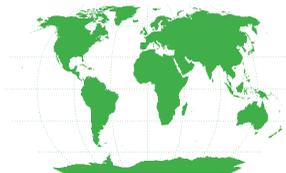


USOS SOCIALES DE FACEBOOK QUE REALIZAN JÓVENES CUBANOS RESIDENTES EN EL PAÍS

FACEBOOK SOCIAL USES BY YOUNG CUBANS ON THE ISLAND

Liliam Marrero Santana, Ana Carla Jiménez Hernández y Anidelys Rodríguez-Brito
| liliamarrero@gmail.com | jimenezanacarla63@gmail.com | anidelys.rodriguez@correo.uia.mx |
Universidad Iberoamericana, México y Universidad de La Habana, Cuba



Resumen: El presente artículo es resultado de una investigación que tuvo como objetivo examinar los usos sociales del sitio de redes sociales (SRS) Facebook que realizan jóvenes cubanos residentes en el país. Se trata de un estudio cualitativo, empírico, basado en la etnografía virtual como estrategia metodológica. Se aplicaron además técnicas como la revisión bibliográfica-documental, la entrevista semiestandarizada y el grupo de discusión. En el análisis de los resultados, se refieren algunas condicionantes fundamentales de los usos sociales de Facebook y se describen las prácticas de los jóvenes, asociadas al aprovechamiento de los códigos tecno-comunicativos de la plataforma, la producción de contenidos y la construcción colectiva de significados en este espacio. Aun cuando los resultados no son generalizables a todos los jóvenes, dadas las características del estudio y las condicionantes tecnológicas de Cuba, los participantes reconocieron transformaciones en los modos de empleo de Internet a raíz del uso de Facebook, y plantean que su visión sobre la vida *offline* también se ha modificado. Entre las principales conclusiones, se reafirma la pertinencia de la categoría usos sociales para el análisis de los procesos sociohistóricos y culturales mediados por y mediadores de las TIC. **Palabras clave:** usos sociales; tecnologías de la información y la comunicación (TIC); sitios de redes sociales, Facebook, jóvenes cubanos, etnografía virtual.

Abstract: It proposes an approach to the social uses of the social networking site (SNS) Facebook made by a group of young Cubans residents in the country, as a result of a qualitative research of an empirical-descriptive nature. The virtual ethnography is the main methodological strategy and it is complemented with the application of different techniques like the documentary and literature review, the semi-structured interview and the discussion group. As a part of the analysis' results, are referred some of the determinant factors of the social uses of Facebook and are described the practices of the young associated with the better use of the technocommunicatives codes of the computing platform, the content production and the collective construction of meaning in this particular network environment. Among the main conclusions of the study, the relevance of the category social uses for the analysis of socio-historical and cultural processes mediated by and mediators of ICT is reaffirmed. **Keywords:** Social uses; Information and Communication Technologies; Social networking sites; Facebook; young Cubans; virtual ethnography.

1. Introducción

Los sitios de redes sociales (SRS) constituyen espacios virtuales que marcan una inflexión significativa en la configuración social de la Web. Se constituyen en objetos de estudio de interés para el campo de la Comunicación, por el potencial renovador asociado a sus usos, procesos, modelos y actores, con respecto a otros sistemas tecnológicos y mediáticos. Comprender el condicionamiento instrumental-simbólico de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y la proyección de la figura del usuario desde el reconocimiento de su capacidad de agencia en y a través de los ambientes de redes, constituyen premisas esenciales para un acercamiento a las redimensiones de lo comunicativo, en tanto proceso mediado social y tecnológicamente, sobre la base de perspectivas socioculturales.

En el ámbito cubano se afianza la necesidad de contribuir con la investigación social sobre las TIC, debido a particularidades que, por un lado, conectan al país con las modificaciones tecno-culturales que tienen lugar a escala regional y global y, por otro, lo distinguen según circunstancias que combinan la precariedad infraestructural y la conexión limitada, con la consolidación, no obstante, de prácticas singulares de apropiación y usos en distintos sectores y grupos sociales, entre los que sobresale la juventud (Gómez, 2014; Justiniani, 2014; Padrón, 2014; Prada, 2014 y Rodríguez, 2014)¹.

[01] El presente estudio forma parte de un proyecto de investigación acerca de los usos sociales de Internet y las TIC en Cuba, desarrollado por la Disciplina Comunicación Hipermedia, Tecnología y Sociedad del Departamento de Periodismo de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana. Integra varias indagaciones en torno a los usos sociales de aplicaciones como los blogs, las webs periodísticas, los SRS como Facebook y Twitter, por parte de diversos segmentos de usuarios residentes en el país.

Precisamente, los adolescentes y jóvenes son privilegiados como sujetos-objetos en las investigaciones en torno a los usos de los SRS, debido a sus marcadas “empatías cognitivas y expresivas” con las TIC, a diferencia de los adultos, habituados a la cartografía sensorial de los medios masivos (Martín-Barbero, 2002).

Bajo una notable diversidad teórico-conceptual y metodológica, en el panorama internacional se acumulan investigaciones centradas en el examen de las motivaciones, prácticas, representaciones y modos de hacer con los SRS por parte de usuarios jóvenes, de manera que se confirman como centro de atención de los programas de pesquisa (Almansa, Fonseca y Castillo, 2013; Armstrong y McAdams, 2011; Baek, Cho y Kim, 2014; Blumer y Döring, 2012; Colás, González y De Pablos, 2013; Chan, 2014; Eigenmann, 2013; Gabino, 2004; Huang, Yang y Chen, 2015; Meneses, 2005; Naval, Palazzo y Gómez, 2013; Park, Chung y Lee, 2012; Racioppe, Rotouno, Poiré y Porta, 2008; Sureda-Negre, Comas-Forgas y Morey-López, 2010; Taberner, Aranda, Sánchez Navarro y Bernete, 2009; y Yeap, 2015).

Son estudios que, por lo general, muestran una trayectoria orientada a la identificación y descripción instrumental de los usos, y se caracterizan por su afán totalizador. Sin embargo, varios autores (Alonso, 2010; Cogo y Dutra, 2011; Fuentes-Navarro, 2000) subrayan la necesidad de trascender estas aproximaciones a partir de enfoques más complejos e integradores.

La reciente ampliación de las posibilidades de acceso a las redes digitales en Cuba², potencia usos más heterogéneos y sistemáticos de los servicios *online*, con énfasis en los SRS, si bien permanecen costos muy elevados para la mayoría de los usuarios. Más allá de las estadísticas sobre los bajos índices de penetración de Internet, miles o decenas de miles de jóvenes aparentemente desconectados, encuentran caminos alternativos para acceder a la Red³, y en estos procesos desarrollan destrezas y métodos novedosos que garantizan sus vínculos con el mundo digital (Recio, 2013).

[02] “A través de la Resolución número 197 de 2013, el Ministerio de Comunicaciones aprobó la comercialización del servicio de acceso a Internet, mediante dos modalidades principales: las cuentas temporales (con la venta de tarjetas no recargables y con servicio de navegación internacional), y las cuentas permanentes (firma de un contrato entre el usuario y la Empresa de Telecomunicaciones de Cuba, S.A. [ETECSA] el cual le ofrece al cliente servicios de navegación por la red nacional e internacional y las de correo electrónico nacional e internacional). Los servicios se garantizarían a través del proveedor Nauta.” (Cabrera, 2015: 46).

[03] Valdés (2002) identifica cuatro esquemas principales de acceso informal en Cuba: el primero se basa en las cuentas del mercado negro en dólares; el segundo serían las cuentas subrepticias –administradores de sistemas crean otras cuentas en un servidor real y las suministran, generalmente no media pago–; el tercero refiere las cuentas compartidas entre personas; y el cuarto serían las cuentas distribuidoras –una persona con acceso, recibe almacena, distribuye información de otras–.

Ello supone una reinención consecutiva de prácticas individuales y colectivas, que confirman la pertinencia de investigar los usos sociales de los SRS por parte de usuarios jóvenes. La selección de este segmento de población se sustenta, por demás, en su rol esencial como actores directamente involucrados con las TIC, que se instituyen en (re)productores primordiales de sus lógicas de funcionamiento.

Teniendo en cuenta lo anterior, la presente contribución se propone examinar los usos sociales del SRS Facebook que realiza un grupo de jóvenes cubanos residentes en el país, a partir del análisis de los resultados de un estudio empírico, cualitativo, basado en la etnografía virtual como estrategia metodológica. El trabajo se apropia del acervo conceptual y teórico asociado a los usos sociales en la tradición investigativa de la comunicación de masas, para incorporarlo al estudio sobre la mediación de las TIC.

2. Presupuestos teóricos

La categoría usos sociales asoma como una propuesta que encarna conceptual, teórica y metodológicamente un giro paradigmático en los acercamientos a la comunicación como proceso sociocultural mediado y mediador. Esta modificación involucra a sus etapas, componentes y actores fundamentales; en especial, a la relación entre receptores y medios como dinámica de (re)producción social. Los usos sociales devienen una construcción que habilita recursos operacionales complejos y flexibles, según diversos objetos-procesos de estudio, sobre la base de modelos metodológicos heterogéneos y anclados a una línea de investigación científica de carácter sociocultural.

Teniendo en cuenta las matrices teórico-conceptuales y metodológicas acerca de los usos sociales, y los aportes de un grupo de autores significativos (Aldazabal, 2011; Alonso, 2010; Ceballo y Marrero, 2015; Cogo, 2009; Covi, 2012; De Certeau, 1990; Fuentes, 2000; González y Aguilera, 2007; Martín-Barbero, 1998), es posible definirlos como un conjunto de “maneras de hacer” asociado a un sistema de prácticas que integra la capacidad de (re)apropiación, aprovechamiento y potencial transformación de artefactos y/o procesos culturales, en un lugar y un momento determinados histórica y socialmente. Dicho sistema de prácticas está mediado por esquemas de significación socioculturalmente articulados.

Esta noción recupera las bases de los Estudios de Recepción y de otras zonas de saberes, si bien su abordaje es aún preliminar, y las indagaciones permanecen desarticuladas, toda vez que “no existe la distancia epistemológica adecuada” para interpretar los nuevos escenarios y procesos (Gómez, 2002).

El apego a la perspectiva latinoamericana de los Usos Sociales y la valoración de las afectaciones sustantivas de la comunicación en ambientes digitales, entre las cuales se destaca la emergencia del usuario, sustentan la imposibilidad de abarcar los usos sociales sólo a partir de las tácticas interpretativas y de construcción de significados, y/o a partir de los modos de incorporación de los medios y artefactos a la vida cotidiana (Ceballos y Marrero, 2015).

La categoría brinda la posibilidad de cotejar la complejidad de los vínculos entre sujetos y TIC. Ello implica no sólo reflejar las “maneras de hacer” (De Certeau, 1996) con dispositivos e interfaces, y restituir el lugar de los procesos de interpretación de mensajes, sino incorporar la producción comunicativa hipermedial generada por los propios usuarios, los modos de gestión individual y colectiva de la información y la comunicación en red (Marrero, 2013: 136).

Los usos sociales vinculados a los SRS pueden entenderse a partir de un complejo sistema de dimensiones no excluyentes que reedita, justamente, el entramado de actividades mediáticas realizadas por los sujetos conectados, modeladas por la interacción social en la Red. Los ambientes digitales, que constituyen espacio y mediación tecno-cultural, son proclives a ser subvertidos, recreados, mediante las apropiaciones y las formas de empleo de los sistemas e *interfaces*, en tanto procesos inherentes a la co-producción comunicativa hipermedial (Marrero, 2013).

En este sentido, Facebook se configura como un singular “objeto” de uso social, debido a su constitución como plataforma unificada, que articula con naturalidad en un mismo entorno, una pluralidad de funcionalidades que antes se encontraban separadas, y competían en Internet. Es el SRS por excelencia, que concentra variadas formas de publicación en el perfil de cada usuario e integra códigos e instrucciones (Ciuffoli y López, 2010: 114).

Las interacciones en Facebook operan a raíz de espacios desde los que tiene lugar la producción-consumo social de contenidos. Entre los más conocidos se encuentran la lista de amigos, los grupos y páginas, el muro, la biografía y los eventos (Caers *et al.*, 2013; Ciuffoli y López, 2010; Gerlitz y Helmond, 2013; Gruffat y Schimkus, 2010; Morales, 2013; Quan-haase y Young, 2010); Salgado, 2013; y Sued, 2010).

En estos espacios de interacción se instauran relaciones de acuerdo con el manejo y dominio de las herramientas de la plataforma. Los botones o *plugins* sociales como ‘me gusta’, ‘compartir’ y ‘comentar’ son las aplicaciones más usadas, y permiten a los usuarios compartir y recomendar recursos de diversa índole (Gerlitz y Helmond, 2013).

En un intento por apuntar las dimensiones conceptuales fundamentales de Facebook en tanto herramienta, entorno y proceso; y a partir de las apor-

taciones de autores como Boyd y Ellison (2007); Cascales, Real y Benedicto (2011); Ciuffoli y López (2010); Fumero y García (2008); García y Díaz (2009); Quan-haase y Young (2010); Rodríguez (2012) y Sued (2010), entre otros, es posible definir este SRS como un servicio *online* que se identifica como una red social de contactos de amigos que potencia la interacción entre personas conocidas y/o desconocidas en el universo *offline*, las cuales convergen con diversas instituciones, proyectos y comunidades de alcance global-local, a través de la actualización de perfiles personales y grupales, la gestión info-comunicativa multidireccional, y el desarrollo y empleo de aplicaciones desde y para la plataforma.

Asimismo, Facebook posibilita la (re)construcción y expresión de identidades asociadas a redes de relaciones que se articulan en escenarios específicos como el muro, la biografía, las páginas, los grupos y los eventos, por medio de códigos tecno-comunicativos que integran la búsqueda y recuperación de información; las sugerencias y recomendaciones; los recursos interactivos y de participación, como el ‘me gusta’, el ‘compartir’, los ‘comentarios’, las ‘etiquetas’, el ‘destacado’ de las publicaciones, la creación de ‘eventos’ y el *hashtag*; y la producción y consumo de contenidos hipermediales, de manera que estimula el intercambio social y constituye condición de posibilidad para la construcción colectiva de significados. Facebook puede analizarse como una herramienta tecnológica y también como un entorno social dinámico que trastoca las dimensiones de lo público y lo privado, y en el cual tiene lugar el constante registro discursivo de las interacciones sobre la base del principio “usar es publicar” (Ciuffoli y López, 2010: 116).

Tomando en consideración los presupuestos teórico-conceptuales asociados a los usos sociales y el acercamiento al SRS Facebook en tanto “objeto” de uso, y en un esfuerzo por sintetizar las contribuciones de los autores citados, se propone comprender los usos sociales del SRS Facebook como el conjunto de “maneras de hacer” (De Certeau, 1996) asociado a un sistema de prácticas, mediado por esquemas de significación socioculturalmente articulados, que integra la capacidad de (re)apropiación, aprovechamiento y potencial transformación del SRS Facebook por parte de sus usuarios, sobre la base del dominio y empleo de los códigos tecno-comunicativos de la plataforma, la (re)producción de contenidos hipermediales y la construcción colectiva de significados.

Estos procesos tienen lugar a través de redes de relaciones que sustentan y estimulan el intercambio social, expresado en la narración y contraste de experiencias, la confluencia de opiniones disímiles y estados de ánimo, el enlace de fuentes e informaciones, el desarrollo de procesos de debate y construcción colaborativa, y la propuesta de convocatorias a la movilización *on/offline*. Dichas

prácticas, que se sitúan en un lugar y un momento determinados histórica y culturalmente, promueven potenciales transformaciones en las dinámicas cotidianas de los sujetos, y se configuran según condicionantes de índole tecnológica, individual, de orientación político-ideológica y situacional, entre otras.

3. Metodología

La categoría usos sociales ha sido abordada desde diferentes perspectivas teórico-metodológicas en los Estudios de Recepción como parte del campo de la Comunicación. La operacionalización de esta categoría analítica es el resultado de un arduo ejercicio de síntesis e integración de las aportaciones de diversos investigadores, como se mencionó en el apartado anterior. Teniendo en cuenta ese recorrido teórico, los usos sociales de Facebook han sido abordados a partir de cuatro dimensiones fundamentales:

→ 1. Condicionantes de los usos sociales del SRS Facebook: Factores socioculturales que intervienen en las “maneras de hacer” (De Certeau, 1996) o la forma de conducta, ejercida habitualmente y esperada o sostenida por la cultura de los usuarios en y a través de Facebook.

→ 2. Aprovechamiento de los códigos tecno-comunicativos de Facebook: Modos de empleo de las aplicaciones y estructuras de la plataforma, de acuerdo con los significados atribuidos a ella y con las competencias tecnológicas del usuario.

→ 3. Producción de contenidos y construcción colectiva de significado: (Re)producción de contenidos hipermediales interpretados, (re)significados y enriquecidos por los usuarios dentro y fuera de la plataforma. Se estructuran a través de interacciones comunicativas.

→ 4. Potenciales transformaciones en la práctica social cotidiana: Variaciones de las prácticas socioculturales habituales de los usuarios debido –directa o indirectamente– al uso de la plataforma o a las interacciones ocurridas en y/o a partir de esta.

3.1 Perspectiva metodológica, tipo y diseño de investigación

El presente artículo es resultado de una investigación eminentemente cualitativa, y se sustenta en la indagación en torno a presupuestos esenciales que describen y analizan los usos sociales del SRS Facebook que realiza un grupo no representativo de jóvenes cubanos.

Se trata de una investigación de carácter empírico-descriptivo, con un notable matiz exploratorio, que constituyó un acercamiento inaugural a la categoría usos sociales de cara a las TIC, a través de la aplicación de la etnografía como método principal, readaptado al universo de la virtualidad.

Este método resulta adecuado para las aproximaciones a la categoría usos sociales porque permite explorar las implicaciones socioculturales de Internet (Choi y Park, 2013), al propiciar el estudio de determinadas comunidades de personas durante un período de tiempo establecido. Constituyó una herramienta crucial para el análisis de las dimensiones e indicadores de la categoría analítica, pues el necesario seguimiento a los miembros de la muestra en Facebook, permitió registrar las relaciones, actividades y formas de construir sentidos (Hine, 2011) que caracterizan los usos sociales de esta plataforma.

Como parte de las técnicas asociadas a la etnografía virtual, la observación tuvo un carácter primordial en el estudio, pues bajo esta modalidad se realizaron las primeras miradas a la plataforma (Álvarez, 2009: 23). La observación no participante en Facebook se enriqueció, a su vez, con otras técnicas que permitieron profundizar en los usos sociales del SRS y las condicionantes que intervienen en estos, como fueron la entrevista semiestandarizada y el grupo de discusión. La revisión bibliográfica-documental también resultó cardinal para el acercamiento al objeto de estudio.

El período de observación etnográfica se extendió desde el 11 de marzo hasta el 15 de abril del año 2014. La puesta en práctica de esta técnica de investigación estuvo mediada por condicionantes tecnológicas que limitaron el tiempo de conexión a cuatro días semanales –de martes a viernes–, de 8:30 a.m. a 4:00 p.m. La información publicada por los jóvenes estudiados durante la ausencia de las investigadoras se recuperó mediante el acceso retrospectivo al muro o *time line* de cada usuario, y de esta forma se logró registrar la mayoría de las acciones e intercambios.

La observación etnográfica se aplicó a un total de 12 jóvenes que aceptaron contribuir con la investigación y firmaron un consentimiento informado en el que se referían los presupuestos conceptuales y metodológicos, así como cuestiones organizativas y condiciones fundamentales de la misma. En este documento los usuarios tuvieron la opción de elegir entre el uso de su nombre y apellidos o de un seudónimo para su identificación en el estudio.

4. Análisis y discusión de los resultados

La investigación acerca de los usos sociales del SRS Facebook que realiza un grupo de jóvenes cubanos residentes en la isla, devino un ejercicio de experimentación constante que requirió ajustes en la medida en que avanzó la

pesquisa teórica y el trabajo empírico. La perspectiva cualitativa y el carácter descriptivo del estudio permitieron asumir este empeño en tanto proceso de construcción basado en la sistematización y la propuesta preliminar de la categoría usos sociales. No obstante, este supuesto conceptual demanda próximos acercamientos que tributen a su reubicación en el contexto de la info-comunicación hipermedia.

4.1 De las condicionantes de los usos

Los usuarios de Facebook que colaboraron en la investigación (Mayle González, Sulema Rodríguez, Rodolfo Romero, Yondainer Gutierrez, Marian Velázquez, Carolina García, Imiya⁴, Max Barbosa, María del Carmen Ramón, Javier Montenegro, Diana Ferreiro y Jennifer Veliz) conforman un grupo socio-demográficamente homogéneo; a saber: comparten un rango de edad entre 18 y 30 años, residen en La Habana y pertenecen a profesiones afines a la comunicación (sólo dos de los usuarios estudiados están relacionados con el diseño web y la informática). A pesar de que no se buscaba una diversidad dentro de la muestra de manera explícita, ocho son mujeres y cuatro hombres, y no existe una diferenciación marcada en cuanto al criterio racial. La mayoría de los estudiados (9) se vincularon a Internet cuando ingresaron a la educación superior, aunque los usos más profundos y conscientes de la plataforma comenzaron con su vida laboral.

La relación que los sujetos establecen con un medio tecnológico, así como la creación, por parte de los usuarios, del sentido de esa interacción, depende, en gran medida, de las condicionantes de los usos (Alonso, 2010). Dichas condicionantes permiten que un mismo objeto sea susceptible a diferentes usos, incluso distintos a los prescritos desde su creación (Aguilera y González, 2007: 36).

En sentido general, los jóvenes investigados manifiestan algunas similitudes en la identificación de las condicionantes o factores que inciden en los modos de uso de Facebook. La primera está asociada a la cuestión tecnológica: la mayoría (7) se conecta desde el trabajo, por disponer de conexiones con mayor calidad y utilizan (10) la interfaz para PC que brinda Facebook. El uso de *interfaces* responde a comodidades operativas y, principalmente, a los problemas de conectividad en Cuba.

Los contextos inmediatos y las situaciones que rodean el lugar y el momento de la conexión asoman como otro factor de máximo interés, y se encuentran en relación directa con la condicionante tecnológica. Durante la etnografía, casi la totalidad de las publicaciones fueron realizadas en días laborables del

[04] Seudónimo.

mes, de manera que se reafirman estos entornos como escenarios fundamentales de acceso de los usuarios estudiados.

Las motivaciones, por su parte, se integran como un elemento que guarda estrecha relación con los usos de la plataforma. A partir de las consideraciones de los jóvenes de la muestra, sus motivaciones para “entrar” en Facebook pueden sintetizarse en cinco tendencias fundamentales: curiosidad, moda o embullo, petición de algún familiar, necesidad de comunicación con familiares en el exterior, y por petición del centro laboral.

4.2 Aprovechamiento de los códigos tecno-comunicativos de Facebook

La popularidad de Facebook se debe, entre otras cuestiones, a las facilidades de acceso y manejo del sitio, y a su presentación como una plataforma unificada. La utilización de sus recursos está marcada por la visión particular de cada usuario, con respecto a los usos que hacen de las distintas herramientas. Una parte de los usuarios (4) considera que Facebook es un espacio de socialización en el que se desarrollan procesos participativos y de interacción, que requieren del dominio de la plataforma y que permiten visibilidad en la Red. Este segmento cree que Facebook hace de la comunicación un suceso más fácil, eficaz y dinámico, a pesar de las limitaciones de este tipo de vínculo social mediado tecnológicamente.

En el estudio se evidenció que el ‘me gusta’ es la herramienta primordial y más utilizada. Los usuarios identificaron diferentes tipologías asociadas a este botón, resultado de la atribución de significados y la refuncionalización de la herramienta, según sus experiencias. Marcar ‘me gusta’ es una acción polisémica que se va modelando en la medida en que los actores conectados comparten códigos comunicativos y fortalecen sus vínculos. De este modo, puede emplearse “para estar presente”, para dar una aprobación de algo, o simplemente para hacerse visible en la plataforma, a partir del registro de actividades y notificaciones distintivo del SRS.

Otro de los recursos empleados por todos los jóvenes es el ‘etiquetado’. Durante la observación etnográfica se pudo constatar que la mayoría de los usuarios acuden a este recurso para hacer referencia a varios de sus amigos, lo que confirma el énfasis en el empleo de las etiquetas con fines comunicativos.

Los *hashtags* también reciben el efecto reconfigurador de los usos colectivos, y de manos de algunos de los usuarios investigados se convierten en dispositivos que remarcan la identidad grupal y con ello, la pertenencia a una red social que se articula en los escenarios *on/offline*.

El icono de ‘compartir’ es una manera fácil de distribuir contenido e implica un nivel más profundo en el uso de Facebook. Su empleo por parte de

los usuarios de la muestra, está relacionado estrechamente con la necesidad de que ‘el otro’ vea y apruebe determinado tema.

Respecto a los ‘comentarios’, algunos jóvenes consultados tienden a comentar temas personales, como parte de las interacciones en que participan. En el cuadro de comentar no sólo escriben textos, también acuden a emoticonos (2), fotos (4), vídeos (2) o enlaces (1) referentes al tema de conversación. Se utilizan para apoyar determinada causa, para bromear entre amigos o para hacerse visible y “estar”.

En cuanto al uso de los tipos de contenidos, se destaca el empleo del texto escrito en las publicaciones. Los doce usuarios se apoyan en este formato para comentar, acompañar los contenidos que comparten o publican, y para la actualización del estado en los perfiles personales, aunque reconocen el marcado carácter visual de la plataforma. De igual manera, compartir o publicar imágenes posibilita exponer sentimientos, estados de ánimo, reflejar experiencias de interés, sin necesidad del relato textual.

Llama la atención, en este punto, que los temas políticos tratados en la plataforma de manera general, se abordan a través de enlaces a medios de prensa nacionales o internacionales, de modo que predominan las referencias a voces institucionalizadas a la hora de emitir opiniones de carácter político-social.

4.3 Producción de contenidos y construcción colectiva de significados

En las semanas analizadas las actividades en Facebook de los doce usuarios fueron variables según preferencias e intereses particulares. Se pudo constatar la diversidad temática de las actualizaciones y los intercambios centrados, fundamentalmente, en diez grandes tópicos que van desde arte y literatura hasta economía, deportes y ocio (Arte y literatura, Sociedad y política, Experiencias personales, Audiovisual, Tecnología y comunicación, Ciencia y medio ambiente, Historia, Deportes y Ocio).

La actitud general ante estos tópicos resulta favorable y la forma en que se comparten es puramente participativa y de distribución de contenidos. Los usuarios, en su mayoría (9), se sienten cómodos compartiendo experiencias personales con sus amigos a través de fotografías, esencialmente. Al mismo tiempo, se observan numerosas intervenciones donde asoman subtópicos de la realidad cubana y cuestionamientos críticos a la misma, aunque con un matiz humorístico.

La producción de contenidos y construcción colectiva de significado constituye un eje analítico principal, toda vez que encarna la sustancia dialógica y social de los procesos que se desarrollan en la plataforma. Con respecto a la

participación en la red social, y teniendo en cuenta que participar es promocionar, difundir, dar a conocer y unir, comentar, integrar ideas, pertenecer y construir identidad, los índices de actividad de los usuarios estudiados se presentan como variables.

Los debates más frecuentes en Facebook tienen que ver con experiencias personales. Muchas veces no mantienen una línea estricta, pues los amigos comparten otras experiencias que salen a relucir en interacciones que funcionan como grandes diálogos públicos. En ocasiones, están condicionados por el tema de la calidad y frecuencia del acceso a Internet, por lo que pueden darse a destiempo y suelen interrumpirse por los horarios de conexión, coincidentes con el horario laboral de la media estudiada (8.00 a.m. a 5.00 p.m.).

4.4 Potenciales transformaciones en la práctica social cotidiana

Los reajustes valorados por los propios sujetos a partir del uso de la red social Facebook se relacionan primeramente con las rutinas diarias, tanto de trabajo como personales. Muchos de los jóvenes (9) refieren que la principal transformación en sus vidas a partir de los usos de la plataforma, se asocia a la diversificación de los modos de desarrollo y mantenimiento de las redes de relaciones (familiares, grupales, laborales).

Estos usuarios consideran que Facebook les permite interactuar con familiares y amigos geográficamente distantes. Ello conlleva a que lo consideren como un nuevo medio de comunicación, en muchas ocasiones sustituto del correo electrónico (8) y el teléfono (2).

De igual forma, una parte de los usuarios (5) manifiesta que Facebook le ha permitido conocer otras personas, que han devenido amigos con los cuales han podido interactuar dentro y fuera de la plataforma. Consideran (3), además, que a pesar de ser una red de amigos en la web, en ella se proyectan las personas del mismo modo que en los espacios físicos, por lo que otorgan legitimidad a esos lazos afectivos expresados *online*.

Sin embargo, los usuarios no creen que Facebook sustituya los encuentros *offline*, aunque reconocen que la comunicación a través de esta red es mucho más rápida, fácil y visual. Al no ser un espacio físico concreto “caben” muchas más personas en una conversación, y la atemporalidad del espacio hace que a través de las fronteras geográficas, la comunicación fluya sin problemas.

Los criterios seguidos por estos usuarios para aceptar o enviar una solicitud de amistad han sufrido cambios en el transcurso del tiempo. Las solicitudes son aceptadas a partir de valorar la cantidad de amigos en común (5); algunos (2) acostumbran a aceptar casi todas las solicitudes por la visibilidad que garantiza a los contenidos de carácter profesional que publican. Una táctica

es la revisión de los perfiles para conocer los intereses y los contenidos de las personas que les envían la petición. Otros jóvenes (2) solo aceptan y/o envían solicitudes de y hacia personas conocidas.

La mitad de los usuarios estudiados (6) considera que los conocimientos y habilidades que se van desarrollando a medida que se explora la plataforma evitan, en gran medida, la generación de *spam*, pues aprenden a darle prioridad e importancia a los contenidos que publican y se vuelven más selectivos.

5. Conclusiones

Los jóvenes estudiados (12) forman un grupo relativamente homogéneo teniendo en cuenta sus rasgos socio-demográficos. Si bien la mayoría (10) pertenece a perfiles profesionales afines a la comunicación, los usos que hacen de Facebook se distinguen según las características e intereses de cada usuario.

La conexión/desconexión de Cuba aparece como un factor primordial que interfiere en gran medida en los usos que los sujetos hacen de Facebook. Las condicionantes tecnológicas son identificadas como uno de los obstáculos fundamentales para el acceso a la plataforma.

De acuerdo con el uso de los recursos de interacción y participación, el estudio evidenció que el ‘me gusta’ es la herramienta primordial y más utilizada. Se identificaron diferentes tipologías de uso de este botón, resultado de la atribución de significados a la herramienta.

En otro nivel de interpretación y participación se encontraron el ‘compartir’ y el ‘comentar’. De manera general, los usuarios comparten fotos y enlaces, sobre todo de temas de interés personal. El factor tecnológico se reafirma como el más influyente en los tipos de contenido más utilizados. En este caso, predominan los textos escritos sobre otros formatos menos ligeros. Los jóvenes los utilizan según tres funcionalidades bien definidas; a saber: para complementar los contenidos que comparten, para comentar, y como parte de sus respectivas actualizaciones de estado.

La producción de contenido y la construcción colectiva de significado estuvo muy marcada por la participación de los usuarios. Los enlaces a temas políticos tuvieron gran repercusión y demostraron cómo la plataforma puede ser, potencialmente, un escenario deliberativo. También se generaron debates a partir de temas personales y de ocio con un marcado carácter lúdico, lo que pone de manifiesto la convergencia entre lo público y lo privado, lo local y lo global, la información y el entretenimiento característico de los ambientes digitales.

El uso de Facebook ha transformado, de cierta manera, las prácticas cotidianas de los usuarios. En las entrevistas y el grupo focal los jóvenes reconocieron modificaciones en los modos de empleo de la Web a raíz del uso de

redes sociales, en general, y de Facebook, en particular. Plantean, además, que la visión sobre la vida *offline* también se ha modificado.

Un elemento significativo está vinculado a la representatividad de la juventud cubana en el sitio de redes sociales, según las consideraciones de los sujetos investigados. Algunas opiniones alegan que en realidad la juventud cubana no está representada en la plataforma, debido a las condiciones de acceso a las TIC en el país. Sin embargo, coinciden en que los usuarios jóvenes que usan Facebook desde Cuba realizan una serie de acciones que responden a la necesidad de mantener las relaciones sociales e incentivarlas, mediante las aplicaciones y recursos de la plataforma.

Por último, el acercamiento a los usos sociales de Facebook que realiza un grupo de jóvenes cubanos residentes en el país reafirma la pertinencia de la categoría usos sociales para el análisis de los procesos sociohistóricos y culturales que se redimensionan a partir de las TIC, en tanto entidades de carácter instrumental y simbólico, y ante la emergencia de la figura del usuario como agente de la (re)producción de sentidos.

Asimismo, se confirma la validez de la etnografía virtual como método idóneo para la investigación en Ciencias Sociales, en general, y en las Ciencias de la Comunicación, en particular, para concretar acercamientos parciales y estudios de casos que tributen a la reflexión de orden conceptual y teórico. Esta metodología permite configurar instrumentos abiertos y flexibles, capaces de enfrentar las complejidades de la investigación social en un escenario novedoso y cambiante como los ambientes digitales.

6. Referencias

- ALDAZABAL, R. (2011): 'Descargas sincopadas... Usos sociales del jazz en La Habana, por parte de los públicos concurrentes a los conciertos de los jóvenes jazzistas', trabajo de Licenciatura en Periodismo, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Cuba.
- ALMANSA, A.; FONSECA, O. y CASTILLO, A. (2013): 'Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española', en *Comunicar*, 40, 127-135.
- ALONSO, M. (2010): 'Mediación y construcción de sentidos: notas en torno a su articulación teórico-metodológica en el estudio de la apropiación de Internet', en *Mediaciones Sociales*, 6, 3-37.
- ÁLVAREZ, G. M. (2009): 'Etnografía virtual: Exploración de una opción metodológica para la investigación en entornos virtuales de aprendizaje', en *Revista Q*, 3(6), 1-31.

- ARMSTRONG, C. L. y McADAMS, M. J. (2011): 'Blogging the Time Away? Young Adults' Motivations for Blog Use', en *Atlantic Journal of Communication*, 19(2), 113-128.
- BAEK, Y. M.; CHO, Y. y KIM, H. (2014): 'Attachment Style and its Influence on the Activities, Motives, and Consequences of SNS Use', en *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 58(4), 522-541.
- BLUMER, T. y DOERING, N. (2012): 'Are we the same online? The expression of the five factor personality traits on the computer and the Internet', en *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 6(3).
- BOYD, D. M. y ELLISON, N. (2007): 'Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship', en *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- CABRERA, C. (2015): 'Rutas USB. Acercamiento a la gestión de contenidos audiovisuales en el formato Paquete que realizan actores no institucionales en redes informales en La Habana', tesis de Licenciatura no publicada, Universidad de La Habana, Cuba.
- CAERS, R.; DE FEYTER, T.; DE COUCK, M.; STOUGH, T.; VIGNA, C. y DU BOIS, C. (2013): 'Facebook: a literature review', en *New Media & Society*, 15(6), 982-1002.
- CASCALES, A.; REAL, J. J. y BENEDICTO, M. B. (2011): 'Las redes sociales en Internet', en *Revista electrónica de Tecnología Educativa*, (38), 1-18.
- CEBALLO, A. (2013): 'De los medios masivos a la plataforma blog: usos sociales en red. Aproximación a los usos sociales vinculados a la edición de blogs por parte de un grupo de blogueros cubanos residentes en la isla', tesis de Licenciatura, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Cuba.
- CEBALLO, A. y MARRERO, L. (2015): 'De los medios masivos a las plataformas de comunicación en red. Apuntes sobre las concepciones de la categoría usos', en *Razón y Palabra*, (92), 1-38.
- CIUFFOLI, C. y LÓPEZ, G. (2010): 'Facebook como paradigma de la alfabetización digital en tiempos de barbarie cultural', en A. PISCITELLI; I. ADAIME e I. BINDER (Eds.): *El proyecto Facebook y la postuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*, 111-128. Barcelona: Ariel.
- COGO, D. (2009): 'Los Estudios de Recepción en América Latina: perspectivas teórico-metodológicas', en *Portal de la Comunicación InCom-UAB*. Recuperado el 8 de enero de 2012 desde: http://www.portalcomunicacion.com/esp/all.asp?id_llico=48 10/02/2009.
- COGO, D. y DUTRA, L. (2011): 'Redes sociais e os estudos de recepção na internet', en *MATRIZES*, 4(2), 75-92. Recuperado el 8 de marzo de 2012 desde: http://compos.com.pucrio.br/media/gt12_denise_cogo.pdf.

- COLÁS, P.; GÓNZALEZ, T. y DE PABLOS, J. (2013): 'Juventud y redes sociales: Motivaciones y usos preferentes', en *Comunicar*, 40, 15-23.
- CROVI, D. (2012): 'Apropiación: una aproximación conceptual', en A. SANDOVAL (Ed.): *¿Comunicación posmasiva?* (primera edición), 149-163. México D.F.: Universidad Iberoamericana.
- CHAN, M. (2014): 'Social identity gratifications of social network sites and their impact on collective action participation', en *Asian Journal of Social Psychology*, 17(3), 229-235.
- CHOI, S. y PARK, H. W. (2013): 'An exploratory approach to a Twitter-based community centered on a political goal in South Korea: Who organized it, what they shared, and how they acted', en *New Media & Society*, 16(1), 129-148.
- DE CERTEAU, M. (1996): *La invención de lo cotidiano. I. Artes de hacer*. México: Universidad Iberoamericana.
- EIGENMANN, C. S. (2013): 'Internet and Cellular Telephone Usage in Pakistan (2002-2012): A Challenge to Social Dichotomy', en *The International Journal of Technology, Knowledge, and Society*, 9(2), 215-239.
- FUENTES, R. (2000): 'Exploraciones teórico-metodológicas para la investigación sociocultural de los usos de Internet', en *V Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación ALAIC/UDP*, 1-16. Santiago de Chile.
- FUMERO, A. y GARCÍA, M. (2008): 'Redes sociales: contextualización de un fenómeno dos-punto-cero', en *Telos: cuadernos de comunicación e innovación*, (76), 56-68.
- GABINO, M. (2004): 'Niños y jóvenes como usuarios-receptores virtuales e interactivos', en *Comunicar*, 22, 120-125.
- GARCÍA, L. y DÍAZ, D. (2009): 'Web 2.0 y periodismo: del yo-rey al nosotros-red', tesis de Licenciatura en Periodismo, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Cuba.
- GERLITZ, C. y HELMOND, A. (2013): 'The like economy: Social buttons and the data-intensive web', en *New Media & Society*, (febrero). Recuperado el 4 de febrero de 2014 desde: <http://nms.sagepub.com/content/early/2013/02/03/146144481.2472322.abstract>
- GÓMEZ, E. (2002): 'Espacio, ciberespacio e hiperespacio: Nuevas configuraciones para leer la comunicación mediada por computadora', en F. ACEVES (Comp.): *Anuario de investigación de la comunicación* (Vol. IX), 271-285. México: CONEICC.
- GÓMEZ, G. (2014): 'Usos sociales de Facebook por parte de periodistas de la edición digital e impresa de Juventud Rebelde', tesis de Licenciatura en Periodismo, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Cuba.

- GONZÁLEZ, N. y AGUILERA, A. (2007): 'Flow activismo Usos sociales de los conciertos de Hip-Hop en Ciudad de La Habana', trabajo de Licenciatura en Periodismo, Facultad de Comunicación Universidad de La Habana, Cuba.
- GRUFFAT, C. y SCHIMKUS, R. (2010): 'La arquitectura es la política de la red. Facebook y sus rivales', en A. PISCITELLI; I. ADAIME e I. BINDER (Eds.): *El proyecto Facebook y la postuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*, 71–84. Barcelona: Ariel.
- HINE, C. (2011): *Etnografía virtual*. Editorial UOC.
- HUANG, C. L.; YANG, S. C. y CHEN, A.-S. (2015): 'Motivations and gratifications in an online game: Relationships among players' self-esteem, self-concept, and interpersonal relationships', en *Social Behavior & Personality: An International Journal*, 43(2), 193-204.
- JUSTINIANI, S. (2014): 'Usos sociales de Twitter por parte de periodistas de la edición digital e impresa de trabajadores', tesis de Licenciatura en Periodismo, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Cuba.
- MARRERO, L. (2013): 'Cuando los mapas se convierten en redes. Acercamiento a referentes teórico-metodológicos que tributan a la concepción del usuario en ambientes reticulares digitales', tesis de Maestría en Ciencias de la Comunicación. Universidad de La Habana, Cuba.
- MARTÍN-BARBERO, J. (1998): *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. La Habana: Pablo de la Torriente Brau.
- MARTÍN-BARBERO, J. (2002): 'Pistas para entre-ver medios y mediaciones', en *Signo y Pensamiento*, XXI(41), 13-20. Recuperado el 20 de abril de 2012 desde: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=86011596003>
- MENESES, B. (2005): 'Consumo cultural de medios impresos y electrónicos que realizan los jóvenes de ciencias de la comunicación de la Universidad de Occidente, Unidad los Mochis: para definir las pautas generales de una publicación dirigida a universitarios', tesis de Maestría en Comunicación, Universidad Iberoamericana, México.
- MORALES, L. (2013): 'Periodismo y Redes sociales: "Dadme esa palanca y moveré el mundo", los usuarios', tesis de Licenciatura. Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Cuba.
- NAVAL, C.; SÁDABA, C. y BRINGUÉ, X. (2003): *Impacto de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) en las Relaciones Sociales de los Jóvenes Navarros*. Navarra, España: Ona industria gráfica S.A.
- PADRÓN, K. (2014): 'Usos sociales de Facebook por parte de periodistas de la edición digital e impresa de trabajadores', tesis de Licenciatura en Periodismo, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Cuba.

- PARK, N.; CHUNG, J. E. y LEE, S. (2012): 'Explaining the use of text-based communication media: an examination of three theories of media use', en *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 15(7), 357-363.
- PRADA, L. (2014): 'Usos sociales de Twitter por parte de periodistas de la edición digital e impresa de Juventud Rebelde', tesis de Licenciatura en Periodismo, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Cuba.
- QUAN-HAASE, A. y YOUNG, A. L. (2010): 'Uses and Gratifications of Facebook and Instant Messaging', en *Technology & Society*, 30(5), 350-361.
- RACIOPPE, B. V.; ROTOUNO, C.; PORTA, P. I. y POIRÉ, M. J. (2008): 'Jóvenes y tics. Modos de socialización y construcción de identidad (es)', en *X Congreso REDCOM "Conectados, Hipersegmentados y Desinformados en la Era de la Globalización"*. Salta, Argentina. Recuperado el 3 de febrero de 2014 desde: <http://www.ucasal.net/novedades/archivos/redcom-ponencia/Ejes23y4/Eje3/Mesa3-2/Racioppe-Rotouno-Porta-Poire.pdf>
- RECIO, M. (2013): 'Mis amigos en Facebook. Apuntes con intención ciberetnográfica', en *Temas*, 74, 54-61.
- RODRÍGUEZ, A. (2012): *Artesanías de sentidos. Acercamiento a las concepciones sobre las prácticas emergentes de ciudadanía en plataformas de comunicación en red*. Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Cuba.
- RODRÍGUEZ, J. (2014): 'Usos sociales del SRS Twitter que realiza un grupo de jóvenes cubanos residentes en la Isla', tesis de Licenciatura en Periodismo, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Cuba.
- SALGADO, F. (2013): 'Periodismo para el cambio global. Caracterización de los rasgos contrahegemónicos del discurso mediático de la agencia de noticias Inter Press Service, a partir del estudio de sus perfiles en las redes sociales Facebook y Twitter', tesis de Licenciatura en Periodismo, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Cuba.
- SUED, G. (2010): 'Pensando a Facebook, una aproximación colectiva por dimensiones', en A. PISCITELLI; I. ADAIME e I. BINDER (Eds.): *El proyecto Facebook y la postuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*, 59-69. Barcelona: Ariel.
- SUREDA-NEGRE, J.; COMAS-FORGAS, R. y MOREY-LÓPEZ, M. (2010): 'Internet Access by Minors at Home: Usage Norms Imposed by Parents', en *Comunicar*, 23(45), 135-143.
- TABERNEO, C.; ARANDA, D.; SÁNCHEZ NAVARRO, J. y BERNETE, F. (2009): 'Juventud y tecnologías digitales: espacios de ocio, participación y aprendizaje. Usos de las TIC, relaciones sociales y cambios en la socialización de las y los jóvenes', en *Revista de estudios de juventud*, 88, 77-115.

→ VALDÉS, N. (2002): 'Cuba y la tecnología de la información', en *Temas*, 31, 57-71.

→ YEAP, J. A. L. (2015): 'The assessment of Internet addiction among university students: some findings from a focus group', en *Tehnicki vjesnik - Technical Gazette*, 22(1), 105-111.

Agradecimientos a la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana y a los usuarios que accedieron a participar en este estudio.

Para citar este artículo:

Marrero, L; Jiménez, A. C. y Rodríguez Brito, A. (2017): 'Usos sociales de Facebook que realizan jóvenes cubanos residentes en el país', en *index. comunicación*, 7(3), 211-229.

