

Cibercomunicación: ¿necesidad o satisfactor? Análisis de facebook desde las necesidades axiológicas*

Cyber communication: need or satisfier? Facebook analysis
from axiological needs

Recibido: 23 de enero de 2014 - Revisado: 28 de marzo de 2014 - Aceptado: 11 de agosto de 2014

Mauro F. Quintana**
Widman Valbuena***

Resumen

El artículo se enfoca en el análisis de la red social Facebook como potencial medio generador de satisfactores a necesidades axiológicas del ser humano, igualmente, se desarrolla una teorización sobre las redes sociales desde los estudios en comunicación, así como el posicionamiento del mundo de la vida y el principio de intersubjetividad de la Teoría de la Acción Comunicativa de Jürgen Habermas, dentro de los nuevos medios. Se desarrolla un modelo deconstructivista que permite definir la experiencia de identificación de satisfactores a las necesidades en un grupo de usuarios de esta red social.

Se obtiene un acercamiento a un fenómeno revolucionario en el panorama comunicativo actual en el que, se termina entendiendo una red donde los usuarios reproducen sus dinámicas de grupo y reproducen, en gran medida y de manera coherente, su tejido social del entorno actual en el entorno virtual.

Palabras clave

Redes sociales digitales, necesidades axiológicas, satisfactores sinérgicos, comunicación y medios digitales.

Abstract

The article focuses on the analysis of the social network Facebook as potential means creator of satisfiers to axiological needs of human beings. It also develops a theorizing process about social networks from studies in communication, as well as the positioning of the world of life and the beginning of intersubjectivity of the Theory of Communicative Action of Jurgen Habermas, within new media. A deconstructionist model is developed; it helps us define the identification experience of satisfiers' needs in a group of users in this social network.

An approach to a revolutionary phenomenon is achieved in the current educational scenario where a net is conceived as a place where users reproduce their group dynamics and reproduce mostly their social tissue of the existing environment in the virtual world.

Keywords

Digital social networks, axiological needs, synergic satisfiers, communication and digital media.

* Artículo de reflexión producto del proyecto de Investigación "Nos vemos en el Face" Análisis de la red social Facebook desde el concepto de necesidades axiológicas, Universidad Sergio Arboleda, Bogotá, Colombia.

** Docente investigador en Universidad Sergio Arboleda, USA, Bogotá, Colombia; Universidad Minuto de Dios, Uniminuto, Soacha, Cundinamarca. Licenciado en Diseño tecnológico, Especialista en multimedia, Magister en Comunicación y medios. Correo electrónico: maquile@gmail.com

*** Docente e investigador en Universidad Sergio Arboleda, USA, Bogotá, Colombia. Licenciado en Diseño tecnológico, Especialista en Pedagogía del Diseño, Magister en Hábitat. Correo electrónico: said@iconk.org

Introducción

Tejiendo red

En el paso entre del siglo XX al XXI hemos sido testigos de diversos y significativos cambios del ecosistema donde anidan y se desarrollan las comunicaciones, los medios y la forma en que se ha impactado los procesos sociales de lo que algunos teóricos han denominado “la sociedad de la información” (Castells, 2001; Martínez, 2006).

Es así que, el desarrollo tecnológico digital ha irrumpido en la percepción que tenemos del mundo generando nuevos significados en el entramado social en el que nos desarrollamos como sujetos sociales, históricos y políticos por contar solo algunas de las dimensiones humanas impactadas por estos nuevos cambios. Ahora el acceso al gran volumen de datos se ha hecho ridículamente sencillo, e igualmente trae consigo ciertos “males” característicos de esta época tales como los virus informáticos o la piratería que viene con sus propios nombres novedosos como hacking, cracking, entre otros.

Como parte de lo anterior, asistimos a la proliferación artefactual que se materializa en diferentes formas de equipos de cómputo, haciendo casi obsoleta la computadora personal (PC), para dar cuenta de múltiples puertos de información portátil, como los ahora llamados teléfonos inteligentes, trayendo consigo para algunos tecnófobos la idea de la paulatina pérdida de la privacidad, como reacción infructuosamente contradictoria a la tecno-avalancha que sin duda ha catalizado y caracterizado los procesos de comunicación en la actualidad.

Tal vez, el aspecto más representativo de los cambios acaecidos en la época a la que se hace mención, es el de internet como medio de comunicación, que ha revolucionado en un lapso relativamente corto la forma en que percibimos el proceso comunicativo así como las mediaciones presentes en éste. Los cambios

manifiestos al interior de internet son el punto fundamental que da origen a la propuesta que aquí se aborda.

La fluidez digital propia de esta época (Bauman, 2000; Levy, 1999, 2007) ha cambiado radicalmente el rol de las audiencias descentrando el emisor y poli multiplicando los canales y modificando conceptos como “mass media”, elaborado desde los estudios culturales, para erigir otros como “multimedia” o “hipermedia” (Díaz, Catenazzi, & Aedo, 1996).

El modelo tradicional de la comunicación hoy es problematizado en función de no identificar un único receptor estático y pasivo centrado solamente en su papel de objetivo final de la información; ni siquiera pensando en la capacidad de retroalimentación que pueda brindar. El potencial carácter participativo del habitante web es el que modela, hoy por hoy, la configuración de la información que circula dentro del entorno digital, detentando, a diferencia de otras épocas, algún asomo de poder discursivo en los ahora sujetos emisores-receptores, productores-consumidores dando forma a otro tipo de comunicación en apariencia más democrática.

Dentro de este escenario ahora mediado por la tecno-ciencia digital, la aparición y el desarrollo de ecosistemas de red social han marcado un hito digno de análisis respecto a los usos y las actitudes que estos hábitats han despertado en los nuevos residentes y visitantes digitales en gran parte del globo.

Es así como My Space, Twitter, Linked In, Facebook, entre muchas otras, han evidenciado una aparente necesidad de las personas en general por apropiarse de este tipo de herramientas, con una intención evidentemente marcada hacia la “visibilidad” del sujeto posiblemente identificada, en términos de Thompson (1998), como un ejercicio de poder simbólico.

Es así que desde el trabajo docente en una institución universitaria y entendiendo el

potencial sinérgico de la visibilidad a través de entornos virtuales, se propone avanzar en el estudio en torno a la búsqueda de las formas de satisfacción a necesidades (Max-Neef, 1993) cuando un colectivo universitario interactúa por medio de la red social Facebook, de manera que se puedan mostrar las relaciones que esto pueda tener con las teorías de la comunicación en el panorama actual.

Contexto del proceso investigativo

La presente reflexión hace parte del proceso de formación en el marco de la Maestría en Comunicación y Medios del Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura -IECO- de la Universidad Nacional de Colombia entre el 2010-2011. Trabajo que actualiza su reflexión con el aporte de investigadores de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Sergio Arboleda.

Tecno relaciones digitales bajo observación

Como se anotó anteriormente el objeto de investigación seleccionado se constituye por aquellas relaciones mediadas por la red social Facebook, toda vez que las cifras demuestran que es la plataforma tipo red social digital más utilizada, así como una de las de mayor crecimiento a escala mundial donde Colombia no es la excepción a ello. Para el momento de la toma de datos existían aproximadamente 12.071.960 de usuarios de Facebook en Colombia (Facebook Colombia, 2011), siendo así el tercer país Latinoamericano con más usuarios de esta aplicación (superado solo por México y Argentina) y el cuarto país hispanoparlante con mayor número de usuarios activos. Además, se identificó que Facebook.com es el tercer sitio web más visitado en Colombia, detrás de Hotmail y Google.

Desde septiembre a la última actualización de información consultada durante la investigación (marzo 2011), esta fuente reportaba

un incremento de suscritos que oscila en más de dos millones de usuarios nuevos activos. De estos usuarios colombianos en Facebook, 8'196.000 eran mayores de edad (mayores de 18 años). (Quintana, 2011).

En los últimos años, la red social Facebook ha acaparado la mayor cantidad de usuarios en el mundo entero en sitios web de su categoría (INSNA, 2008), siendo defendido por sus desarrolladores como un medio de comunicación eficaz en función de crear una comunidad que comparta sus gustos e intereses, confirmando la pertinencia del estudio de esta red desde el campo de la comunicación y los medios.

Es así que, como objeto de estudio, ha sido abordado en diversas ocasiones en función de determinar índices de acceso y utilización de estas redes sociales en diferentes niveles o aspectos para obtener una valiosa y muy útil información a nivel estadístico para efectos de éste y otros estudios (p. 47).

El estudio planteado parte del hecho de que una gran parte de los usuarios cifrados de estas aplicaciones está conformado por comunidades de universitarios que acceden masivamente a su utilización, lo que está en coherencia con la intención y el público objetivo con que fue creado Facebook, planteando a la web como el medio de comunicación interpersonal que caracteriza por lo menos las primeras décadas del siglo XXI. La conectividad a internet, igualmente, ha tenido un desarrollo acelerado en términos de velocidad, costos, acceso, etc., que determinan un mayor índice de uso por parte de dicho público, presentando una continua y creciente participación de los jóvenes en la red (p. 47).

Sin embargo, es importante aclarar aquí que actualmente el uso de redes como Facebook ahora es menor en jóvenes y mayor en otros usuarios de mayor edad y que en ese sentido los datos que aquí se analizan no tienen en cuenta esta nueva configuración del uso de Facebook.

Por otro lado, es evidente que los estudios sobre esta red digital han desestimado la importancia que trae consigo el análisis que puede hacerse sobre los intereses y satisfactores que dichas aplicaciones en línea ofrecen a los usuarios. El planteamiento de esta investigación inquiriere por la posibilidad de que estas comunidades busquen satisfacer necesidades de carácter axiológico a través de este medio, partiendo de lo que por éstas entiende Max Neef y otros (1993), en congruencia con los intereses que puedan manifestar este tipo de audiencias (Valbuena, 2009; 2012).

Las “antiparras” para observar

Las redes sociales parten de la premisa de la generación de una estructura social formada por un grupo de personas relacionadas entre sí. A partir de la generación y evolución del concepto web, el término ha tomado gran trascendencia en función del usuario de internet. Las redes sociales virtuales se gestan, pues, como una importante y poderosa herramienta de comunicación del siglo XXI, hecho que las convierten en focos de atención para su estudio desde esta área del saber. (Quintana, 2011, pp. 47-48).

Indagando acerca de la relación existente entre las redes sociales y la comunicación, así como de la posibilidad de que los usos, comportamientos y actitudes de los usuarios de este tipo de aplicaciones haga en función de encontrar satisfacción a necesidades de tipo axiológico y que a su vez permitan validarlas como herramientas facilitadoras de la acción comunicativa planteada por Habermas, se abordan en este documento referentes teóricos que permitan acercar estas posturas a la intencionalidad final del presente trabajo investigativo.

Como se anotó anteriormente, cabe destacar que existen estudios realizados alrededor del carácter axiológico de las necesidades, en los que pueden evaluarse, además, conceptos

como satisfactores y bienes en comunidades de aprendizaje mediadas por TIC, desde los postulados de Manfred Max Neef (Valbuena, 2009).

Necesidades axiológicas, bienes culturales, satisfactores sinérgicos

A partir de un enfoque centrado en la crisis económica de América Latina, el economista y activista chileno Manfred Max-Neef ha planteado en diversas publicaciones, conferencias y entrevistas, algunas propuestas para dar respuesta a la crisis con alternativas radicalmente distintas a las que tradicionalmente se han trabajado. Indica que el diagnóstico de la enfermedad de América Latina (desde un enfoque socioeconómico) parece estar completo; en lo que aún no se ha generado consenso es en el tratamiento, debido a la complejidad del cuadro que presenta. Se intuye que las “recetas” convencionales y tradicionales venidas desde otros lugares del globo no funcionarán.

Después de todo, se trata de una crisis compleja que abarca los ámbitos: económico, social, cultural y político, y que dan como resultado que la totalidad de dicha crisis es superior a la suma de las partes que la constituyen, por eso su abordaje debe ser más sistémico que sistemático (Max-Neef, citado por Quintana, 2011). Para el mejoramiento de la calidad de vida de los pueblos llamados tercermundistas, es necesario que existan posibilidades de satisfacer adecuadamente sus necesidades humanas fundamentales que no son diferentes de otras sociedades pero que no por ello deben ser atendidas de la misma forma, o en términos de Max-Neef, con los mismos satisfactores. Como se insinuó líneas atrás, dichas necesidades son postuladas por Manfred Max-Neef como “un sistema en el que las mismas se interrelacionan e interactúan” (Max-Neef, 1993) haciendo parte, también, del proceso de identificación de sus correspondientes satisfactores.

Es así como el autor propone una clasificación de las necesidades humanas según categorías axiológicas y existenciales que permitan facilitar su identificación en función de asignar correspondencias con los satisfactores desarrollados por cada cultura donde median los bienes culturales a los cuales tiene acceso cada sociedad (Bonfil, 1995)

Según categorías existenciales, las necesidades son:

- Ser, tener, hacer y estar

Según categorías axiológicas, aparecen las necesidades de:

- Subsistencia, protección, afecto, entendimiento, participación, ocio, creación, identidad y libertad. (Max-Neef, 1993)

Para el planteamiento de los satisfactores que atiendan estas necesidades, se ha propuesto metodológicamente la potencialización de aquellos desde el entorno social en el que se mueva el individuo, a partir de estructuras generadas en el contraste de elementos negativos y positivos que puedan identificarse alrededor de cada una de las necesidades de dicho entorno. Para este caso en particular, aquellos que sean susceptibles de ser recreados en un entorno virtual de permanente interacción entre individuos.

Es así como se formulan los llamados satisfactores sinérgicos (p. 64), que son aquellos que, por la forma como satisfacen una necesidad determinada, estimulan y contribuyen a la satisfacción simultánea de otras necesidades. De esta forma, los entornos sociales desde la dimensión existencial del “tener” pueden actuar como satisfactores o generar determinados satisfactores que no sólo se centran en la satisfacción de una necesidad particular, sino que pueden hacer eco en otras necesidades axiológicas.

Así pues, en este proyecto de investigación, se determinan interrogantes a partir de la

postura aquí expuesta, referidos a la posibilidad de identificar cierto tipo de satisfactores sinérgicos en entornos sociales virtuales, así como el papel que pueden cumplir la comunicación y los medios (la web para el caso particular), dentro de sus funciones, como agente facilitador de dichos satisfactores en la llamada sociedad de la información.

La Intersubjetividad y el mundo de la vida.

Dentro de los esquemas de la Escuela de Frankfurt, Jürgen Habermas (1987) considera que en el mundo actual el sistema capitalista ha impuesto un modelo de acción orientada hacia fines concretos en el que la interactividad con el público no existe y en el que hay una censura evidente entre los intereses, claros y definidos, del “sistema” (el capitalismo de mercado, las instituciones políticas y sociales) y “el mundo de la vida” (la ciudadanía).

Postula que el “mundo de la vida” puede articular una respuesta a la racionalidad implacable e imponente del sistema a través del continuo “diálogo intersubjetivo” que allí se produciría. Los individuos que forman una sociedad dada, que no buscan un fin concreto sino el entendimiento en el diálogo continuo con los demás, pueden llegar a conclusiones que son, sin embargo, válidas, por cuanto participan todos de las mismas y no han buscado el interés egoísta, sino el consenso.

Propone así, un modelo que permite analizar la sociedad como dos formas de racionalidad que están en juego simultáneamente: la racionalidad sustantiva del mundo de la vida y la racionalidad formal del sistema, pero donde el mundo de la vida representa una perspectiva interna como el punto de vista de los sujetos que actúan sobre la sociedad, mientras que el sistema representa la perspectiva externa, como la estructura sistémica. (Habermas citado por Quintana, 2011).

De esta manera, se relaciona la teoría de Habermas con las formulaciones de Max Neef,

dado que dicho entendimiento se ha establecido como una necesidad propia del ser humano y donde el proceso comunicativo (o esta acción comunicativa) funge el papel de satisfactor correspondiente.

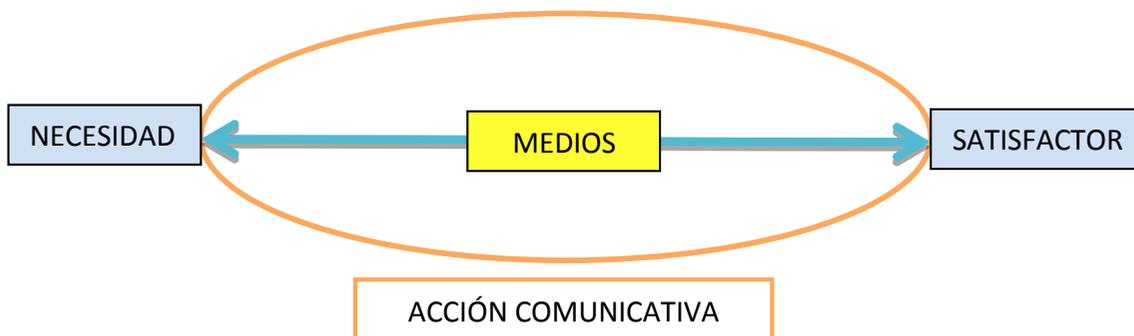
Desde la perspectiva de Max-Neef, en relación con las necesidades de carácter axiológico, Habermas (1987, p.38) se pronuncia desde el concepto de “acción regulada por normas”, explicando que el comportamiento de un actor se supedita a un grupo social que orienta su acción por valores comunes. De esta manera, se concibe un análisis desde dos posturas [Max-Neef y Habermas] dentro de un entorno donde se posibilite el desarrollo del diálogo intersubjetivo. (Quintana, 2011).

Es por ello que el concepto de acción comunicativa de Habermas se refiere a la

interacción de, por lo menos, dos sujetos capaces de lenguaje y de acción que entablan una relación interpersonal y tiene como núcleo fundamental las normas o reglas obligatorias de acción que definen formas recíprocas de conducta y han de ser entendidas y reconocidas intersubjetivamente (p. 50).

Por su parte, Max-Neef plantea que en la ecuación necesidades-satisfactores se instalan entre estos dos componentes, los medios como puente que las comunica (Figura 1). Lo anterior da para plantear de forma hipotética la acción comunicativa como ese puente entre las necesidades y los satisfactores, que desde un anclaje al principio dialógico propuesto desde la complejidad (Morin, 1999) explicaría la comunicación como un complejo que actúa al mismo tiempo como necesidad, medio y satisfactor.

Figura 1.
Acción comunicativa – Desarrollo a escala humana



Fuente: Autores.

En este sentido afirma Quintana (2011):

Este tipo de acción da lugar al marco institucional de la sociedad donde se identifican las siguientes funciones: organización colectiva para la conservación de la especie, la cual no está asegurada exclusivamente por el instinto; institucionalización del aprendizaje y la

acomodación, especialmente, la represión y la canalización de tendencias libidinosas o agresivas, que resultan disfuncionales para la propia conservación colectiva de la sociedad. Esta última función del marco institucional de la sociedad implica un doble factor: por un lado, la organización del poder con el fin de reprimir dichas tendencias agresivas, y de la

misma forma la articulación y satisfacción de nuestras necesidades. Este aspecto es susceptible de analizar desde el ejercicio del poder del usuario en las redes sociales, como dinamizador de su propio proceso comunicativo y la identificación, dentro de dicho entorno, de elementos satisfactorios a estas necesidades, conjugándose con lo expuesto por Max-Neef (p. 50).

Es así como, lo anterior se expresa en la intencionalidad que detenta la web, donde ese sujeto, es verdadero protagonista de su desarrollo a través de la publicación de contenidos compartiendo opiniones y criterios al tiempo que valida por medio de las prestaciones propias de estos nuevos medios, dando origen a un cuestionamiento que se orienta a determinar en qué medida las aplicaciones propias de la red social Facebook son susceptibles de ser valoradas desde el concepto de la intersubjetividad, para responder a las necesidades axiológicas en la población objeto de estudio (p. 50).

Con otros lentes

De la misma forma, Quintana (2011) considera que:

Otros referentes que determinan conceptos importantes a ser tomados en cuenta para el estudio propuesto. De esta manera, la gestación de una comunidad virtual dentro de la red social se define dentro de los parámetros establecidos por Rheingold (1996), así como su papel dentro de la conformación de multitudes inteligentes (Rheingold, 2004) donde se establece que las redes, constituidas por nodos y enlaces, emplean muchas rutas posibles para distribuir la información desde un enlace a otro y permiten su autorregulación a través de la conformación de jerarquías planas de gobernación y distribución de poder. Aduce el autor que constituye la forma más novedosa de organización social, después de las tribus, las jerarquías y los mercados. Percibe Rheingold, en la dinámica de las redes sociales virtuales, una diversidad

de umbrales de cooperación entre individuos que puede inclinar a una multitud hacia una repentina epidemia de cooperación. De esta manera, una minoría puede tomar la decisión de actuar en primer lugar y si las condiciones son propicias, sus acciones pueden impulsar las acciones de otros que necesitaban el modelo de alguien que actuase primero (p. 50).

Por otro lado, es importante considerar el concepto de comunidad virtual, aclarándolo desde el trabajo de Pierre Lévy (1999) quien afirma que este concepto no es equivalente a lo falso, lo ilusorio o lo imaginario. Explica Lévy que lo virtual no es, en modo alguno, lo opuesto a lo real, sino una forma de ser fecundo y potente, favoreciendo los procesos de creación que lleva el concepto más allá de referenciarlo en calidad de potencia, paralelo a lo real concebido como acto. Del mismo modo Lévy ha sugerido no reducir lo virtual a lo digital ya que lo primero tiene un espectro mayor donde se ubica lo digital como una forma de virtualidad que acelera la virtualización, es decir la problematización de lo actual.

Desde esta postura lo manifiesta Cortés (2002) al plantear que no existe una separación entre realidad y virtualidad, pues “el hombre no es solo mente sino además cuerpo”, el cual se proyecta mediante herramientas hacia la realidad, posibilitando acuñar el término de “realidad virtual”.

De forma complementaria, se entiende que la web es susceptible de ser analizada desde sus componentes característicos, en particular su patrón organizacional tipo red. Es decir que los rasgos constitutivos de esta como medio de comunicación parten del análisis propuesto por Restrepo (2006) basándose en Calvino planteando como categorías analíticas la multiplicidad, la visibilidad, la consistencia [en respuesta a la identidad como el ser que continuamente se está haciendo] conceptualizando las características culturales que se hacen manifiestas en el ciberespacio.

Materiales y Método

Interfaces y deconstrucción

Partiendo del trabajo desarrollado por estudiantes integrantes del semillero de investigación “Redes-cubriendo” de los programas de Comunicación Gráfica y Comunicación social del Centro regional Soacha de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, se conformó un grupo en la red social Facebook, como parte de la puesta en práctica de este tipo de aplicaciones en la dinámica del ejercicio pedagógico como elemento de apoyo en virtud de su calidad de herramienta de comunicación con alta preferencia dentro de este público.

Justamente, la investigación parte de inquirirse acerca de la potencialidad de dicha red en función del entorno educativo actual en relación con los intereses y necesidades manifestadas por los estudiantes que hace parte fundamental de él.

Siguiendo la línea metodológica propuesta para el estudio, se desarrolla un ejercicio conducente a una caracterización de la red social que permitiese identificar las opciones que aquella brinda en función de generar los medios adecuados para poder proveer satisfactores a las necesidades desde la propuesta de Max-Neef.

Esta caracterización se propone abordando la interfaz de usuario de Facebook. Dicha interfaz, entendida como procesos, reglas y con-

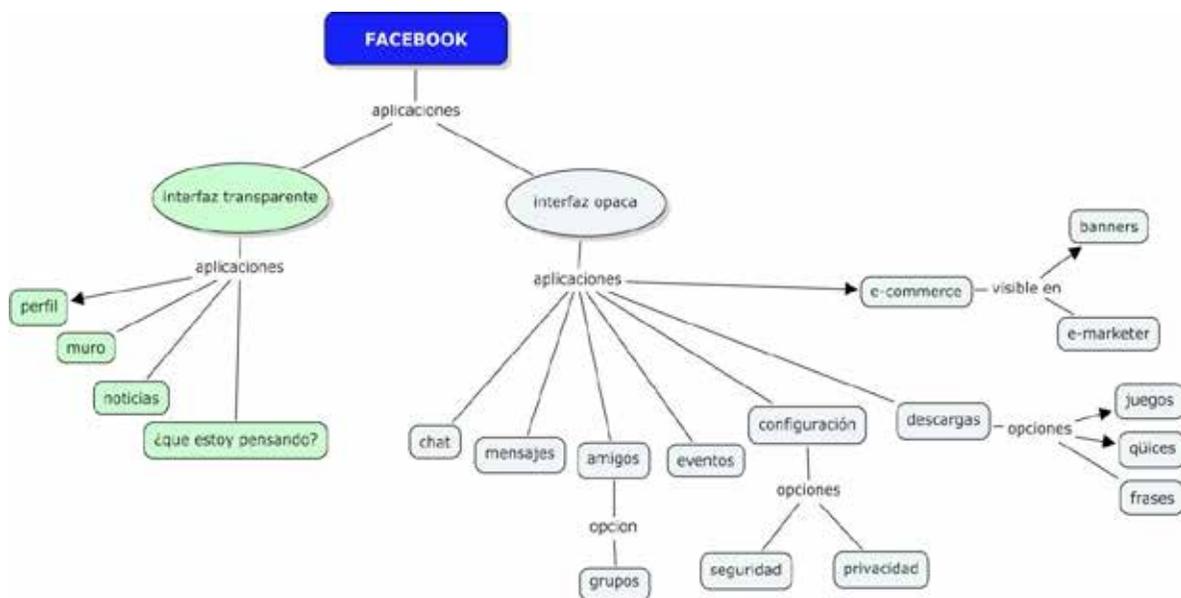
venciones que permiten la comunicación entre el hombre y los dispositivos digitales (Scolari, 2004) permite distinguir dos tipos diferentes que orientan la caracterización propuesta (Figura 2).

En primera instancia, se habla de Interfaces transparentes, esto es, una interfaz que no se ve. Se refiere a todas aquellas utilidades y aplicaciones que se asumen en la interacción de un dispositivo electrónico así como dentro de un ambiente digital o virtual.

En el caso particular de Facebook, la mayor parte de los elementos más transparentes tienen que ver con el carácter individual del sujeto, como la foto de su perfil, la información personal, el recuadro «qué estoy pensando» o el muro propio. El segundo tipo se denomina interfaces opacas según la propuesta de Scolari, quien define el término «opacidad» en función de todo aquello que se interpone entre el sujeto y la interfaz.

Este tipo de interfaces o aplicaciones requieren de parte del usuario un proceso mayor de concatenación de ideas y conceptos en función de un “aprendizaje” de la herramienta; implica un “pensar antes de hacer” dado que lo “opaco” según este autor es aquello que en parte obstaculiza la interacción entre el usuario y la interfaz. En la red analizada, formarían parte de aquellas aplicaciones que tienen que ver con la interacción entre usuarios como el chat, los mensajes, las solicitudes de amistad, los grupos y las aplicaciones que suelen ser de diversa índole.

Figura 2.
Caracterización de la red desde la tipología de interfaces de Scolari



Fuente: Quintana, 2011.

Posterior a esto y en coherencia con la naturaleza participativa de la web, se propuso en términos del estudio realizar una exploración basada en el concepto de Deconstrucción propuesta por Marco Raúl Mejía (1997) como estrategia que facilite un espacio de reflexión en la comunidad acerca de sus orígenes, ética, instituciones sociales e imaginarios construidos.

La aplicación de esta propuesta metodológica obedece, de una parte, a intentar establecer un vínculo con el entorno académico en el cual se desarrolla el estudio, asumiendo un diseño metodológico que atienda este tipo de intereses y permita develar resultados que partan de la experiencia para posibilitar una posterior reconstrucción de los aspectos analizados en función de una construcción colectiva de saberes. De otra parte, se buscó una coherencia con el aspecto eminentemente humanista que caracteriza el marco de referencia del proyecto.

Según Mejía (citado por Quintana, 2011, p. 52) el término deconstrucción tiene sus orígenes en la discusión francesa de finales de la década del '60 y comienzos de la del '70, buscando maneras distintas de leer la realidad, cuestionando las condiciones de posibilidad del discurso filosófico de la ilustración y el racionalismo. El procedimiento metodológico propuesto por Mejía, ha sido traducido dentro del presente trabajo en su fase exploratoria para determinar las necesidades que son susceptibles de ser satisfechas por los usuarios de Facebook en su interacción y participación dentro de la red desde sus intereses personales a partir del siguiente modelo:

- Ubicación de la realidad de los actores: A partir de entrevistas individuales y sesión de grupo focal, se define la ubicación de la propia realidad en la red social Facebook.

- Detección de las necesidades/intereses por los actores, para seleccionar el aspecto que va a ser deconstruido: se desarrollarán sesiones de discusión en pequeños grupos y plenaria. Para ello se utilizarán espacios definidos dentro de la institución para reuniones presenciales así como foros desarrollados al interior de un grupo creado en Facebook para tal fin.
- Construcción de la huella personal. El/la protagonista de la acción es quien hace la opción ética de cambiar o no. ¿Cómo el aspecto o elemento deconstruido se ha conformado en su historia personal?: se recogen historias de los usuarios sobre experiencias de satisfacción de necesidades en entornos comunitarios tanto actuales como virtuales.
- Construcción del mapa colectivo (sociograma): Elaboración del Mapa de relaciones (desde la satisfacción de necesidades) basándose en la matriz propuesta por Max-Neef y desde análisis de redes sociales ARS (Wasserman & Faust, 1994)
- Contraste de las historias de huella personal con la matriz de necesidades y satisfactores: Desde la información recolectada con los usuarios, se realizará un análisis cualitativo de la información.

A partir de los resultados obtenidos, se busca definir elementos que permitan establecer el fundamento reflexivo respecto a características de uso y niveles de apropiación de las aplicaciones propias de la web 2.0, centradas en el nuevo rol de los usuarios y entrever si en este nuevo panorama de los medios el poder detentado en las audiencias, representadas en este caso justamente en el papel de usuarios, define problemáticas sociales mayores cuyo abordaje se oriente al análisis de las dinámicas actuales referidas al manejo de la información

y la comunicación dentro del ecosistema digital y más específicamente para identificar el potencial estratégico de las mencionadas aplicaciones en el apoyo y fortalecimiento de los procesos educativos.

Resultados

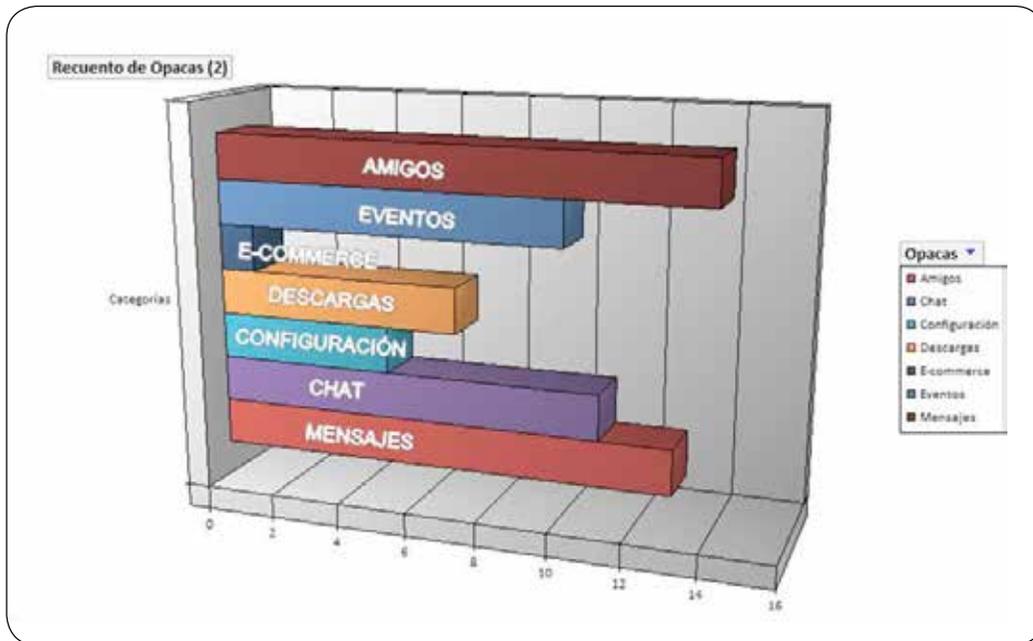
La red social como espacio de reconocimiento, crítica y reflexión.

A partir de la metodología propuesta, es decir, a partir de los pasos del modelo deconstructivo, se establecen los indicadores producto de la información recolectada. En este sentido se establece que la ubicación de la realidad de los actores dentro de la red social evidencia que la principal motivación por la que la mayoría accedió a crear una cuenta de usuario en Facebook se presenta por una invitación emitida por amigos (de entornos físicos en mayoría) así como la curiosidad por conocer la herramienta que claramente generaba tendencia en aquel momento en que abrieron dicha cuenta. Solo una de las personas entrevistadas afirmó hacerlo con fines estrictamente profesionales, pese a que lo expertos no clasifican a Facebook como una red propia de esta categoría.

Respecto a lo que refiere puntualmente a identificar necesidades e intereses de los integrantes del grupo, desde los usos más frecuentes de Facebook, se destacan aquellas funciones que básicamente se orientan a compartir información (principalmente en imágenes) así como hacer un seguimiento de actividades a través de los perfiles de sus contactos.

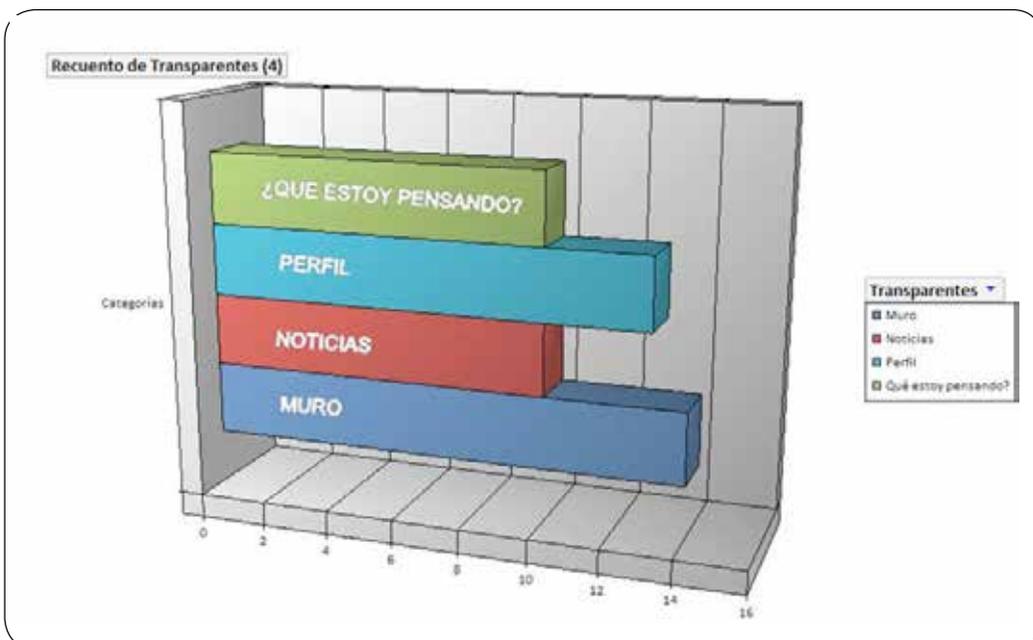
Las identificadas como interfaces “transparentes” (perfil, la información personal, el recuadro «qué estoy pensando», el muro) son las que con mayor frecuencia reportan actualizaciones en las cuentas de los usuarios (Figuras 3 y 4).

Figura 3.
Índices de uso aplicaciones en interfaces opacas



Fuente: Quintana, 2011.

Figura 4.
Índices de uso aplicaciones en interfaces transparentes



Fuente: Quintana, 2011.

De igual manera, la técnica deconstructiva permite encontrar aquellos elementos que el grupo identifica como propios de su realidad en el proceso comunicativo los cuales conducen a la vinculación de espacios de participación (como las redes sociales), con aspectos relacionados con la construcción de conocimiento a través de la interacción con otros, el reconocimiento a través de la visibilidad posibles de desarrollar en dicha interacción. Así sucede también con un aspecto más simple como la mera socialización, la necesidad de ampliar su círculo de allegados y una loable intención de poder llegar a transformar la realidad desde la acción colectiva.

La construcción de relaciones nos permite, igualmente, construir la huella personal de los participantes del proyecto y la búsqueda de satisfactores a sus necesidades axiológicas. En este sentido, su red da prelación a los lazos creados con sus semejantes, con los otros en sus entornos cercanos y preferentemente físicos, tangibles o no virtuales.

Es así como la familia, la pareja y los amigos (y esto último visto casi como crítica a la denominación que usa Facebook para los simples contactos) se manifiestan como potenciales entornos generadores de satisfactores sinérgicos, al manifestar, según el grupo de usuarios analizado, mayores oportunidades de participación, entendimiento, muestras de afecto y de protección, al recoger testimonios que evidencian la preferencia por el permanente contacto e interacción con personas pertenecientes a su círculo social interno (Sluzki, 1996) conformado efectivamente por familiares, amigos cercanos, etc.

En este punto, surgen aspectos que podrían ser identificados como inconformidades o reproches, como algunos de los miembros del grupo llamaron a ciertas experiencias vividas en la red social analizada.

La posible satisfacción a la necesidad de la identidad, en oposición a la sinergia que

podrían presentar algunas aplicaciones como medios satisfactores en *Facebook* tales como la participación o la libertad, no se percibe como positivo por el grupo. Por el contrario, la ven amenazada, insegura y expuesta. Se relaciona directamente con la discusión dada en múltiples ocasiones acerca de la ruptura de las líneas divisorias entre lo público y lo privado dentro de la web.

Sin embargo, esto puede resultar contradictorio, paradójico, teniendo en cuenta que son los propios usuarios quienes, como administradores de su propia red de información, determinan aquello que publican y bajo qué condiciones lo hacen definiendo plena autonomía en la determinación de la clasificación de su información.

Surge aquí un aspecto bastante interesante y es el hecho de que varios integrantes del semillero no consideran que lo que se publica en los perfiles de Facebook sean necesariamente elementos representativos de la identidad de las personas. Esto permitiría ver la red social como un medio de puesta en escena para una labor más bien “performativa”, donde una especie de “otro yo”, se posesiona de las identidades y se representa ante los demás de manera que incluso no sea reconocida por aquellos que están cerca pero en entornos más cercanos o más actuales.

Muestra de ello es el caso de integrantes que poseían más de una cuenta en *Facebook*, donde hacen uso de nombres alternativos, pseudónimos o derivaciones del propio y cuya intención no es explícita al ser inquiridos por ello. La motivación se percibe influenciada por la “desconfianza” que puede inspirar la red, o más precisamente, sus usuarios.

En otros casos, se evidencia la publicación de información escasa e incluso las imágenes o fotografías que comparten en su perfil descriptivo, son imágenes alternativas más no fotografías de sí mismos. La proyección de la identidad a partir de la fragmentación también

es recurrente, donde prefieren utilizar una parte detallada del rostro (un ojo, la boca, o segmentos combinados) como imagen de identificación y medio de protección de dicha identidad.

Pese a demostrar un alto nivel de interacción y uso de la herramienta, la mayor parte de los miembros del grupo no considera verse afectado por una posible cancelación de su cuenta de *Facebook*. De hecho, dos de sus miembros han recurrido a la suspensión de ésta por razones relacionadas con inconformidades encontradas en la aplicación, esto por identificar por un lado usos malintencionados de la red en el manejo de la información y por otro el hecho de encontrar información poco útil y aportante a sus intenciones comunicativas, en oposición al crecimiento intelectual o a esa intención transformadora que los usuarios consideran necesaria en la conformación de redes sociales.

¿Discusión o conclusión?

Desde la participación del grupo de usuarios con quienes se realizó el estudio y posterior al análisis respectivo, se hace notable que tal vez la necesidad axiológica que tiene mayor nivel de satisfacción es el ocio, razón por la que los usuarios perciben son creadas las cuentas de Facebook por sus contactos. Pese a esto, se percibe una inquietud en ellos por la resignificación de este tipo de espacios en función de reconfigurarla en pos de una sinergia más evidente orientada hacia la satisfacción de dichas necesidades.

En opinión de estos, la red social posee todo el potencial requerido para estos fines, sin embargo, flaquea en lo que podría llamarse “conciencia de uso” orientada a este tipo de prácticas. Facebook, como espacio de construcción de relaciones sociales, de participación y de visibilización, ha sido entendido y conformado por la red de usuarios con fines aparentemente más banales y superficiales y su uso alrededor de la gestión de medios satisfactores de carácter sinérgico, es esporádico y menos visible.

Uno de los principales hallazgos conceptuales de este estudio, es considerar la comunicación (acción comunicativa) tanto necesidad como satisfactor, en el sentido que conecta estos dos a través de los medios (bienes culturales) que desarrolla una sociedad. Como ejemplo de ello esta Facebook.

En este sentido y teniendo en cuenta los resultados del estudio, se ha logrado categorizar esta red social dentro de la tipología de satisfactores propuesta por Max Neef de la siguiente forma: como aportante de medios destructores y sinérgicos, los usuarios no definieron elementos lo suficientemente fuertes que permitan percibirla de esta manera. Las necesidades que satisface, lo hace de manera efectiva (sin destruir o violar posteriormente dicha satisfacción), pero no atiende necesidades simultáneas al tratar de solventar alguna de ellas.

De otro lado, se puede encontrar que la respuesta sí manifiesta pseudo-satisfactores en el sentido que aquellas necesidades que aparentan ser satisfechas, no han de ser cubiertas en sí, como sucede con la identidad, el entendimiento, el afecto o la participación.

De la misma forma, se logra identificar que desde las formas de hacer, estar, ser y tener; Facebook se comporta como un satisfactor inhibitor en la medida que sobresatisface necesidades como la del ocio, inhibiendo paralelamente respuestas al entendimiento, la creación, la libertad o la identidad.

Finalmente, se encuentra alguna evidencia de respuesta a una única necesidad, lo que da para pensar que Facebook también actúa como satisfactor singular respondiendo de manera particular a necesidades como el ocio, la subsistencia o la participación, aclarando que las respuestas que dan origen a estas conclusiones, se emiten desde un sector de la población de estudio, para cada caso en particular.

El carácter intersubjetivo (desde la visión de Habermas) de las aplicaciones propias de los

entornos virtuales develan un enorme potencial para la mencionada gestión de satisfactores a necesidades humanas en pos de su desarrollo como lo expone Max Neef, sin embargo Facebook es definida en función de las particularidades (emitidas desde las subjetividades) que los usuarios buscan y desarrollan desde su interacción, lo que explica que no es suficiente con el potencial técnico que puede ofrecer la plataforma en términos de interacción para responder a las necesidades axiológicas.

Es evidente su intención de encontrar viejas amistades a partir de dicho uso, lo que podría configurarla como una “red del pasado” con toda vigencia en el presente y si bien las redes sociales virtuales conservan, en coherencia con su significado, la intención de generar estructuras sociales basadas en las relaciones tejidas entre personas e incluso autores como los citados Vigotsky (1978) y Bauman (2000), entre otros, han establecido la construcción de la identidad precisamente desde la interacción con los otros, emerge la inquietud de la conformación de espacios de participación comunitaria, que faciliten oportunidades de gestación de medios satisfactores de carácter sinérgico a partir de la apropiación que de estas tecnologías evidencien sus usuarios, haciendo énfasis en la formación (responsabilidad de la educación y sus agentes) alrededor de una “conciencia de uso” que permita deconstruir y repensar nuestra red social como una herramienta de gestión y transformación de los aspectos de la realidad que no nos satisfacen y que son susceptibles de re-configurarse desde la acción colectiva (Rheingold, 2004; Wenger, 2001).

Una red que se defina desde el aspecto comunicativo como medio de vinculación entre el binomio necesidad – satisfactor y que potencialice el plausible cubrimiento de dichas necesidades en función de pensar ya no en aquella red del pasado sino en la materialización de una serie de aplicaciones, un sistema que actúe como verdadero satisfactor

sinérgico que contribuya de manera fehaciente al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes del ecosistema digital.

Referencias

- Bauman, Z. (2000). *Modernidad líquida*. México: Fondo de Cultura Económica de México.
- Bonfil, G. (1995). El etnodesarrollo: sus premisas jurídicas, políticas. *América Latina*, 2, 464–480. Recuperado de http://mail.udgvirtual.udg.mx/biblioteca/bitstream/20050101/1269/2/El_etnodesarrollo.pdf
- Castells, M. (2001). *La era de la información: economía, sociedad y cultura* (Tomo II: El poder de la identidad). Madrid: Alianza Editorial.
- Cortés, S. G. (2002). *Realidad y virtualidad*. Bogotá: Centro Universidad Abierta; Pontificia Universidad Javeriana.
- Díaz, P., Catenazzi, N., & Aedo, I. (1996). *De la multimedia a la hipermedia*. Madrid: Editorial Rama.
- Facebook Colombia (2011) *Usuarios de Facebook en Colombia*. Recuperado de <http://www.facebookcolombia.com/index.php>
- Habermas, J. (1987). *Teoría de la acción comunicativa* (Tomos I y II). Madrid: Editorial Taurus.
- International Network for social network analysis –[INSNA]. (2008). Recuperado de <http://www.insna.org>
- Lévy, P. (1999). *¿Qué es lo virtual?* Barcelona: Paidós.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura: Informe al Consejo de Europa*. Barcelona: Anthropos Editorial.

- Martínez, B. (2006). *Homo digitalis: etnografía de la cibercultura*. Bogotá: Universidad de los Andes, Facultad de Ciencias Sociales, Departamento de Antropología, Centro de Estudios Socioculturales e Internacionales –CESO.
- Max-Neef, M. (1993). *Desarrollo a escala humana. Una opción para el futuro*. Medellín: Proyecto 20 Editores.
- Mejía M. (Junio, 1997). *La deconstrucción: una estrategia formativa. Reconstruyendo la crítica en tiempos de globalización*. Ponencia presentada al VIII Congreso Mundial de Investigación-Acción Participante, en su mesa de IV Congreso Mundial de Aprendizaje-Acción, Cartagena de Indias.
- Morin, E. (1999). *La cabeza bien puesta. Repensar la reforma. Reformar el pensamiento*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Quintana, M. F. (2011). Facebook: de “cibermoda” a espacio alternativo de construcción de sentido. En D. Moreno (Comp.), *Comunicación, cultura y poder* (pp. 45–62). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Restrepo M. (2006). *Web: un paradigma de comunicación*. Bogotá: Facultad de Artes. Universidad Nacional de Colombia.
- Rheingold, H. (1996). *La comunidad virtual*. Barcelona: Gedisa.
- Rheingold, H. (2004) *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. (2004). *Hacer clic. Hacia una socio-semiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.
- Sluzki, C. (1996). *La red social: frontera de la práctica sistémica*. Barcelona: Gedisa
- Thompson J. B. (1998). *Los Media y La Modernidad: Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- Valbuena, W. S. (2009). Reset y f5 ¿Son las tic una necesidad de la escuela actual?. *Revista de investigaciones UNAD*, 8(1), 171–182.
- Valbuena, W. S. (2012). *Métete a mi Facebook!! Publicar no es visibilizar. La visibilidad apoyada en TIC como estrategia pedagógica para la formación de competencias investigativas en publicidad*. En Congreso Académico. 1er. Encuentro Nacional de Comunicación, Publicidad y Diseño: Identidad, producto y comunicación.
- Vygotsky, L. (1978). *Interaction between learning and development. Readings on the development of children*. Recuperado de <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:Interaction+between+learning+and+development#0>
- Wasserman, S., & Faust, K. (1994). *Social Network Analysis: Methods and Applications*. Cambridge: Cambridge University Press. Recuperado de <http://books.google.com.co/books?id=CAm2DpIqRUIC>
- Wenger, E. (2001). *Comunidades de práctica: aprendizaje, significado e identidad*. Recuperado de: <http://danzanet.org/data/2011/10/21/51/file/1361481077-comunidades-de-practica.pdf>

