

INVESTIGAR FACEBOOK
Algunas percepciones sobre el prestigio científico
de este objeto de estudio y complicaciones metodológicas

Julieta Santacroce
Universidad Nacional de La Plata (Argentina)

¿Cómo? y ¿por qué?

¿Cómo darle forma científica a un objeto de estudio que para muchos otros es fuente de ocio y entretenimiento? ¿Cómo analizar aquello que está en permanente movimiento y transforma nuestras propias prácticas sociales? ¿Cómo optimizar las tradicionales herramientas metodológicas? ¿Cómo correrse de las recetas? Y ¿por qué, entonces, es interesante investigarlo?

Aceptando los desafíos, el objetivo del presente artículo es tratar algunos aspectos experimentados e interrogantes surgidos en el proceso de investigación en torno al estudio cualitativo de los grupos de Facebook. Este analiza las transformaciones en las prácticas de los webactores en sus usos y apropiaciones. A su vez, dicho trabajo se desarrolla en el marco de la Beca de Estímulo de Vocación Científica del Consejo Interuniversitario Nacional (CIN).

Asimismo, la investigación se encuentra enmarcada en el proyecto acreditado “Las transformaciones de la comunidad y las instituciones en el auge de la web 2.0. Desafíos y estrategias de comunicación online”, llevada adelante por la materia Comunicación y Medios, cátedra II, de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata.

En ambos se denota la relevancia actual de investigar dentro del campo de las comunicaciones la producción de sentidos en el contexto de sociedades mediatizadas; es decir, de una cultura y una sociedad que son constantemente reconstruidas, relatadas y resignificadas en (y a través de) los medios/redes sociales y las tecnologías de información y comunicación. ¿Cómo llegamos a afirmar eso?

Experiencia mediatizada y mediática (1)

Facebook es una herramienta comunicacional que permite múltiples usos y apropiaciones, en este último tiempo su popularidad se ha expandido a gran escala; por ejemplo sólo en Argentina la plataforma posee 17.000.000 de usuarios activos. Esas cifras pueden obtenerse a diario y por país utilizando la herramienta *Anuncios de Facebook*. Esta es la que ofrecen para publicitar y, en la cual, no sólo se ve la totalidad de cada país sino que también se puede segmentar al público por sexo, edad e intereses (2).

Entonces, aunque hacer descubrimientos químicos o biológicos, construcciones de gran ingeniería, encontrar nuevos planetas, etcétera, en la cultura profesional y el sentido común tenga mayor reputación, admiración y legitimación científicamente; hay muchos otros caminos de investigación por los cuales transitar.

La hegemonía de ese tipo de disciplinas está determinada por la tradición de investigación y por la opinión de los más fuertes, generalmente desde un perfil económico. Frente a ello es necesario correrse del miedo al qué dirán o al de la mediocridad porque nuestras investigaciones tienen razón de ser, tienen argumentos y aportes para la sociedad.

Es por eso que las producciones sociales de sentidos que se generan en estos nuevos espacios de interacción, como Facebook, demandan estudios psicológicos, sociológicos y comunicacionales.

También, por la expansión de la red social es que muchos han optado por conformar y consolidar sus grupos de pertenencia allí. Su manejo se ha vuelto algo fundamental para el contacto social, debido a que en ellas pueden navegar millones de personas durante todo el día; y se suma que es un medio gratuito y efectivo. Primera respuesta de por qué estudiar esto.

Se perciben nuevas maneras de relacionarse bajo este soporte digital y es por eso que muchos, sobre todo interesados en comunicación, deciden investigarlo. Estas transformaciones no son algo que produzcan los nuevos inventos técnicos para la comunicación en sí, sino que se generan a partir de “los usos que se les da en cada sociedad” (3).

Siempre y en toda sociedad existieron las redes sociales. La diferencia radica en que antes se situaban desde la presencia física o el contacto diferido, y ahora lo hacen también en la virtualidad. Es algo nuevo que complementa e incluso transforma pero que no viene a reemplazar procesos relacionales anteriores.

Estudiar las nuevas tecnologías de la información tiene paso obligado por la reflexión sobre la comunidad, el capitalismo, el poder, los accesos, las oportunidades, el contexto, la sociabilización, el espacio y el tiempo, entre otros. Todos ellos elementos constitutivos del ser humano. Y encontramos aquí un segundo indicio de por qué estudiarlas.

Ya diez años atrás, autores como Roger Silverstone observaron críticamente la televisión. Viendo más allá de las cualidades técnicas y buscando saber qué hacían los sujetos con esta nueva herramienta de información; hoy se torna necesario vislumbrar los procesos sociales que circulan por la web.

En los últimos años se comenzó a analizar las transformaciones que generaba la web en las maneras de producir, circular y distribuir bienes simbólicos. Y qué nuevas maneras de relacionarse existen. Las investigaciones se mueven por construcciones negativas, positivas, descriptivas, críticas; versan sobre la banalidad, la alienación, las posibilidades, los cambios.

Sin embargo, siempre al relacionarnos con los medios y las tecnologías nos relacionamos con otros mundos, atravesamos otros umbrales, el nuestro, el de los demás, el de los conocimientos y saberes, lejanos o cercanos, el de otros usos y formas de sociabilidad.

Si tu única herramienta es un martillo, tiendes a tratar cada problema como si fuera un clavo (4)

Pensar en la metodología nos hace ordenar los pasos a seguir para que funcionen como guía y parámetro para llegar a un objetivo específico. Definirla implica también establecer una forma de analizar e interpretar la realidad.

El objetivo general de la beca de Investigación corresponde a *Describir y analizar las transformaciones en las prácticas de los webactores en los usos y apropiaciones de los grupos de Facebook a partir de características y herramientas de la web 2.0.*

Se puede apreciar que el tema es actual y emergente, por eso hay que tener en cuenta que se trata de un objeto de estudio reciente, en permanente reconfiguración y demandante de nuevos marcos conceptuales; por lo que la convergencia de medios, las nuevas narrativas y modos de socialización complejizan el abordaje sistemático del tema.

En ese sentido la metodología que sustenta la investigación corresponde a un abordaje cualitativo, especialmente en el paradigma hermenéutico que, en términos de Guillermo Orozco Gómez (1996) es la posibilidad de obtener un conocimiento objetivo mediante el consenso conceptual, dándole mayor peso a la interpretación de lo que es y no sólo a lo que es.

Desde este paradigma se puede re-crear la realidad social, nunca repetir ni innovar completamente. Los nuevos conocimientos están determinados por los límites históricos y culturales del investigador. A su vez, es importante reconocer el diálogo entre teoría y práctica, las teorizaciones de otros autores nos permiten leer nuestros objetos de estudio en la propia práctica; es decir, darle forma estructurada a esa realidad.

En definitiva lo que “busca es la interconexión de los elementos que influyen o determinan la producción de un determinado fenómeno” (5). Se intentan detallar cualidades desde una perspectiva con pretensión objetiva.

Bajo ese parámetro y para poder abordar esta realidad digital tan nueva y compleja es preciso construir una técnica de análisis que posibilite investigarla. Aparece aquí la necesidad de realizar preguntas claves que guíen la conformación de la herramienta metodológica, que siempre deben encontrarse en sintonía con los objetivos de la investigación.

Como afirma Falomir Parker (1991), la mente humana está expuesta a tantos estímulos, situaciones sociales y eventos que le es imposible percibirlos cada uno en su especificidad y reflexivamente, por lo que se tiende a hacer agrupamientos. Aunque las categorías no sean un reflejo fiel de la realidad, nada de lo producido por el hombre lo es porque intermedia el lenguaje, sino que constituyen una especie de mapa cognoscitivo que permite entender el entorno.

Por lo tanto, lo que genera esta sistematización por categorías es generar conocimiento con la mínima economía mental, a través de la búsqueda de características similares. A su vez, esto permite el extrañamiento con la realidad relevada pues da lugar al razonamiento y al alejamiento de los datos para despegarse de las preconociones, siempre y cuando se efectúa concienzudamente; es decir, con una vigilancia epistemológica.

Dentro del objetivo general de la beca de investigación se plantearon los específicos:

- Sistematizar tipos de grupos de Facebook para pensar los usos posibles: cerrado, abierto, secreto.
- Describir y clasificar las herramientas de la web 2.0 en los grupos de Facebook.
- Indagar la transformación en el uso de Facebook como un espacio de socialización, debate, intercambio.

-Rastrear usos y apropiaciones de los webactores en los grupos de Facebook.

Para tener una primera aproximación a todos y cada uno de ellos, decidí elaborar un cuadro con variables de análisis oportunos al mismo; el cual pudiese observar cualitativamente las características pero a la vez ordenara qué mirar, cómo mirar y estructurara las conclusiones pertinentes en relación con lo propuesto.

Decidí incursionar en el desarrollo de una técnica que me permitiera, al observar, la sistematización de datos. En este proceso descubrí que es importante revisar aquellos métodos que utilizamos en otras instancias y que fueron útiles, claro está que no para aplicarlas directamente.

Al contrario esa búsqueda nos posibilita ver qué justificaciones encontramos en tal o cual técnica para que sea efectiva: permita la profundización y coherencia con los objetivos. Encontré que el formato de cuadro, donde cada grupo sea analizado por las mismas categorías y así es posible visualizar de manera comparativa los aspectos de éstos; dilucidando similitudes y diferencias, a su vez sustentando las afirmaciones con segmentos extraídos de los grupos de corpus seleccionado.

Ahora había que determinar qué categorías iba a usar y ahí entró en juego la innovación, no por el hecho de efectuar algo nunca antes realizado, sino por hacer las combinaciones pertinentes y otorgarles un significado específico.

A continuación se presenta el modelo de cuadro propuesto:

PUNTOS A OBSERVAR	GRUPO 1	GRUPO 2	GRUPO 3
Clasificación			
Cómo hablan			
De qué hablan			
Enunciación			
Aplicaciones disponibles			
Aplicaciones más frecuentes de uso			
Frecuencia de publicación			

Cada categoría o punto para observar debe tener una razón, por qué esas y no otras. Es por eso que tuve que explicitar qué quería decir con clasificación, enunciación, cómo hablan, de qué hablan, aplicaciones disponibles, aplicaciones más frecuentes de uso, frecuencia de publicación; y para qué me iba a servir cada una.

Cuando comencé a elaborar el cuadro sabía que en una parte debía explicitar frente a qué tipo de grupo de Facebook estaba parada (abierto, cerrado, secreto); pues necesitaba sistematizar los tipos para pensar sus usos posibles. A ello decidí llamar *clasificación* y contempla no sólo su mención sino una descripción, tanto la que aporta la propia plataforma como la que surge de la observación.

Al colocar dentro de las categorías *enunciación*, estoy hablando del efecto de sentido que se genera dentro del espacio gracias a la interacción de los actores. Un concepto rescatado de la cursada de Comunicación y Cultura, cátedra II, de la institución a la que pertenezco.

Sin embargo, antes de poder determinar la enunciación que aparecía en cada grupo necesitaba saber cómo hablaban y de qué hablaban. Aquí se debe mirar las construcciones lingüísticas, por ejemplo si son imperativas o no, y observar el grado de confianza que denotan las palabras; y cuáles son los temas que rigen las conversaciones, comentarios, imágenes, etcétera.

Esto último me permitirá indagar la transformación en el uso de Facebook como un espacio de socialización, debate, intercambio; y rastrear usos y apropiaciones de los webactores en los grupos de la plataforma.

Para describir y clasificar las herramientas de la web 2.0 en los grupos de Facebook detallé dos puntos a observar desde una misma idea. En primer lugar, que aplicaciones pone el espacio en manos del usuario; y en segundo lugar, cuáles son las que se usan más frecuentemente. De esta manera, la intención es determinar o mejor dicho esbozar posibles respuestas al por qué del éxito de algunas sobre otras.

Frente al acuse de lo efímero (6) de las relaciones dentro de estos soportes digitales es que me propongo observar la frecuencia de publicación. Lo trascendental aquí será analizar la fecha de creación del grupo y cómo se desarrollan los flujos de información y comunicación.

En el modelo presentado anteriormente se aprecian tres columnas para colorar las descripciones de tres grupos, eso corresponde a una primera aproximación al objeto de estudio. Ninguna propuesta metodológica es de ahora y para siempre; es decir, cierra en la primera prueba sino que lo que ahí presento es el proceso previo de composición y el primer resultado obtenido, que está siendo puesto en práctica.

La idea es ampliar percepciones, no cerrar conceptos y cuestiones

Como se detalló anteriormente para poder llegar a la elaboración de la grilla, que posteriormente pondré en práctica, fue necesario observar sin estructuras los movimientos en los grupos de Facebook.

Y en ese primer acercamiento vi que se nos presentan como un nuevo espacio público que no aparece para desterrar al tradicional, ya existente y conceptualizado, sino que se agrega, superpone y complementa a éste.

¿Por qué pensarlos como nuevo espacio público? Porque al igual que el tradicional, está atravesado por las interacciones sociales, los imaginarios colectivos y la construcción en conjunto. Es decir, se parecen en sus formas de concebirse, definirse, relacionarse, etcétera.

Por lo que dicha comunidad nos permite reflexionar sobre la tensión entre espacio público físico y espacio público digital. Y es aquí donde lo virtual queda obsoleto porque no se trata de producir aspectos aparentes a la realidad sino de dos ámbitos distintos pero con rasgos similares a la vez; porque incluso el lenguaje mismo es un sistema de representación y no la realidad misma.

Para poder comprender esto es necesario recurrir a autores como Marc Augé (2000) que conceptualizan, desde una perspectiva antropológica, al espacio social como un lugar que significa para quien lo habita y posibilita la inteligibilidad para quien lo observa.

Por su parte el urbanista Jordi Borja (1998) nos permite entender al espacio público como algo más que la regulación jurídica por parte de la administración pública porque incluye la dimensión socio-cultural del término. Y a esto se suman las nuevas espacialidades y temporalidades que permite Internet.

En último lugar, Facebook también los entiende en una sintonía parecida: “Los grupos proporcionan un espacio cerrado para que grupos pequeños de personas puedan comunicarse sobre los intereses que comparten. Cualquier persona puede crear un grupo” (7). Y esa idea queda reforzada en su página de inicio declarando que “Facebook te ayuda a comunicarte y compartir con las personas que forman parte de tu vida” (8).

Notas

(1) Silverstone, Roger. *¿Por qué estudiar los medios?* Amorrortu. Buenos Aires, 2001.

(2) Mundialmente la cifra de usuarios excede los 800 millones, esta información fue publicada recientemente por muchos medios de información, unos de ellos: <http://www.mercado.com.ar/nota.php?id=371296> (Fecha de consulta 04/08/1012);

<http://www.abc.com.py/nota/facebook-sigue-creciendo-en-latinoamerica/> (Fecha de consulta 04/08/1012).

Para saber cómo se obtienen desde Facebook los datos por país, en la siguiente página hay un tutorial de uso: <http://funnix.net/internet-2/2011/usuarios-facebook-por-pais/> (Fecha de consulta 03/02/2012).

(3) Williams, Raymond. “Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales” *Historia de la Comunicación*. Vol. 2. Bosch. Madrid, 1992, p. 183.

(4) Frase de Abraham Maslow.

(5) Taller de Producción de Mensajes (TMP). Al abordaje de las organizaciones, algunas nociones sobre el uso de metodologías desde la mirada comunicacional. Documento de cátedra 2007. p. 12.

(6) Lomello, Adrián Nelso “La responsabilidad en el entorno digital” *Oficios Terrestres* N.º 11/12 – Estrategias comunicacionales en la sociedad del siglo XXI. ALAIC, AIJIC, REDCOM: Memoria de tres encuentros, La Plata, 2002.

(7) Disponible en <http://www.facebook.com/help/groups/basics> (Fecha de consulta 27/01/2012).

(8) Disponible en <http://www.facebook.com/> (Fecha de consulta 27/01/2012).

Bibliografía

- AUGE, Marc. *Los “no lugares” espacios del anonimato. Una antropología de la sobre modernidad, el lugar antropológico*. Ed. Gedisa, España; 2000.
- COHEN ARAZI, Daniela; MENDIVIL, Julia; ROBLES, Gisela; ROMANO, Fermín; SANTACROCE, Julieta. *Diagnóstico situacional. Abordaje metodológico*. Trabajo del Taller de producción de Mensajes, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, 2011.
- FALOMIR PARKER, Ricardo. “La emergencia de la identidad étnica al fin del milenio: ¿paradoja o enigma?”, *Revista Alteridades*, 1991.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Zonas de indecisión entre lo privado y lo público en Cultura y Comunicación: entre lo global y lo local*. Ed. UNLP, La Plata; 1997.
- IGLESIAS Dosil, María Noelia y TORRES, Mariana L. *Facebook, un espacio emergente. Interacción juvenil en la virtualidad*. Buenos Aires, 2010. En http://www.redcomunicacion.org/memorias/p_jornadas_p.php?id=1148&idj=11
- LOMELLO, Adrián Nelso. “La responsabilidad en el entorno digital” *Oficios Terrestres* N.º 11/12 Estrategias comunicacionales en la sociedad del siglo XXI. ALAIC, AIJIC, REDCOM: Memoria de tres encuentros, La Plata, 2002.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista*. FELAFACS. Barcelona, 1988.
- MATA, María Cristina. “De la cultura masiva a la cultura mediática”. En *Revista Diálogos de la comunicación*, N.º 56, FELAFACS. Lima, Perú, 1999.
- OROZCO GÓMEZ Guillermo. *Paradigmas de producción de conocimientos en la investigación de la comunicación desde la perspectiva cualitativa*. 1996.
- SILVERSTONE, Roger. *¿Por qué estudiar los medios?* Amorrortu. Buenos Aires, 2001.
- TALLER DE PRODUCCIÓN DE MENSAJES (TMP). Al abordaje de las organizaciones, algunas nociones sobre el uso de metodologías desde la mirada comunicacional. Documento de cátedra 2007.
- THOMPSON, John. *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Paidós Comunicación. Barcelona, 1998.
- WILLIAMS, Raymond. “Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales”, *Historia de la Comunicación*. Vol. 2. Bosch. Madrid, 1992.
- WINOCUR, Rosalía, “Internet en la vida cotidiana de los jóvenes”, *Revista Mexicana de Sociología* 68, N.º 3, Universidad Autónoma de México – Instituto de investigaciones Sociales, México, 2006.
- ZAPATA Natalia, AON Luciana. Trabajo Final Seminario de Posgrado “Recepción audiovisual y públicos juveniles”, FPyCS-UNLP y Universidad Complutense Latinoamericana. Marzo 2011.