



**Uso y apropiación de Facebook por parte de docentes y estudiantes de
la Universidad de Antioquia**

Una aproximación a las dinámicas del lenguaje de esta red social

David Montoya Rendón

Artículo de investigación / Tesis de maestría

Universidad de Antioquia
Facultad de Comunicaciones y Filología
Maestría en Comunicaciones
Medellín
2021

Cita	(Montoya, 2021)
Referencia	Montoya Rendón, D. (2021). <i>Uso y apropiación de Facebook por parte de docentes y estudiantes de la Universidad de Antioquia. Una aproximación a las dinámicas del lenguaje de esta red social.</i> [Tesis de maestría]. Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.
Estilo APA 7 (2020)	



Maestría en Comunicaciones, Cohorte 4



Repositorio Institucional: <http://bibliotecadigital.udea.edu.co>

Universidad de Antioquia - www.udea.edu.co

Rector: John Jairo Arboleda.

Decano/Director: Edwin Carvajal Córdoba.

Jefe departamento: Juan David Rodas Patiño.

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

Tabla de contenido

Resumen.....	4
Palabras clave.....	4
Introducción.....	5
Metodología.....	10
Resultados y análisis.....	12
Conclusiones.....	23
Referencias.....	26

Resumen

Las redes sociales han permeado la cotidianidad de las personas alrededor del mundo de una forma indiscutible. Con el aumento en la conectividad y cobertura de Internet en la última década, más y más usuarios se registran en estas plataformas digitales y las emplean para diferentes propósitos. Facebook, específicamente, es la red social más utilizada por docentes y estudiantes de la Universidad de Antioquia. El trabajo de investigación sobre el que versa el presente artículo busca identificar las características de uso y apropiación de la citada red en ambos grupos, considerando las dinámicas de lenguaje que emergen de la apropiación de la misma, así como las particularidades que tienen lugar en contextos formativos como los de una institución de educación superior.

Social media has been inserted in the daily lives of people around the world in an indisputable way. With the increase in connectivity and Internet coverage in the last decade, more and more users are signing in and using these platforms for a variety of purposes. Facebook, specifically, is the most used social media by teachers and students in the University of Antioquia. The research efforts to be expanded in this paper aim to identify the characteristics of use and appropriation of Facebook in both groups, considering the language dynamics that emerge from its appropriation, as well as the particularities that take place in formative environments such as those of a higher education institution.

Palabras clave

Apropiación, redes sociales, Facebook, lenguaje, guía, Universidad de Antioquia

Appropriation, social media, Facebook, language, guide, Universidad de Antioquia

Introducción

Al acercarse el comienzo de la tercera década del siglo XXI, la comunidad académica parece coincidir en que los desarrollos tecnológicos empleados por las personas en sus labores hacen ya parte de su cotidianidad. Elementos como los electrodomésticos, la televisión, Internet, entre otros, se han vuelto parte del día a día, especialmente en los contextos urbanos. La apropiación de estos desarrollos potencia en la sociedad diferentes tipos de procesos de orden comunicativo y cultural, y a partir de dicha apropiación se transforman las prácticas, imaginarios y estilos de vida. Las redes sociales, como desarrollo tecnológico cimentado en Internet, no son ajenas a esta lógica, y su amplia aceptación y penetración en el entorno las han convertido en un fenómeno social y comunicativo digno de estudio.

El antropólogo británico John Barnes (1954) es el responsable de acuñar el término redes sociales (*social network*) por primera vez, refiriéndose a estas como parte inherente a la vida de cualquier persona. Las define como una estructura social formada por personas o entidades conectadas por cualquier clase de relación o interés común¹. Este concepto cobija la manera en que se dan las relaciones personales, estén o no mediadas por la tecnología, partiendo de la idea de que los seres humanos son seres sociales y están conectados desde antes de tener acceso a Internet (Ponce, 2012).

El desarrollo de la Web 2.0 ha llevado a los teóricos a redefinir el concepto de Internet, de acuerdo a su carácter comunicativo y conectivo, atribuyéndole algunas características de red social desde su misma concepción, bajo las lógicas expuestas por Barnes (1954), al ser un entorno que permite el surgimiento de “...una red de lazos sociales entre grupos de personas...” (p. 48). En este sentido, las redes sociales encuentran en Internet un espacio para configurarse, replicarse y expandirse, fenómeno que permite y fundamenta el desarrollo de los servicios de redes sociales (o redes sociales en línea) cuyo uso se ha popularizado en los últimos años.

¹ Traducción del autor desde la fuente original en inglés, debidamente citada en las referencias.

Una red social en línea es un servicio en la Web que permite la comunicación entre personas que comparten intereses comunes, facilitando la creación de redes sociales nuevas y la interacción de los miembros de redes ya existentes (De Haro, 2009). Estos servicios se caracterizan por permitir a los usuarios realizar tres acciones básicas: construir un perfil público o semipúblico en un sistema cerrado, crear una lista de usuarios con los que comparta algún tipo de conexión y explorar su lista de conexiones y las de otros usuarios en el sistema (Boyd y Ellison, 2007)². Estas características hacen parte de la miríada de motivos por los que estos desarrollos tecnológicos se han visto beneficiados de un nivel de popularidad que parece no tender a la disminución en el futuro cercano. Solo en el contexto latinoamericano se calcula que alrededor del 82,5% de la población accede a redes sociales y específicamente en Colombia la red social de mayor popularidad es Facebook (El Tiempo, 2020).

Facebook es una red social creada por Mark Zuckerberg en febrero del 2004 y ha crecido hasta considerarse la red social en línea más grande e influyente, con más de 240 millones de usuarios activos alrededor del mundo (We Are Social, 2020). Ha superado barreras geográficas y llegado a lugares fuera del alcance de la mayoría de los medios masivos. Esta red, que se define a sí misma como un sitio que “te ayuda a comunicarte y compartir con las personas que forman parte de tu vida”³, ha alcanzado tal nivel de madurez y arraigo en la sociedad que ha ampliado sus servicios para atender las necesidades de otros sectores más allá de los comunicativos, como la industria, el turismo, la educación, entre otros (Zapata, 2015).

“Minuto a minuto millones de personas de diferentes culturas y edades exponen su cotidianidad y operan bajo la lógica de comunicación que va ofreciendo el sitio: crean álbumes, taggean personas, dan su opinión a través de un Me Gusta o No me Gusta, e incorporan las nuevas aplicaciones, etc. estableciendo de esta manera un diálogo entre ellos como Usuarios y el Facebook como herramienta de interacción”. (Elejalde, 2012, p. 26).

² Traducción del autor desde la fuente original en inglés, debidamente citada en las referencias.

³ Descripción disponible en la página principal de Facebook a diciembre del 2020.

Puede inferirse entonces que Facebook es más un fenómeno social que técnico, por su capacidad de conectar personas y fomentar dinámicas que aprovechan las ventajas que ofrece la Web 2.0. Si una red social en línea puede definirse como un servicio en la web que permite la comunicación entre personas que comparten intereses comunes (De Haro, 2009), entonces es claro que este carácter comunicativo que poseen las redes sociales es reflejo precisamente del carácter comunicativo que tiene Internet como tal.

Siendo Facebook la red social más utilizada en Colombia, e identificando las nuevas formas de habitar Internet a partir de este tipo de espacios, se entabla la investigación para identificar cómo usan y cómo se apropian de Facebook los docentes y estudiantes de la Universidad de Antioquia y cuáles son las dinámicas que se generan a partir de dicha apropiación. Como producto de esta exploración se estructura un manual para el mejor aprovechamiento de la red social.

Siguiendo los planteamientos de Barnes (1954), De Haro (2009) y Boyd y Ellison (2007) mencionados anteriormente, se trazan las líneas a partir de las cuales se entiende el término redes sociales en el marco de la investigación y cobran relevancia los conceptos que permean de manera vertebral el desarrollo de la misma: uso y apropiación de la tecnología, o de Facebook en este caso específico.

Al referirse al uso de Facebook, o al uso de cualquier tipo de tecnología de la información y la comunicación (TIC), es necesario remitirse a una práctica más allá del simple acceso a la misma. Delia Covi (2007) define el uso como “el ejercicio o práctica habitual y continuada de un artefacto tecnológico”. (p. 8). En este caso, el artefacto tecnológico sería la red social. El uso contempla una dimensión de carácter personal, a partir de la identificación del empleo intencionado que se le da en la cotidianidad y el beneficio que proporciona a cada usuario en función de dicho ejercicio (Portillo y Cornejo, 2012). En este orden de ideas, la categoría “uso de Facebook” puede resumirse en el empleo cotidiano de la red con una intencionalidad definida.

Por otra parte, la apropiación social de la tecnología es un concepto que hace referencia a un paso de penetración en la cotidianidad de las personas más allá de lo definido en su

uso. Serge Proulx (2002) propone la apropiación como un proceso de interiorización progresivo de competencias técnicas y cognitivas entre los individuos. En palabras de Portillo y Cornejo (2012), “la apropiación no es sólo hacer propio un objeto tecnológico, sino ser partícipe del cambio social y cultural”. (p. 8).

Para que las personas puedan experimentar estos procesos de apropiación, Proulx (2002) propone un grupo de condiciones fundamentales, de las cuales tres son específicamente apropiadas en su transposición al caso de Facebook: el dominio técnico y cognitivo del artefacto por parte del individuo, la integración del objeto en sus prácticas cotidianas y el uso repetido del objeto que abre posibilidades de creación o de prácticas creativas.

Este paso del uso a la apropiación, y la transformación social y cultural que implica este tránsito, han generado una serie de revoluciones en distintos niveles de la dimensión comunicacional. Lo advierten Berlanga y Martínez (2010) al afirmar que “internet y sus diferentes aplicaciones están modificando prácticas tan antiguas como la escritura y la lectura, necesarias para preservar y mantener viva la cultura y la sociedad”. (p. 4). Esto reaviva las preguntas por la comunicación y el lenguaje y cuáles son las características específicas que adopta o que le atañen, tras aquellas transformaciones producto de la existencia de redes sociales como Facebook y de la apropiación de las mismas.

Este acercamiento al concepto de lenguaje se abordará desde las perspectivas clásicas de De Saussure (1916), quien lo define como un fenómeno propio de la condición social del ser humano, compuesto de dos partes: la parte social, la lengua, como un sistema de signos o códigos que hacen el papel de medio de comprensión; y la parte individual, el habla, como la forma en que cada individuo se apropia y utiliza la lengua y sus diferentes formas de expresión en función de la transmisión de un mensaje.

Cabe mencionar que este acercamiento a De Saussure busca proponer una actualización en las nociones de lenguaje según sus planteamientos y una posible transposición de estos a los medios digitales contemporáneos. La investigación no pretende entrar en análisis lingüísticos ni semánticos sobre el lenguaje y su configuración, sino abordar sus características específicas y particulares en el contexto de Facebook, desde una

perspectiva comunicacional y como producto de la apropiación de la red social por parte de los usuarios.

Habiendo definido las redes sociales como un fenómeno comunicativo y social, el lenguaje es un elemento crucial a tener en cuenta, pues es una condición ineludible en la comunicación humana. De allí que los esfuerzos investigativos cuyos resultados inspiraron el presente artículo se centraron en la identificación de las dinámicas de uso y apropiación de Facebook por parte de docentes y estudiantes de la Universidad de Antioquia, y en la caracterización del lenguaje en Facebook como producto de las mismas.

Metodología

La investigación asociada a este artículo es de corte cualitativo con un enfoque descriptivo. Aunque parte de los datos obtenidos son numéricos, complementan en todo caso los datos cualitativos; ambos fueron analizados de manera integrada. La muestra estuvo constituida por docentes y estudiantes de la Universidad de Antioquia que hicieron parte de procesos formativos con Ude@ Educación Virtual durante el período académico 2019-1 y que cuentan con un perfil activo en Facebook. Esta selección pretendía garantizar que las personas que participaran de la investigación fueran próximas a los medios digitales en su cotidianidad universitaria y que tuvieran ciertas claridades sobre la red social como tal.

Para obtener los datos que requería el estudio, se diseñaron dos instrumentos originales, a la medida de los propósitos de la investigación, que fueron validados por expertos antes de su implementación. El primero es una encuesta digital de nueve preguntas denominada “Encuesta digital para identificar la tendencia de uso y apropiación de Facebook en docentes y estudiantes de la Universidad de Antioquia”, cuyo objetivo fue identificar los usos que docentes y estudiantes de la Universidad hacen de Facebook como herramienta comunicativa. A través de ella se recopilaron datos en cuatro apartados principales: 1) los hábitos y frecuencia de uso de la red (compuesto por tres preguntas); 2) los propósitos de uso de la misma (compuesto por dos preguntas); 3) las preferencias de interacción (compuesto por dos preguntas); y 4) las posibles dinámicas de creación de contenido propio para ella (compuesto por dos preguntas). De 7840 estudiantes que cumplían con los requisitos para participar en el estudio, y a los cuales fue enviada la encuesta, solo 553 realizaron devoluciones debidamente diligenciadas. Así mismo, de 697 profesores que cumplían con los requisitos, 84 participaron en el proceso. Este instrumento hizo las veces de filtro para la configuración de una submuestra, a cuyos sujetos se les aplicó el segundo instrumento.

El segundo instrumento, denominado “Entrevista semiestructurada para identificar el nivel de apropiación de Facebook de docentes y estudiantes de la Universidad de Antioquia”, es una entrevista individual de 15 preguntas aplicada a cinco estudiantes y cinco docentes a través de videollamada por Zoom Meetings. Su objetivo es conocer las

dinámicas específicas de apropiación de Facebook y las experiencias producto del habitar la red. La entrevista desarrolla tres puntos principales: 1) la penetración de la red social en la vida cotidiana de los sujetos de la muestra y los cambios que esto supone (compuesto por seis preguntas); 2) las dinámicas y características de la apropiación de Facebook en el contexto universitario (compuesto por cuatro preguntas); y 3) las potencialidades y particularidades de la comunicación en la red (compuesto por cinco preguntas). Para este grupo reducido, fueron seleccionadas personas que demostraron altos niveles de apropiación de la red social a través de sus respuestas a la encuesta mencionada anteriormente. Para efectos de la investigación y la selección de la submuestra en esta etapa se tuvieron en cuenta los conceptos de uso y apropiación acordes con los planteamientos de Crovi (2007), Portillo y Cornejo (2012) y Breton y Proulx (2002).

Resultados y análisis

A continuación se presentan los resultados de la aplicación de la encuesta según sus principales apartados:

Hábitos e intensidad de uso de Facebook

Los resultados que arrojó la aplicación de la encuesta evidencian un alto porcentaje de actividad en Facebook en los grupos estudiados. Un 55% de los docentes que participaron del proceso afirmó ingresar a Facebook diariamente. Adicionalmente, el 67% de ellos dedica dos horas o menos al uso de la red social semanalmente; el 19% dedica de dos a cinco horas. Por otra parte, el uso diario de Facebook en estudiantes alcanza el 67%. El 48% de ellos dedica dos horas o menos a la semana al uso de Facebook y un 30% dedica de dos a cinco horas.

Estas cifras muestran una marcada presencia de Facebook en la cotidianidad de ambos grupos, superando el margen del 50% de ingresos diarios a la red en ambos casos. A pesar de que la dedicación de tiempo semanal para su uso es reducida, puede evidenciarse una mayor tendencia al uso prolongado por parte de los estudiantes. Esto puede deberse a las diferencias en los estilos de vida, pues las personas jóvenes suelen tener hábitos sociales más activos, y a la disposición de tiempo libre de ocio entre ambos grupos. Crovi (2007) propone que el uso cotidiano de un elemento tecnológico, Facebook en este caso, es esencial para el desarrollo de dinámicas propias en torno a dicho elemento, y este es el punto de partida para comenzar a hablar de procesos de apropiación de la red social. Pérez (2016) identificó, en una investigación realizada también en la Universidad de Antioquia, que el ingreso a redes sociales es una de las actividades en Internet más realizadas en este contexto universitario, planteándolo incluso como un escenario comunicativo complementario a la experiencia de usuario en otros sitios web.

Propósitos de uso de Facebook

A partir de la información recolectada sobre los propósitos de uso de Facebook se concluye que el 43% de los docentes de la Universidad de Antioquia lo utiliza principalmente como un canal de adquisición de información. En contraste, el 42% de los estudiantes emplea la red social como un medio de entretenimiento y esparcimiento en

primera instancia. La adquisición de información pasa a un segundo lugar, con un 37%, para los miembros de este último grupo.

Puede identificarse una diferencia clara entre el uso principal que docentes y estudiantes le dan a Facebook. A pesar de que los estudiantes tienen una tendencia hacia el uso recreativo de la red, también existe un porcentaje considerable que lo emplea como portal para la adquisición de información. Una investigación realizada anteriormente sobre los diferentes usos que hace la comunidad universitaria del perfil de Facebook de la Universidad de Antioquia reveló que el 98% de ellos lo hace para informarse (Morales, 2018). Esta tendencia parece extenderse al uso general de la red social en docentes y estudiantes.

Preferencias de Interacción en Facebook

Frente a los hábitos de interacción en Facebook, el 33% de los docentes acostumbra dar “Me gusta” a los contenidos de su interés. Así mismo, el 25% suele compartir contenidos ajenos a sus perfiles, el 18% publica en su biografía y el 12% inicia interacciones a través de comentarios. En contraste, el 39% de los estudiantes frecuentemente da “Me gusta”, el 20% comparte contenidos, el 6% publica en su biografía y solo el 9% deja comentarios.

A pesar de que los estudiantes invierten una mayor parte de su tiempo en Facebook, y que la práctica de dar “Me gusta” a los contenidos es habitual, los docentes parecen mostrar un mayor nivel de actividad pública en la red a partir del contenido que comparten, tanto ajeno como propio, y de su participación en publicaciones a través de comentarios como reacción o como punto de partida para incitar el diálogo con otros usuarios. Estas prácticas, sean públicas o no, constituyen el primer acercamiento a la interacción en la red. Según Pérez (2016), la interacción no solo se da con el diálogo entre usuarios, sino también con la creación de contenidos y el consumo de los mismos tras autenticarse en la red.

Adicionalmente, los resultados producto de la aplicación de la encuesta revelaron que el 87% de la población interactúa a través de la mensajería interna de Facebook de manera textual. El 32% emplea emotíconos o emojis y el 18% interactúa con imágenes o memes

en esta funcionalidad. No obstante, existe un 16% que expresa ignorar los mensajes directos en su totalidad o la mayor parte del tiempo.

Elejalde (2012) propone a Facebook como una herramienta de interacción social, y su planteamiento soporta el alto grado de uso que presentan los mensajes directos a través de ella. Permite el acercamiento y el diálogo directo entre usuarios (o grupos de usuarios) más allá de los escenarios públicos de la misma plataforma, y la introducción de este servicio de mensajería desde los inicios de la red social fue uno de los elementos claves de su éxito. Aun así, existe un movimiento creciente que prefiere utilizar otro tipo de herramientas o plataformas para las conversaciones personales de este tipo, como WhatsApp o Telegram. Este fenómeno podría ser uno de los motivos por los que se eleva el porcentaje de docentes y estudiantes que no frecuenta la mensajería de Facebook a pesar de tener un perfil activo en la plataforma.

Así mismo, se identifica una predilección por el contenido textual que se ve reflejada también más allá de los mensajes directos. Tanto docentes como estudiantes indicaron que los mensajes y contenidos textuales son aquellos que utilizan con mayor frecuencia en la red (36% docentes y 38% estudiantes), o con frecuencia esporádica (30% docentes y 22% estudiantes). Los contenidos visuales (imágenes, fotografías, ilustraciones, entre otros) se identificaron como el segundo tipo de contenido con mayor frecuencia de uso por parte de esta comunidad; 31% de los docentes y 30% de los estudiantes expresaron utilizarlos en sus interacciones ocasionalmente.

La investigación encontró también que el contenido sonoro o auditivo es el menos empleado en la red. El 54% de los docentes y el 63% de los estudiantes indicaron nunca utilizar este tipo de contenidos en sus interacciones o en su uso de Facebook.

Dinámicas de creación de contenido para Facebook

La encuesta reveló que un 20% de los estamentos estudiados emprende ocasionalmente procesos de creación de contenido propio, y solo el 10% de los docentes y el 6% de los estudiantes son creadores frecuentes de contenido. En este sentido, el 19% de los docentes

dedica tiempo frecuentemente a la redacción de mensajes textuales, en contraste con el 12% de los estudiantes que realiza esta misma actividad.

La creación de contenidos visuales como parte de los hábitos de uso de Facebook fue dividida en dos categorías: diseño o ilustración y fotografía. Sobre el diseño o ilustración, se obtuvo que su producción no es frecuente sino ocasional, con un 15% en ambos grupos. Sobre la fotografía, se encontró que el 15% de los docentes y el 17% de los estudiantes sí presentan hábitos frecuentes de captura o creación fotográfica.

El contenido textual se posiciona entonces como el predilecto de docentes y estudiantes en la red, tanto para las interacciones con otros usuarios como para los procesos de creación que la red permite. Esto puede deberse a la facilidad de creación de estos recursos en términos de tiempo y de conocimientos especializados, pues Facebook ofrece todas las herramientas necesarias para crear estados, reflexiones y textos en su misma plataforma, sin requerimientos adicionales.

De esta manera, los contenidos visuales ocupan el segundo lugar en lo que respecta al uso y creación de los mismos en Facebook. A pesar de ser contenidos más llamativos, el diseño y la ilustración requieren conocimientos especializados por parte de los creadores y este puede ser el motivo por el que sus índices de creación no son tan altos. La fotografía, por su parte, solo exige tener un dispositivo con cámara que permita hacer la captura, facilidad que se ve reflejada en su frecuencia de uso, especialmente entre los estudiantes, quienes suelen emplear la red social como bitácora o registro de sus actividades cotidianas con mayor soltura que los docentes.

A continuación se presentan los resultados de la aplicación de la entrevista, según sus categorías como marco de análisis:

Penetración de Facebook en la vida cotidiana

Al indagar sobre las experiencias de uso cotidiano de Facebook a través de las entrevistas, se encontró una coincidencia entre estudiantes y docentes frente a las condiciones físicas y espaciales de acceso a la red: no hay un espacio físico idóneo o específico para utilizar

Facebook, y tanto docentes como estudiantes suelen ingresar desde cualquier lugar. Así mismo, no existe una franja horaria específica para utilizar Facebook, y los entrevistados se refieren a su uso como una actividad que puede ejercerse en cualquier momento del día.

La popularización de los teléfonos inteligentes es una variable que se encuentra directamente relacionada con estos hábitos de uso, pues la facilidad de conexión a Internet, aún al estar lejos de una computadora, es la que permite el desarrollo de estas dinámicas. Los docentes y estudiantes entrevistados son usuarios activos de Facebook, red a la que acceden a través de sus teléfonos y entablan procesos comunicativos y dialógicos en cualquier momento a lo largo del día. Crystal (2014) resalta la diacronía de la comunicación en los medios digitales y una ruptura en la percepción cronológica de los mensajes, lo que soporta estas nuevas dinámicas de intercambio entre usuarios evidenciadas en el estudio, en contraste con la comunicación sincrónica y lineal a la que se está acostumbrado en el mundo físico.

Todos los docentes y estudiantes entrevistados siguen la página de la Universidad de Antioquia en Facebook y la clasifican como un canal de información sobre la actualidad universitaria. Lo advierte Morales (2018): el 98% de los seguidores del perfil de la universidad lo utiliza para informarse y solo el 23% de ellos lo identifica como un canal para interactuar con la Universidad.

Los resultados de la aplicación de las entrevistas revelaron que el grado de penetración de la red en la cotidianidad ha alcanzado niveles en los que se ha convertido también en una herramienta de construcción identitaria. “Genera la necesidad de afirmar la identidad, las posturas, dinámicas, costumbres, gustos, tipo de humor, política, entre otros”, afirmó una de las estudiantes que participaron en el estudio, mostrando un nivel avanzado de comprensión cognitiva sobre la complejidad del entramado social que puede desarrollarse en la red. Lo respaldan las palabras de Pérez-Chirinos (2012) al proponer las identidades narrativas que tienen lugar en Facebook, producto del habitar las redes sociales y apropiarse de las mismas.

Cada usuario en Facebook tiene un perfil en el que la información compartida (o carencia de), interacciones, gustos, amigos, entre otros, tributa a la construcción de dicha identidad narrativa, que a su vez es su moneda de intercambio social en la red. Pérez-Chirinos (2012) identifica en su obra que uno de los factores clave en la construcción consciente o inconsciente de esta identidad es el círculo de contactos de cada usuario. Esta identidad no solo es el primer acto comunicativo de un usuario en Facebook, sino que también es múltiple y cambiante en tanto se adapta a los diferentes horizontes de interacción posibles en la red. Lo refuerzan los planteamientos de Boyd y Ellison (2007) al afirmar que, en la red el usuario existe al escribirse a sí mismo.

Apropiación de Facebook en el contexto universitario

La investigación reveló que la naturaleza del uso de Facebook es diferente entre docentes y estudiantes en los casos en los que se acercan a un nivel de apropiación de la red social. Los docentes relacionan con mayor frecuencia su uso de Facebook a sus diversos ejercicios profesionales y académicos. Los estudiantes manifiestan propósitos diversos para su uso de la red; la inversión de tiempo de ocio y el contacto con sus amigos y círculos sociales son los usos principales identificados.

El uso intencionado es un componente clave en los procesos de apropiación y en ocasiones esta intencionalidad nace de la necesidad. Portillo y Cornejo (2012) se refieren a cómo la apropiación tiene también un componente importante referente a las necesidades de las personas y los motivos por los que usan una determinada tecnología. Esto podría explicar el enfoque especializado que tienen los docentes en su habitar de la red, entablando redes académicas e investigativas a través de la plataforma, o empleándola como un escenario de divulgación científica. Coincidentalmente, los docentes que mostraron un mayor grado de apropiación son aquellos cuyo uso de Facebook está directamente vinculado con su desempeño profesional o las labores propias de sus cargos: administran perfiles o espacios de divulgación científica de sus unidades académicas, de sus respectivas dependencias, grupos de investigación o emprendimientos comerciales propios.

Docentes y estudiantes identificaron que Facebook posee potencialidades para la enseñanza y el aprendizaje y que es fácil encontrar allí círculos y grupos sobre sus áreas de estudio e interés formativo. El 100% de los entrevistados coincide en haber aprendido algo como resultado de su experiencia de usuario en Facebook, independientemente del grado de profundidad, rigurosidad académica o temática específica. No obstante, en su mayoría recalcan la multiplicidad de escenarios de aprendizaje de carácter no formal que han encontrado en la red y desmienten la efectividad de Facebook para soportar estrategias ligadas al currículo de un proceso formativo formal.

Al abordar la apropiación de Facebook en contextos educativos, proponerlo como un componente importante para fortalecer los procesos formativos se vuelve un lugar común. Autores como Alemañy (2009) y Castañeda y Gutiérrez (2010) desarrollan el tema, haciendo principal énfasis en las potencialidades que tienen las redes sociales, y Facebook en específico, para acompañar o soportar procesos formativos de carácter formal. Parten de la premisa de que el proceso formativo es, en primera instancia, un acto comunicativo, y que las redes permiten tanto esto como el acercamiento entre estudiantes, docentes y otros estamentos, en busca de construir comunidades de aprendizaje. Con base en las experiencias conocidas en la investigación, el uso de Facebook identificado en la Universidad de Antioquia no posee un carácter realmente académico. No obstante, sí existen algunos “momentos de aprendizaje” que hacen parte eventualmente de dicho uso y que responden a los intereses particulares y comunidades de las que hace parte cada usuario, más allá de su currículo o su área de conocimiento específica.

Niveles de apropiación de Facebook en la Universidad de Antioquia

No existe una regla estandarizada para evaluar o medir niveles de apropiación tecnológica, pues estos procesos tienen un componente experiencial e intransferible de una comunidad a otra, o incluso de un individuo a otro. Breton y Proulx (2002) proponen en su texto algunas condiciones que facilitan la apropiación y que en conjunto con los postulados de Crovi (2007) y Portillo y Cornejo (2012) fueron claves para la creación de la escala con la que se identificó la tendencia de apropiación de Facebook en estudiantes y docentes de la Universidad de Antioquia, teniendo en cuenta dos condiciones: primero, sirve como una aproximación general a la experiencia de uso y apropiación de Facebook

en la población, mas no es una medida determinante en tanto cada experiencia de usuario es única; segundo, los límites entre los niveles propuestos no son exactos y excluyentes, pues un único caso puede presentar características inherentes a varios niveles al mismo tiempo.

La investigación trabajó una escala de seis niveles, partiendo de la noción de que existe un orden lógico en el que el uso es el primer paso para la apropiación. Los primeros tres niveles corresponden a la dimensión del uso y los tres niveles siguientes a la categoría de apropiación.

Nivel	Denominación	Características
1	Uso funcional	El usuario posee un perfil de Facebook que utiliza con poca o moderada regularidad.
2	Uso básico	El usuario posee un perfil de Facebook que utiliza con moderada regularidad, pero se limita al uso instrumental básico de la herramienta: inversión de tiempo de ocio y comunicación con sus contactos.
3	Uso avanzado	El usuario posee un perfil de Facebook que utiliza con moderada o alta regularidad, identifica un objetivo u objetivos claros para su uso y es consciente de las diferentes herramientas, funcionalidades y potencialidades de Facebook para diversos fines.
4	Apropiación básica	El usuario cumple con las características del tercer nivel. Adicionalmente, emplea diversas herramientas y funcionalidades de Facebook, crea contenido de su autoría (independientemente de su complejidad) y hace parte de páginas o grupos alternos a su perfil personal.
5	Apropiación intermedia	El usuario cumple con las características del cuarto nivel. Adicionalmente, crea contenido de su autoría en dos o más formatos, hace parte activa y/o administra páginas o grupos alternos a su perfil personal, define someramente qué son las redes sociales y qué es Facebook e identifica algunas características específicas de las dinámicas de lenguaje de Facebook.
6	Apropiación avanzada	El usuario cumple con las características del quinto nivel. Adicionalmente, puede definir de manera acertada qué son las redes sociales y qué es Facebook, identifica el impacto que ha tenido Facebook

		en su vida personal y en su contexto y puede caracterizar, en sus propias palabras, las dinámicas de lenguaje de Facebook.
--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Tabla 1. Niveles de uso y apropiación de Facebook; tabla elaborada por el autor del presente artículo.

Considerando las categorías de análisis propuestas, los conceptos abordados por los autores y los resultados arrojados por la investigación, se identifica que la mayoría de los estudiantes y docentes tienden hacia el tercer nivel de la escala, que hace referencia a un uso avanzado de Facebook. Alrededor del 70% de estudiantes y docentes coincide con las características de este nivel. No obstante, estos usuarios muestran una tendencia hacia un uso pasivo de la red, en el que consumen contenidos pero no entablan procesos de interacción ni de creación de contenido propio para publicar en ella.

En el caso de los docentes, el 30% restante está principalmente dividido en dos grupos. El primero corresponde al cuarto nivel de apropiación básica compuesto por aproximadamente 23% del total. El segundo grupo alcanza el quinto nivel de apropiación intermedia, compuesto por el 7% faltante. Se identificó un único caso de apropiación avanzada.

En el caso de los estudiantes, se identificó que alrededor del 24% alcanzaba puntajes para el nivel de apropiación básica y el 6% restante alcanzó el nivel de apropiación intermedia. No se identificó un estudiante entre los participantes de la investigación que alcance un nivel avanzado de apropiación de Facebook.

En resumen, mediante los resultados que arrojó la investigación se identificó que la mayor parte de la comunidad de la Universidad de Antioquia se encuentra en un nivel de uso avanzado, pero solo una tercera parte de ella alcanza niveles reales de apropiación de la red.

Potencialidades y particularidades de la comunicación en Facebook

Al presentarse un proceso de apropiación, surgen también algunos movimientos de orden social en el que la interiorización de la tecnología transforma y resignifica sus usos a partir de las prácticas creativas. Esa es la puerta de entrada para considerar las dinámicas

de lenguaje en Facebook, producto de las prácticas comunicativas y cotidianas de estudiantes y docentes que tienen lugar en la red. La apropiación es un fenómeno de carácter social y cultural que resulta en el desarrollo o expansión de aptitudes humanas, y esto incluye también la capacidad para entender, procesar y utilizar el lenguaje (Crovi, 2007).

Existe también un elemento clave del componente social del lenguaje que se refiere a la creación de convenciones de manera concertada en una comunidad (De Saussure, 1916). Este proceso se ve también en medios digitales como Facebook, con la configuración de elementos comunicativos propios que se convierten en convenciones reconocidas por los usuarios de un grupo, un círculo social o incluso a nivel mundial. El uso de emotíconos o emojis para expresar emociones es un ejemplo de ello, el auge de los memes en la segunda década del siglo también, así como el uso de la mayúscula sostenida para expresar que “se está gritando” (Crystal, 2014).

“Facebook, como discurso investido de sentido está compuesto de nombre, historia, imagen, normas, su servicio, su modo de uso, sus usuarios, su presencia en los medios, etc. Todo ello material significativo susceptible de ser marca que permita el reconocimiento de las operaciones y reglas de producción bajo las cuales reside su ideología” (Elejalde, 2012, p. 29).

Con base en este planteamiento, y siguiendo las lógicas de configuración del lenguaje a través de la lengua y el habla que fueron expuestas anteriormente (De Saussure, 1916), puede argumentarse la existencia de un lenguaje propio de Facebook. La lengua abarcaría dos aspectos que son transversales a todos los usuarios de la red: el primero, las posibilidades comunicativas de carácter técnico que ofrece; es decir, la funcionalidad de compartir mensajes en diferentes formatos (imágenes, texto, video, transmisión en vivo, etc.) y las diferentes formas de contacto e interacción que componen la red (el muro, los mensajes directos, etiquetas, entre otros). El segundo remite a las herramientas expresivas, como los *stickers* y los emotíconos o emojis, los estados predeterminados, entre otros.

El habla, entonces, hace referencia al uso que hace cada usuario de la lengua de Facebook; cómo utiliza las funcionalidades, e incluso cuáles funcionalidades utiliza (pues no es requisito utilizarlas todas, o en la misma medida, para el desarrollo del lenguaje de la red). Como la experiencia de usuario de cada persona es diferente, la construcción que cada uno hace a partir de la red social es propia e intransferible, siguiendo las mismas lógicas planteadas por De Saussure (1916) al presentar el habla como el componente individual del lenguaje. Tanto estudiantes como docentes de la Universidad de Antioquia parecen inclinarse hacia un habla con un fuerte componente textual y visual por sobre los demás elementos comunicativos que permite emplear la plataforma.

Este lenguaje de Facebook no es excluyente de las lógicas o dinámicas de otros lenguajes u otros escenarios posibles de aparición de los mismos. Elejalde (2012) advierte que, aun cuando Facebook determina en alguna medida la forma que toman los mensajes (sean textuales o audiovisuales) en su página, en ningún momento les impide a los usuarios subir o compartir contenidos y mensajes creados para otras plataformas bajo sus propias lógicas y dinámicas. De allí que el hipertexto sea un concepto relevante para las redes sociales. Esto le da un carácter incluyente, expansivo e innovador a la red social como elemento comunicativo, en el que la novedad reside “en las oportunidades que presenta de nuevos modos de actividad comunicativa y el desarrollo de nuevos tipos de discurso”. (Crystal, 2014, p. 3).

Conclusiones

Los docentes de la Universidad de Antioquia son más propensos o tienen mayores iniciativas de creación para Facebook que los estudiantes; no obstante, estas prácticas están estrechamente ligadas al ejercicio profesional de cada uno, lo que refuerza la importancia de las necesidades personales en el proceso de apropiación. Es muy posible que la destreza de estos docentes en Facebook sea producto de las funciones específicas de los trabajos que realizan o de emprendimientos propios, más que de un interés personal o social en la red. Como producto derivado de esta investigación se creó un “Manual de supervivencia digital en Facebook” que busca fomentar los procesos de apropiación de la red desde y por fuera de la academia para que los usuarios puedan interactuar y aprovechar sus potencialidades en cualquier contexto.

Autores como Alemañy (2009), De Haro (2009) y Castañeda y Gutiérrez (2010) hacen hincapié en las comunidades de aprendizaje como el principal potencial educativo de las redes sociales; no obstante, los resultados indican que la configuración de este tipo de entramados es escasa, espontánea y en la mayoría de los casos no puede forzarse. Los aprendizajes que tienen lugar en Facebook son de carácter variado, informal y personal, con un fuerte componente de curiosidad y autogestión de cada usuario.

Las universidades deben comprender que las dinámicas de las redes sociales facilitan el aprendizaje, pero al ser un entorno de corte comunicativo y social principalmente, pueden no ser los espacios idóneos para soportar por completo un currículo. Plantear estrategias formativas para Facebook es válido en tanto permite la comunicación horizontal y permanente entre los actores del proceso y facilita la gestión de diferentes interacciones y contenidos multimediales, pero se sugiere que las primeras apuestas al respecto sean de corte cultural y social en busca de fortalecer aquellos procesos de apropiación de la red que permitirán el desarrollo de nuevas competencias, dinámicas y experiencias de uso en el ámbito académico universitario.

Queda pendiente, de cara a futuras investigaciones, identificar la disposición docente y estudiantil para hacer parte de procesos formativos en Facebook y bajo qué condiciones podría darse este tipo de iniciativas. Tras identificar aquellas dinámicas de apropiación

actuales, este sería el paso a seguir para trazar una línea de apropiación de la red en contextos educativos, y solo entonces podrá crearse un proyecto educativo sólido con soporte o con apoyo parcial de redes sociales, que contemple sus particularidades, potencialidades y debilidades como instrumento pedagógico.

Existen unas dinámicas de lenguaje de Facebook, identificables a partir de la observación y el estudio del uso y la apropiación que hacen de esta red social docentes y estudiantes en la Universidad de Antioquia. Sopesando los planteamientos de Elejalde (2012), Crystal (2014) y Berlanga y Martínez (2010), y de acuerdo con los datos obtenidos a través de la investigación, podría decirse que estas características específicas del lenguaje de Facebook son:

- Todo es concertado. Las convenciones son producto de la interacción.
- Se permite y se espera la expresión más allá de lo textual (lo gestual, las opiniones, los estados de ánimo) a través de la incorporación de otras herramientas expresivas como imágenes, gif, memes, emojis, entre otros, que no son necesariamente replicables en el mundo físico.
- Existe una convergencia y convivencia de la comunicación sincrónica y asincrónica en sus diferentes modos de interacción; hay una multiplicidad de tiempos de acción, reacción y conversación en Facebook.
- La comunicación tiene relaciones de asociación y jerarquía en niveles. Un mensaje puede existir sin sus comentarios, pero los comentarios no pueden existir sin el mensaje, por ejemplo.
- Los mensajes no tienen una versión definitiva. Todo está sujeto a ediciones, modificaciones y actualizaciones.
- No existe una única voz autoral. Las construcciones corales o colaborativas a partir de intervenciones de diferentes usuarios también tienen un lugar en la red.

Este fenómeno del lenguaje es líquido y cambiante, pues los nuevos desarrollos y las interacciones que estos desarrollos permiten, están transformando constantemente la forma de comunicarse a través de las redes sociales, los usos que se les dan y las dinámicas de lenguaje que desde allí se construyen. Como posible horizonte de investigación, valdría la pena preguntarse por las mutaciones en las dinámicas comunicacionales que se

darán en el futuro, a partir de los cambios técnicos y sociales que tengan lugar en la web, en Facebook y en la misma Universidad de Antioquia.

Referencias

- Alemañy, C. (2009). *Redes Sociales: una nueva vía para el aprendizaje* [en línea]. Disponible en: <https://bit.ly/3w7oITn> [Consultado 20 de octubre, 2020].
- Barnes, J. A. (1954). Class and committees in a Norwegian Island Parish. *Human Relations*, vol. 7, núm 1, 39-58.
- Berlanga, I. y Martínez, E. (2010). Ciberlenguaje y principios de retórica clásica. *Redes sociales: el caso Facebook. Enl@ce Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 7 (2), 47-61.
- Boyd, D. M. y Ellison, N. B. (2007). *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication* [en línea]. Disponible en: <https://bit.ly/3deX7XT> [Consultado 15 de julio, 2020].
- Breton, P. y Proulx, S. (2002). *L'explosion de la communication à l'aube du XXIe siècle*. Paris: La Découverte (novena edición).
- Castañeda, L. y Gutiérrez, I. (2010). *Redes Sociales y otros tejidos online para conectar personas* [en línea]. Disponible en: <https://bit.ly/2PEJZ66> [Consultado 21 de octubre, 2020].
- Crovi, D. (2007). *Dimensión social del acceso, uso y apropiación de las TIC*. Universidad Autónoma de México, México [en línea]. Disponible en: <https://bit.ly/3m07YJd> [Consultado 16 de septiembre, 2020].
- Crystal, D. (2014). Internet y los cambios del lenguaje. *19 ensayos fundamentales sobre cómo internet está cambiando nuestras vidas*. *Revista C@mbio*, BBVA. 331-357.
- De Haro, J. J. (2009). Las redes sociales aplicadas a la práctica docente. *DIM: Didáctica, Innovación y Multimedia*. (13), 1-8.
- De Saussure, F. (1916). *Curso de lingüística general*. Traducción de Amado Alonso, 1945, Editorial Losada.
- El Tiempo (2020). Colombianos en redes sociales: más móviles y más video [en línea]. Disponible en: <https://bit.ly/2ZJ3dKz> [Consultado 11 de noviembre, 2020].
- Elejalde, L. (2012). *Mapeo de aspectos teóricos que se entrecruzan al analizar la relación Facebook – Usuarios: Comunicación, discurso, virtualidad y prácticas audiovisuales*. Universidad de Montemorelos, México.

- Morales, D. L. (2018). *Usos y prácticas comunicativas de la comunidad universitaria en la página oficial de Facebook de la Universidad de Antioquia* (tesis de maestría). Manuscrito no publicado, Universidad de Antioquia, Colombia.
- Pérez, A. F. (2016). *Formulación de un manual sobre usabilidad web para organizaciones con plataformas virtuales de comunicación, a partir de la evaluación de este componente* (tesis maestría). Universidad de Antioquia, Colombia.
- Pérez-Chirinos, V. (2012). Identidad y redes sociales. Construcción narrativa del yo hipertextual. *Austral Comunicación* [en línea], 1(1). p. 9-25. Disponible en: <https://bit.ly/2P8oxXr> [Consultado 10 de julio, 2020].
- Ponce, I. (2012). *Monográfico redes sociales* [en línea]. Disponible en: <https://bit.ly/3dwJ14n> [Consultado 4 de mayo, 2020].
- Portillo, M. y Cornejo, I. (2012). *¿Comunicación posmasiva? Revisando los entramados comunicacionales y los paradigmas teóricos para comprenderlos*. Universidad Iberoamericana.
- Thornton, M., Kalibala, Z., Ewemie, E., y Alim, H. (2013). *What is Facebook?* [en línea]. Disponible en: <https://bit.ly/3sRzv2c> [Consultado 24 septiembre, 2020]
- We are social (2020). *Digital 2020: 3.8 billion people use social media* [en línea]. Disponible en: <https://bit.ly/3oxHWNd> [Consultado 11 noviembre, 2020]
- Zapata, A. E. (2015). *Guía para el aprovechamiento de Facebook como herramienta de interacción comunicacional entre empresas de servicios públicos domiciliarios y sus usuarios. EPM como estudio de caso* (tesis de maestría). Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.