic Web Inf. Syst.* 2(1): 42-71.

Madison, George B.(1988). “Postmodern Philosophy?”*Critical Review*, 2, primavera / verano,

Maffesoli, Michel (1993). *El conocimiento ordinario: compendio de sociología*. México, D.F., Fondo de Cultura Económica.

Martí-Olivella, Jaume, Valerio-Holguín Fernando, y Wayland-Smith, Giles (Eds.) (1998). “Introduction”.*Latin American Issues*, núm.14, Pennsylvania, Allegheny College.

Mayer, Adalberty Puller, Steven L. (2007).“The Old Boy (and Girl) Network: Social Network Formation on University Campuses.” *Journal of Public Economics*, Disponible en:
http://econweb.tamu.edu/puller/AcadDocs/Mayer_Puller_JournalPublicEconomics.pdf

McGiboney, Michelle (2009). “Nielsen’s Social Media QuickTake: May 20 2009”, *Nielsen Online*, Disponible en: http://blog.nielsen.com/nielsenwire/wp-content/uploads/2009/06/nielsen_pr_090619.pdf

McLuhan, Marshall.(1964). *Understanding Media: the extension of man*. London:Routledge,

Mead, GeorgeHerbert. (1934). *Mind, Self, and Society*. Chicago: University of Chicago Press.

Mead, Margaret(2002). *Cooperation and Competition Among Primitive Peoples*. Transaction Publishers .

Miller, Daniel y Slater, Don (2001). *The Internet: an EthnographicAproach*.ReinoUnido: Berg.

Morrison, Aimée Hope (2009). “An impossible future: John perrybarlow's 'declaration of the independence of cyberspace’”. *New Media Society*, 11(1-2):53-71

Nabeth, Thierry (2005). “Understanding the Identity Concept in the Context of Digital Social Environments” *CALT-FIDIS working paper*, January 2005 : Disponible en: [http://www.calt.insead.edu/project/Fidis/documents/2005-fidis-Understanding_the_Identity_Concept_in_the_Context_of_Digital_Social_Environments .pdf](http://www.calt.insead.edu/project/Fidis/documents/2005-fidis-Understanding_the_Identity_Concept_in_the_Context_of_Digital_Social_Environments.pdf)

Neuendorf, Kimberly A. (2002). *The content analysis guidebook*.Thousand Oaks, CA: Sage.

Oblinger, Diana G. y Oblinger, James L. (Eds.) (2005). *Educating the Net Generation*, EDUCAUSE.Disponible en: <http://net.educause.edu/ir/library/pdf/pub7101.pdf>

Ong, Walter J. (1982). *Orality and literacy*. New York: Methusen.

O'Sullivan, Tim, Hartley, John, Saunders, Danny, Montgomery, Martín, y Fiske, John (1997). *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu Editores

Overgaard, Søren (2004). *Husserl and Heidegger on Being in the World*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.

Palacios Ramírez, José (2005). "El fenómeno "cibersocial": reflexiones culturales desde la Posdisciplinarietà" en Massé Narváez, Carlos E. (coord.) *La complejidad de las ciencias sociales en la sociedad de la información y la economía del conocimiento*. Zinacantepec, Estado de México: El Colegio Mexiquense.

Paolillo, John., Pimienta, Daniel, y Prado, Daniel (2005). "Measuring Linguistic Diversity on the Internet". Paris: *UNESCO Report 142186*.

Papacharissi, Zizi (2002). "The presentation of self in virtual life: Characteristics of personal home pages." *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 79, 643-660.

Paredes, Miguel (2008). "Facebook y el cambio social". *ENTER-IE* -- [s.l.] :[s.n.], 2008.

Paul, Elizabeth L. y Brier, Sigal (2001). "Friendsickness in the transition to college: Precollege predictors and college adjustment correlates." *Journal of Counseling and Development*, 79(1), 77-89.

Paz, Octavio (2000). *El laberinto de la soledad*. México: Fondo de Cultura Económica.

Pérez, Carlota (2002). *Technological revolutions and financial capital: The dynamics of bubbles and golden ages*. Cелtenham: Elgar.

Pink, Sarah (2001). *Visual Ethnography*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Pisani, Francis (2008). *Periodismo digital. Taller*, junio 2008. Tecnológico de Monterrey, Campus Ciudad de México.

Portes, A., (1998). "Social capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology" en Edwards, M. and J. Onyx (Eds.), *Social Capital and Sustainability in a Community Threat* (2007). *J. Local Environ.*, 12(1):18.

Quéau, Philippe. (1998). *Lo virtual*. Paidós, Bs.As.

Ricaurte-Quijano, Paola & Ortega-Gutiérrez, Eneđina (2008). "Facebook o los nuevos rostros de la socialidad". *ALAIC, Asociación Latinoamericana de Investigación en Comunicación*.

Rivera Sánchez, Liliana, (2004). "Inmigrantes mexicanos en Nueva York:

Construyendo espacios de organización y pertenencia comunitaria" en Fox, Jonathan y RiveraSalgado, Gaspar (comps.) *Indígenas mexicanos migrantes en los Estados Unidos*, México: Editorial Miguel Ángel Porrúa/Universidad Autónoma de Zacatecas.

Ruby, Jay (2000). *Picturing Culture: Explorations of Film and Anthropology*. Chicago and London: University of Chicago Press.

Sade-Beck, Liav (2004). "Internet Ethnography: Online and Offline", *International Journal of Qualitative Methods* 3 (2) June, 2004.

Schroeder, Ralph (1996). *Possible Worlds – The Social Dynamic of the Virtual Reality Technology*. Boulder: Westview Press

Schütz, Alfred. (1932/1972). *The Phenomenology of the Social World*. London: Heinemann Educational Books.

Schütz, Alfred (1962). *The Problem of Social Reality: Collected Papers I*. The Hague: Martinus Nijhoff.

Schütz, Alfred & Luckmann, Thomas (1973). *La estructura del mundo de la vida*. Buenos Aires: Amorrortu.

Scott, John C (1991). *A Matter of Record: Documentary Sources in Social Research*. Cambridge: Polity.

Soja, Edward W. (1989). *Postmodern geographies: The reassertion of space in critical social theory*. London: Verso.

Spalding, Albert Goodwill (1911). *America's National Game*, New York: American Sports publishing Company.

Spitulnik, Debra (2001). "Media", en Duranti, Alessandro (Ed.). *Key Terms in Language and Culture*, págs. 143-46. Oxford: Blackwell.

Stern, Susannah (2008). "Producing Sites, Exploring Identities: Youth Online Authorship". En Buckingham, David (Ed.). *Youth, Identity, and Digital Media*. Cambridge, MA: The MIT Press.

Strauch, Joel (2005). "Greetings From the Most Connected Place on Earth". *PC World*. Feb 21, 2005. Disponible en:
http://www.pcworld.com/article/119741/greetings_from_the_most_connected_place_on_earth.html

Strauss, Claudia y Quin, Naomi, (2001). *A cognitive theory of cultural meaning*. Cambridge. Cambridge University Press en Giménez, Gilberto (2004). "Culturas e identidades" *Revista Mexicana de Sociología*, Vol. 66, Número especial (Oct., 2004), pp. 77-99: Universidad Nacional Autónoma de México.

Stutzman, Frederic (2006). "An Evaluation of Identity-Sharing Behavior in Social Network Communities." *International Digital and Media Arts Journal*, 3(1).

Sundén, Jenny (2003). *Material Virtualities*. New York: Peter Lang.

Tajfel, Henry Turner, John(1986). "The Social Identity Theory of Intergroup Behavior"en Worchel, Stepheny Austin, W. G. (Eds.) *Psychology of Intergroup Relations*. Chicago, Nelson-Hall Publishers, 7-24.

Thompson, John B. (1998). *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. Paidós: Barcelona.

Turkle, Sherry (1995). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon & Schuster.

Uimonen, Paula(2001). *Transnational Dynamics@Development.Net: Internet, Modernization, and Globalization*. Stockholm: StockholmStud. Soc. Anthropol.

Vazire, Siminey Gosling, Samuel D. (2004). "e-Perceptions: Personality impressions based on personal websites." *Journal of Personality and Social Psychology*, 87, (2004), 123-132.

Virilio, Paul(1996). *El arte del motor. Aceleración y realidad virtual*. Traducción por Horacio Pons, Buenos Aires: Manantial.

Wakefield, Anne (2008). "El cine chicano busca la identidad", *el tiempo latino*, el 2 de mayo de 2008, página B10.

Weber, Max (1958). *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. New York: Charles Scribner's Sons.

Wellman, Barry y Hope, Milena Gulia (1999). "Net surfers don't ride alone: virtual community as community"en Wellman, Barry. (Ed.). *Networks in the Global village*, Boulder, CO: Westview.

Wellman, Barry y Hampton, Keith (1999). "Living networked in a wired world". *Contemporary Sociology*, 28(6):648-654, 1999. Disponible en: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.28.4066&rep=rep1&type=pdf>

Wellman, Barry (2001). "The Persistence & Transformation of Community". *Report to the Law Commission of Canada*. Disponible en: <http://homes.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/lawcomm/lawcomm7.PDF>

Wellman, Barry, Haase, Anabel Quan, Witte, James y Hampton, Keith (2001). "Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital? Social networks, participation, and community commitment" *American Behavioral Scientist*, 45(3), 436.

Whitman, Walt (1995). "Identidad en la era de Internet" en Turkle, Sherry (1995). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*, New York: Touchstone.

Wilson, Samuel M., y Peterson, Leighton C, (2002). "The Anthropology of Online Communities". *Annual Review of Anthropology* 31:449-67.

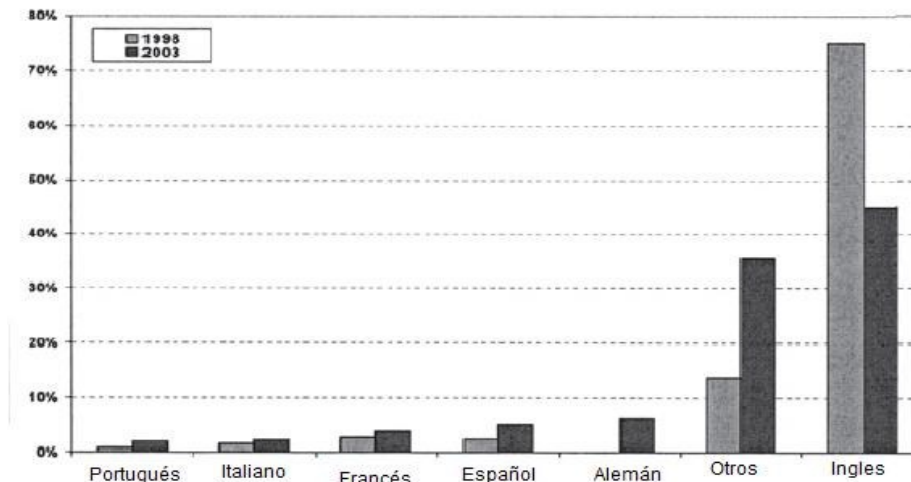
Winocur, Rosalía(2001). "Redes virtuales y comunidades de Internautas: Nuevos núcleos de sociabilidad y reorganizaciones de la esfera pública", en: *Perfiles Latinoamericanos* 10(2001)18, 75-92.

Zhao, Shanyang (2001). "Toward A Taxonomy of Copresence". *Presence 2001: 4th International Workshop*, May 21-3. Disponible en: http://www.temple.edu/ispr/prev_conferences/proceedings/2001/Zhao.pdf

ANEXOS

ANEXO 1. Grafica de la proporción de páginas web por idiomas

Propocion de paginas web por idiomas



Fuente: FUNREDES 2003, <http://funredes.org/lc>.

ANEXO 2. Tabla 2.3. Porcentaje de usuarios de Internet divididos por regiones del mundo para 2009.

Regiones del Mundo	Población (Est. 2008)	No. de Usuarios (Est. Marzo 31 2009)	% de total de Usuarios
África	975,330,899	54,171,500	3.4 %
Asia	3,780,819,792	657,170,816	41.2 %
Europa	803,903,540	393,373,398	24.6 %
Medio Oriente	196,767,614	45,861,346	2.9 %
América del Norte	337,572,949	251,290,489	15.7 %
América Latina/ Caribeña	581,249,892	173,619,140	10.9 %
Oceanía/ Australia	34,384,384	20,783,419	1.3 %

Total Mundial	6,710,029,070	1,596,270,108	100.0 %
---------------	---------------	---------------	---------

Fuente: www.Internetworldstats.com

ANEXO 3. Tabla 2.4. Porcentaje de usuarios de Facebook distribuidos por regiones del mundo

País	Porcentaje de usuarios de Facebook por regiones del mundo
EEUU y Canadá	38.3%
Europa	32.3%
Sur América	9.2%
Oriente Medio y África del Norte	8.3%
Asia	6.6%
Oceanía	3.2%
África	1.2%
Centro América y Caribe	1%

Fuente: *O'Reilly Media 2009*

ANEXO 4. Tabla 2.5. Distribución porcentual de usuarios de la Internet en EE.UU. separados por etnia para 2009¹³².

Etnia	Porcentaje del total de las categorías étnicas de los usuarios de la Internet
Blanco, No-Hispánico	77%
Negro, No-Hispánico	64%
Hispanico**	58%

Fuente: *Pew Internet & American Life Project*

¹³² Información de: <http://pewInternet.org/Data-Tools/Download-Data/~-/media/Infographics/Trend%20Data/January%202009%20updates/Demographics%20of%20Internet%20Users%201%206%2009.jpg>

ANEXO 5. Tabla 2.7. Distribución porcentual de usuarios de Internet en EE.UU. separados por educación para 2009¹³³

Educación	Porcentaje de usuarios de la Internet por nivel educativo
Menos que Escuela Secundaria/Preparatoria	35%
Escuela Secundaria/Preparatoria	67%
Un poco de Universidad	85%
Universidad +	95%

Fuente: Pew Internet & American Life Project

ANEXO 6. Tabla 2.8. Porcentaje de las distribuciones de las edades de los usuarios en Facebook de EEUU.

Edad	Porcentaje de las distribuciones de las edades de los usuarios en Facebook de EEUU.
13-17	9%
18-25	28%
26-34	22%
35-44	18%
45-54	11%
55-59	4%
60+	8%

Fuente: O'Reilly Media, agosto 2009.

ANEXO METODOLÓGICO

¹³³ *Ibid.*

ANEXO A. Definiciones y explicaciones contextuales de términos de análisis.

<i>Usuario/Informante/Entrevistado</i>	Se refiere a la persona de un perfil en cuestión, de una entrevista particular, constituida y representada en este estudio por los números correspondientes establecidos en la tabla: Matriz Analítica del Perfil de Facebook para la Mexicanidad
<i>Audiencia:</i>	Se refiere a la red constituida por otros perfiles de Facebook, que fueron agregados al perfil de uno. La audiencia está presente bajo el nombre de “amigos” y se hacen visibles dentro de una interacción con los contenidos de la “pared” de un usuario, y también dentro de comentarios hechos sobre las fotos presentes en el perfil.
<i>Foto(s) del perfil</i>	Fotos que fueron usadas como foto principal de la portada del perfil de Facebook. Aunque solamente se puede agregar una foto a la portada del perfil, se tiene el acceso a un álbum de las fotos que fueron usadas como fotos de la portada del perfil en algún momento. El uso de “fotos del perfil” se referirá a las fotos principales que fueron usadas como la presentación visual del perfil, y “foto del perfil” se referirá a una foto individual de la portada del perfil de Facebook.
<i>“Tag”/ “Etiquetado”</i>	La palabra (verbo) que representa el acto de identificar a un usuario por medio de una etiqueta electrónica dentro de una foto que no es del usuario propio. El “tag” o “etiqueta” agrupa las fotos ubicadas dentro de otros perfiles dentro de una carpeta de fotos generales del perfil del usuario que ha sido “etiquetado”.
<i>Links</i>	Direcciones electrónicas a contenidos en Internet, p. ej.: http://www.ejemplo.com .
<i>“Post(s)”¹³⁴</i>	Un enunciado escrito o “pegado” (<i>links</i> , texto, o aplicación) por el usuario o por algún miembro de su audiencia.
<i>Comentario(s)</i>	Uno o varios enunciados escritos o “pegados” como respuesta o comentario acerca de un post.
<i>Álbum(es)</i>	La agrupación de fotos construida por el usuario, disponible en el perfil del usuario bajo la pestaña “Photos”.
<i>Foto(s) General(es)</i>	Las fotos agregadas a la pestaña “Photos” del perfil del usuario, por medio del acto de “etiquetar”.
<i>“Wall” / “Pared”</i>	La “pared” es la parte social del perfil, permitiendo y posibilitando un espacio de interacción, donde se permite evidenciar enunciados de cualquier variedad y naturaleza escritos o “pegados”, con o sin comentarios escritos o “pegados” por el usuario o por un miembro de su audiencia. La “pared” está compuesta de enunciados, comentarios, <i>links</i> , con marca de tiempo estructurado cronológicamente.
<i>Aplicación¹³⁵</i>	Se refiere a pequeños programas disponibles en Facebook, que solamente pueden ser accedidos por usuarios de Facebook. Estas aplicaciones no son

¹³⁴ De acuerdo con la página de Facebook, “By “post” we mean post on Facebook or otherwise make available to us (such as by using an application)” <http://www.facebook.com/terms.php?ref=pf>

	comerciales y la mayoría son creadas por usuarios de Facebook como cuestionarios, generador de citas de personajes famosos, y horóscopos (por citar solamente algunos) en todos los idiomas presentes en Facebook. Los resultados de estas aplicaciones aparecen en la “pared” del perfil del usuario que las utilizó.
<i>Páginas</i> ¹³⁶	Páginas son perfiles exclusivos de negocios, organizaciones, artistas, celebridades, y bandas.
<i>Grupos</i> ¹³⁷	Perfiles que se centran alrededor de temas con el objetivo de agrupar usuarios con intereses similares, generando redes sociales en Facebook.

ANEXO B. Análisis de fotos del perfil

Anexo B.1. Tabla de códigos del análisis de las fotos del perfil

Códigos	Descripción
1	Elemento PRESENTE en la foto del perfil
0	Elemento AUSENTE en la foto del perfil
X	Elemento presente

¹³⁵ De acuerdo con la página de Facebook, “el término “aplicación” se refiere a cualquier aplicación o sitio web (incluidos los sitios de Connect) que utilice o acceda a la Plataforma, y a cualquier elemento que reciba datos”. <http://www.facebook.com/terms.php?locale=ES>

¹³⁶ De acuerdo con Facebook, “pages are for organizations, businesses, celebrities, and bands to broadcast great information to fans in an official, public manner. Like profiles, they can be enhanced with applications that help the entity communicate with and engage their fans, and capture new audiences virally through their fans' recommendations to their friends”. <http://www.facebook.com/help/?page=903>

¹³⁷ De acuerdo con el sitio de Facebook, “groups are meant to foster group discussion around a particular topic area while Pages allow entities such as public figures and organizations to broadcast information to their fans” <http://www.facebook.com/help/?faq=16140>

ANEXO B.2. Tabla de análisis de elementos de las fotos del perfil

Perfil	No. de Fotos de Perfil	Fotos	Rep. Figurativa	Rep. No Figurativa			Mexicanidad	Descripción		
				Objeto(s)/ Símbolo(s)	Personaje(s)/ caricatura(s)	Descripción				
1	2	1.01		X		Copa de Martini	0			
		1.02		X		Semáforo	0			
2	10	2.01		X		Arte con piedras	0			
		2.02	X				0			
		2.03	X				0			
		2.04			X	Personaje de los Simpsons	0			
		2.05			X	Conan O'Brian	0			
		2.06	X				0			
		2.07	X				0			
		2.08		X		Arte c/ el dólar americano	0			
		2.09	X				0			
		2.10			X	Foto de lucha en negro y blanco	0			
		3	16	3.01	X				0	
				3.02	X				0	
3.03	X						0			
3.04	X						0			
3.05	X						0			
3.06	X						0			
3.07	X						0			
3.08	X						0			
3.09	X						0			
3.10	X						0			
3.11	X						0			
3.12	X						0			
3.13	X						0			
3.14	X						0			
3.15	X						0			

4	17	3.16	X				0		
		4.01	X				0		
		4.02	X				0		
		4.03	X				0		
		4.04	X				0		
		4.05	X				0		
		4.06	X				0		
		4.07	X				0		
		4.08	X				0		
		4.09	X				0		
		4.10	X				0		
		4.11	X				0		
		4.12	X				0		
		4.13	X				0		
		4.14			X	Ben Stiller		0	
		4.15	X					0	
		4.16	X					0	
4.17	X					0			
6	17	6.01	X				0		
		6.02		X	Panfleto para marcha		0		
		6.03	X				0		
		6.04			X	Chilindrina	1	Una foto de un personaje del chavo del ocho	
		6.05	X				1	Foto con un niño de sombrero	
		6.06	X				1	Foto con un chavo de sombrero y colores mexicanos	
		6.07	X				0		
		6.08	X				1	La calavera pintada en su rostro	
		6.09			X	Panfleto de candidatos a		0	

					voto			
7	16	6.10	X			0		
		6.11	X			0		
		6.12	X			0		
		6.13	X			0		
		6.14	X			0		
		6.15	X			0		
		6.16	X			0		
		6.17	X			0		
		7.01	X			0		
		7.02	X			0		
		7.03	X			0		
		7.04		X		Virgen de Guadalupe	1	Una imagen artística de la virgen de Guadalupe
		7.05	X				0	
		7.06	X				0	
		7.07	X				1	Portando un sombrero tejano
		10	85	7.08	X			0
7.09	X					0		
7.10	X					0		
7.11	X					0		
7.12	X					0		
7.13	X					0		
7.14	X					0		
7.15	X					0		
7.16	X					0		
10.01	X						0	
10.02	X						0	
10.03	X						0	
10.04	X						0	

	10.05	X				0
	10.06			X	Katie Holmes	0
	10.07	X				0
	10.08	X				0
	10.09	X				0
	10.10	X				0
	10.11	X				0
	10.12	X				0
	10.13	X				0
	10.14	X				0
	10.15	X				0
	10.16	X				0
	10.17	X				0
	10.18	X				0
	10.19	X				0
	10.20	X				0
	10.21	X				0
	10.22	X				0
	10.23	X				0
	10.24	X				0
	10.25	X				0
	10.26	X				0
	10.27	X				0

	7				
	10.28	X			0
	10.29	X			0
	10.30	X			0
	10.31	X			0
	10.32	X			0
	10.33	X			0
	10.34	X			0
	10.35	X			0
	10.36	X			0
	10.37	X			0
	10.38	X			0
	10.39	X			0
	10.40	X			0
	10.41	X			0
	10.42	X			0
	10.43	X			0
	10.44	X			0
	10.45	X			0
	10.46	X			0
	10.47	X			0
	10.48	X			0
	10.49	X			0

	10.50	X				0	
	10.51	X				0	
	10.52	X				0	
	10.53	X				0	
	10.54	X				0	
	10.55	X				0	
	10.56	X				0	
	10.57	X				0	
	10.58	X				0	
	10.59	X				0	
	10.60	X				1	Foto con un chavo portando la playera de América
	10.61	X				0	
	10.62	X				0	
	10.63	X				0	
	10.64	X				0	
	10.65	X				0	
	10.66	X				0	
	10.67	X				0	
	10.68	X				0	
	10.69	X				0	
	10.70	X				0	
	10.71	X				0	
	10.7	X				0	

		2				
		10				0
		.7	X			0
		3				
		10				0
		.7	X			0
		4				
		10				0
		.7	X			0
		5				
		10				0
		.7	X			0
		6				
		10		X	Edificio	0
		.7				
		7				0
		10				0
		.7	X			0
		8				
		10				0
		.7	X			0
		9				
		10				0
		.8	X			0
		0				
		10				0
		.8	X			0
		1				
		10				0
		.8	X			0
		2				
		10				0
		.8	X			0
		3				
		10				0
		.8	X			0
		4				
		10				0
		.8	X			0
		5				
11	17	11				0
		.0	X			0
		1				
		11				0
		.0	X			0
		2				
		11				0
		.0	X			0
		3				
		11				0
		.0	X			0
		4				
		11				0
		.0	X			0
		5				
		11				0
		.0	X			0
		6				
		11				0
		.0	X			0
		7				
		11				0
		.0		X	Paisaje nubloso	0
		8				
		11				0
		.0	X			0
		9				

		11				
		.1				0
		0	X			
		11				0
		.1				0
		1	X			
		11				0
		.1				0
		2	X			
		11				0
		.1				0
		3	X			
		11				0
		.1				0
		4	X			
		11				0
		.1				0
		5	X			
		11				0
		.1				0
		6	X			
		11				0
		.1				0
		7	X			
12	46	12				0
		.0				0
		1	X			
		12				0
		.0				0
		2	X			
		12				0
		.0				0
		3	X			
		12			x	pinup girl
		.0				0
		4				
		12				0
		.0				0
		5	X			
		12				0
		.0				0
		6	X			
		12				0
		.0				0
		7	X			
		12				0
		.0				0
		8	X			
		12				0
		.0				0
		9	X			
		12				0
		.1				0
		0	X			
		12				0
		.1				0
		1	X			
		12				0
		.1				0
		2	X			
		12				0
		.1				0
		3	X			
		12				0
		.1				0
		4	X			
		12				0
		.1				0
		1	X			

5						
12.1.6		X		"save the tatas"	0	
12.1.7	X				0	
12.1.8	X				0	
12.1.9	X				0	
12.2.0		X		panfleto para evento de música	1	Panfleto de un festival mexicano portando un dibujo de un chavo con sombrero
12.2.1	X				0	
12.2.2	X				0	
12.2.3	X				0	
12.2.4	X				0	
12.2.5	X				0	
12.2.6	X				0	
12.2.7	X				0	
12.2.8	X				0	
12.2.9	X				0	
12.3		X		partido de beisbol	0	
12.3.1	X				0	
12.3.2		X		imagen de los Mr. Men	0	
12.3.3	X				0	
12.3.4	X				0	
12.3.5	X				0	
12.3.6	X				0	
12.3.7	X				0	

		12.38	X				0	
		12.39	X				0	
		12.40	X				0	
		12.41	X				0	
		12.42	X				0	
		12.43	X				0	
		12.44	X				0	
		12.45	X				0	
		12.46	X				0	
		13	1	13.01	X			
14	2	14.01	X				0	
		14.02		X		pastel decorado	0	
15	7	15.01	X				0	
		15.02	X				0	
		15.03	X				0	
		15.04	X				0	
		15.05	X				0	
		15.06	X				0	
		15.07	X				0	
16	48	16.01	X				1	Portando la blusa con el símbolo de la selección de futbol mexicana
		16.02	X				0	
		16.03	X				0	
		16.04	X				0	

4						
16.05	X				0	
16.06	X				0	
16.07	X				0	
16.08	X				0	
16.09	X				0	
16.11	X				0	
16.11	X				0	
16.12	X				0	
16.13	X				0	
16.14	X				0	
16.15	X				0	
16.16	X				0	
16.17	X				0	
16.18	X				1	Con vestimentas tradicionales mexicanas
16.19	X				0	
16.21	X				0	
16.22	X				1	Repetición de la foto 16.18
16.23	X				0	
16.24	X				0	
16.25	X				0	
16.26	X				0	
16.27	X				0	

	7						
	16.28	X				0	
	16.29	X				0	
	16.33	X				0	
	16.31	X				0	
	16.32	X				0	
	16.33	X				0	
	16.34	X				0	
	16.35	X				0	
	16.36	X				0	
	16.37	X				0	
	16.38	X				0	
	16.39	X				1	Repetición de la misma foto de 16.18 y 16.22
	16.44	X				0	
	16.41	X				0	
	16.42	X				0	
	16.43	X				0	
	16.44	X				0	
	16.45	X				0	
	16.46	X				0	
	16.47	X				0	
	16.48	X				0	
	TOTAL	318	263	13	8	12	

ANEXO B.3. Notas del análisis visual del perfil

De un total de 318 fotos agregadas en algún momento como fotos de los perfiles de Facebook, de los informantes analizados, solamente 12 se remitieron a una connotación de la mexicanidad. En 8 casos, la foto del perfil era de personajes o caricaturas, y 13 fotos de perfil fueron fotos de objetos o símbolos. Los perfiles que resaltaron algún vínculo o representación de la mexicanidad, fueron los perfiles: 6, 7, 10, 12 y 16.

Para el análisis de los álbumes de fotos de los perfiles de los informantes, se analizaron los nombres, contenidos, y cantidad, estableciendo los identificadores que representan unos elementos significativos y relevantes a la presentación de la mexicanidad. Además se establece el porcentaje de los álbumes que contienen elementos de la mexicanidad con los códigos identificadores correspondientes.

ANEXO B.4 Tabla de códigos para la mexicanidad en los álbumes

Dimensión	Códigos	Elementos de la presencia de la Mexicanidad
Mexicanidad Presente	1	
Mexicanidad Ausente	0	
Político	P1	Por asociación
	P2	Por representación
Cultural	C1	Viajes
	C2	Culinaria
	C3	Vestimenta
Académico	A1	Elementos relacionados con la educación

La cantidad de los álbumes varía entre ninguno (0) y 53, lo que no sólo nos dice de la interacción de los usuarios con Facebook, sino también de la densidad de la presencia visual del usuario dentro de Facebook. Las fotos del perfil sirven como la primera connotación de la presentación del usuario para los que acceden a su perfil, mientras que las fotos de los álbumes sirven como una continuación de la contextualización de estas fotos, de una presentación extensa (en algunos casos) de su yo en Facebook. La frecuencia de la presencia de elementos significativos de la mexicanidad, se queda en los mismos perfiles de las fotos del perfil con la excepción del perfil 10. Los perfiles: 6, 7, 12, y 16.

ANEXO B.5. Tabla de la frecuencia y cantidad de álbumes representando elementos de la mexicanidad

Perfil	No. De Álbumes	Mexicanidad	% de total de albums	Medio de representacion
1	0	⊗ 0		
2	1	⊗ 0		
3	10	⊗ 0		
4	15	⊗ 0		
6	12	⊕ 1	8	A1, P1
7	2	⊕ 1	50	P2
10	53	⊗ 0		
11	4	⊗ 0		
12	8	⊕ 1	12.5	P1
13	1	⊗ 0		
14	7	⊗ 0		
15	4	⊗ 0		
16	10	⊙ 3	30	C1, C3,

Criterios	Explicación
Semipúblico	Información básica que incluye: fecha de nacimiento, localidad de residencia, <=/ 1 medios alternativos de contactos
Público	Información básica completa o densa que incluye: fecha de nacimiento, orientación política/y religiosa, y/o hermano/as, localidad de residencia, lugar de origen, y/o estatus de relacionamiento, y/o pareja y +1 contacto alternativo

ANEXO C. Tabla del análisis de la información básica del perfil

Perfil	Semiprivado/Publico	Elementos Ausente de INFO BÁSICO					
		R	P	RS	F	I	C
1	0						
2	0			RE	I		
3	0			I	C		
4	0			RE	H	C	
6	1		C				

7	0	RS	H	C			
10	1	R					
11	1	R	P				
12	1	P	I				
13	0	R	P	I	C		
14	0	P	RS	C			
15	0	R	H	C	I		
16	0	RS	I				

ANEXO C.1. Tabla de códigos para el análisis de información básica

Códigos	Descripción
0	Semipúblico
1	Publico
R	Orientación Religiosa
P	Orientación Política
RS	Estatus de relacionamiento
F	Fecha de Nacimiento
I	Interesado en
H	"Hometown"
C	"Current City"

ANEXO C.2. Tabla del análisis de información personal de los perfiles

Perfil	Info Personal										
	Favoritos			Páginas				Grupos			
	Música	TV/Filmes	Citas	Soc.	Cult.	Pol.	Excl. México	Soc.	Cult.	Pol.	Exclus. México
1	-	-	QE QAM	-	-	-	-	GR SAM GR SAM	-	GR PAM GR PM	-
2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6	MGM MS	TV1 TVM	Q2 QAM QAM QAM	-	-	-	-	GR SAM GR SAM GR SAM	GR CC GR CM	-	-
7	-	-	-	-	-	-	PM	-	-	-	-
10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11	-	-	CC	-	-	-	-	-	-	-	-
12	MS MS MS M1 M1	-	-	-	-	-	-	GR SAM GR SAM GR SAM GR SAM	GR CM	-	-
13	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
14	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
15	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
16	-	-	-	-	-	-	-	GR SM GR SAM GR SAM GR SAM GR SAM GR SAM GR SAM	-	GR PAM GR PAM	GR SM

ANEXO C.3. Tabla de códigos para el análisis de información personal

Códigos	Descripción	Códigos	Descripción
CC	César Chávez	PAM	Páginas Académicas de Mexicanos
FM	Filmes de producción Mexicana	PAM CC	Páginas de Americanos Mexicanos Culturales: Culinaria
GR CC	Grupos de acerca de la Cultura Mexicana: Culinaria	PAM CM	Páginas de Americanos Mexicanos Culturales:

			Música
GR CI	Grupos acerca de iconos de la cultura mexicana	PAM P	Páginas de Americanos Mexicanos Políticos
GR CM	Grupos acerca de la cultura mexicana: Música	PAM S	Páginas de Americanos Mexicanos Sociales
GR M	Grupos sobre México	PCM	Páginas sobre cultura Mexicana
GR PAM	Grupos refiriéndose a cuestiones políticas de Mexicanos Americano	PCMC	Páginas de Cultura Mexicana: Culinaria
GR PM	Grupos refiriéndose explícitamente a cuestiones políticas de mexicanos	PCMI	Páginas de Cultura Mexicana: Iconos
GR SAM	Grupos refiriéndose a cuestiones sociales de Mexicano-americanos	PCMM	Páginas de Cultura Mexicana: Música
GR SM	Grupos refiriéndose a cuestiones sociales de mexicanos	PM	Páginas de México
M1	Música explícitamente mexicana	PPM	Páginas sobre la política Mexicana
MGM	Música como género mexicano	PSM	Páginas sociales de Mexicanos
MS	Música en español	QAM	Citas refiriéndose a los Mexicano-americanos
TV1	Programas de televisión explícitamente mexicanos	QE	Citas en Español
TVM	Programas de televisión en español	Q1	Citas refiriéndose a México
		Q2	Citas refiriéndose a cultura Mexicana
		QEP	Citas en español y política
		QEPM	Citas en español y política de personajes Mexicanos
		QSP	Citas en <i>Spanglish</i>

ANEXO C.4. Notas del análisis de las informaciones de los perfiles

El análisis de la información disponible bajo la pestaña “Información”, fue dividida en dos momentos. Un análisis de la ausencia de elementos potenciales dentro de la información básica, con un énfasis en determinar el grado de la privacidad del perfil y después un análisis más meticuloso de los contenidos de la información personal con un énfasis en la identificación de elementos constitutivos de la mexicanidad.

La información básica se compone de: Sexo; Fecha de nacimiento; Localidad actual; Ciudad de origen; Barrio de origen; Miembros familiares; Estatus de relacionamiento; Orientación sexual (por medio del enunciado “me interesan:”

HOMBRES o MUJERES); Propósito del perfil (por medio de la pregunta: Buscando con las siguientes respuestas disponibles: amistad, citas, una relación, contactos profesionales); e Ideología política y creencia religiosa.

La información personal está compuesta por: Actividades; Intereses; Música favorita; Programas de televisión favoritos; Películas favoritas; Libros favoritos; Citas favoritas; y Acerca de mí.

De los 13 perfiles analizados, 6 contienen elementos que se remiten a la mexicanidad. Para mantener un cierto grado de anonimato acerca de las identidades de los informantes, se presentará una descripción de los grupos, y página, los cuales no les nombraremos.

ANEXO D. Tabla de la cantidad de grupos y páginas agregados a los perfiles

#Perfil	# de Grupos	# de Paginas
1	13	1
2	1	14
3	10	44
4	0	0
6	41	69
7	0	7
10	37	35
11	55	40
12	58	25
13	2	1
14	12	19
15	13	3
16	12	30
TOTAL	254	288
PROMEDIO	19.5	22.2

ANEXO E. FACEBOOK: EL PERFIL

[NOMBRE]

Wall Info +

Click on a profile section below to edit it. Done Editing

Basic Information

Sex: Show my sex in my profile

Birth day: Show my full birthday in my profile.

Hometown:

Home Neighborhood:

Family Members:
Add another family member

Relationship Status:

Interested in: Men Women

Looking for: Friendship Dating A Relationship Networking

Political Views:

Religious Views:

Save Changes Cancel

Personal Information

Activities:

Interests:

Favorite Music:

Favorite TV Shows:

Favorite Movies:

Favorite Books:

Favorite Quotations:

About Me:

[Upload a Photo](#)
[Take a Photo](#)

[Edit My Profile](#)

Write something about yourself.

Information

Birthday:
 March 5, 1968

Friends

0 friends

[Find people you know](#)

[Create a Profile Badge](#)

[Edit My Profile](#)

Write something about yourself.

Information

Birthday:
 March 5, 1968

Friends

0 friends

[Find people you know](#)

[Create a Profile Badge](#)

Personal Information

Contact Information

Email: renato.galhardi@lima...br [Add / Remove Emails](#)

IM Screen Name(s): AIM [Add another screen name](#)

Mobile Phone: [Add](#)
(Include '+' and country code. Example: +52-xxx-xxxx-xxxx)

Land Phone: [Add](#)

Address: [Add](#)

City/Town:

Neighborhood:

Zip:

Website: [Add](#)
 Create a Facebook badge for your website

[Save Changes](#) [Cancel](#)

Education and Work

Education and Work

College/University: [Add Another Concentration](#) [Remove School](#) [Add Another School](#)

Concentration:

High School: [Remove High School](#) [Add Another High School](#)

Employer:

Position:

Description:

City/Town:

Time Period: I currently work here.
 Month: Year: to present.

[Add Another Job](#)

[Save Changes](#) [Cancel](#)