

# USO Y APROPIACIÓN DE FACEBOOK POR DOCENTES Y ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA. UNA APROXIMACIÓN A LAS DINÁMICAS DEL LENGUAJE DE ESTA RED SOCIAL<sup>1</sup>

**David Montoya Rendón<sup>2</sup>**

## RESUMEN

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

**Palabras clave:** Apropiación, redes sociales, Facebook, lenguaje, guía, Universidad de Antioquia.

## ABSTRACT:

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

**Key words:** Appropriation, social media, Facebook, language, guide, Universidad de Antioquia

---

<sup>1</sup> Artículo resultado de la investigación realizada para optar por el título de Magíster en Comunicaciones de la Universidad de Antioquia.

<sup>2</sup> Comunicador Audiovisual y Multimedial. Estudiante de la Maestría en Comunicaciones de la Universidad de Antioquia. Correo electrónico: david.montoyar@udea.edu.co

# USO Y APROPIACIÓN DE FACEBOOK POR DOCENTES Y ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA. UNA APROXIMACIÓN A LAS DINÁMICAS DEL LENGUAJE DE ESTA RED SOCIAL

## Introducción

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

El antropólogo británico John Barnes (1954) es el responsable de acuñar por primera vez el término redes sociales (*social network*) y abordarlas como parte inherente a la vida de cualquier persona. Barnes define estas redes como una estructura social formada por personas o entidades conectadas por cualquier clase de relación o interés común<sup>3</sup>. Este concepto cobija la manera en que se dan las relaciones personales, estén o no mediadas por la tecnología, partiendo de la idea de que los seres humanos son seres sociales y están conectados desde antes de tener acceso a Internet (Ponce, 2012).

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

Una red social en línea es un servicio en la web que permite la comunicación entre personas que comparten intereses comunes, facilitando la creación de redes sociales nuevas y la interacción de los miembros de redes ya existentes (De Haro, 2009). Estos servicios se caracterizan por permitir a los usuarios realizar tres acciones básicas: construir un perfil público o semipúblico en un sistema cerrado, crear una lista de usuarios con los que comparte algún tipo de conexión y explorar

---

<sup>3</sup> Traducción del autor desde la fuente original en inglés, debidamente citada en las referencias.

su lista de conexiones y las de otros usuarios en el sistema (Boyd y Ellison, 2007)<sup>4</sup>. Estas características hacen parte de la miríada de motivos por los que estos desarrollos tecnológicos han alcanzado un nivel importante de popularidad en los últimos años. Solo en el contexto latinoamericano se calcula que alrededor del 82,5% de la población accede a redes sociales y específicamente en Colombia la red social de mayor popularidad es Facebook (*El Tiempo*, 2020).

En febrero de 2004, Mark Zuckerberg creó Facebook y desde entonces esta red social ha crecido hasta considerarse la más grande e influyente, con más de 240 millones de usuarios activos alrededor del mundo (*We Are Social*, 2020). En casi dos décadas, Facebook ha superado barreras geográficas y ha llegado a usuarios en lugares fuera del alcance de la mayoría de los medios masivos. Esta red, que se define a sí misma como un sitio que “te ayuda a comunicarte y compartir con las personas que forman parte de tu vida”<sup>5</sup>, ha alcanzado tal nivel de madurez y arraigo en la sociedad que ha ampliado sus servicios para atender las necesidades de otros sectores más allá de los comunicativos, como la industria, el turismo, la educación, entre otros (Zapata, 2015).

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

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

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

Cuando se habla del uso de Facebook o de cualquier tipo de tecnología de la información y la comunicación (TIC) se remite a una práctica que va más allá del simple acceso. Delia Covi (2007) define el uso como “el ejercicio o

---

<sup>4</sup> Traducción del autor desde la fuente original en inglés, debidamente citada en las referencias.

<sup>5</sup> Descripción disponible en la página principal de Facebook a diciembre del 2020.

práctica habitual y continuada de un artefacto tecnológico” (p. 8). En este caso, el artefacto tecnológico sería la red social. El uso contempla una dimensión de carácter personal, a partir de la identificación del empleo intencionado que se le da en la cotidianidad y el beneficio que proporciona a cada usuario en función de dicho ejercicio (Portillo y Cornejo, 2012). En este orden de ideas, la categoría “uso de Facebook” puede resumirse en el empleo cotidiano de la red con una intencionalidad definida.

Por otra parte, la apropiación social de la tecnología es un concepto que hace referencia a un paso de penetración en la cotidianidad de las personas más allá de lo definido en su uso. Serge Proulx (2002) propone la apropiación como un proceso de interiorización progresivo de competencias técnicas y cognitivas entre los individuos. En palabras de Portillo y Cornejo (2012), “la apropiación no es solo hacer propio un objeto tecnológico, sino ser partícipe del cambio social y cultural” (p. 8).

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

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

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

Cabe mencionar que este acercamiento a De Saussure plantea una actualización en las nociones de lenguaje y una posible transposición de sus planteamientos a los medios digitales contemporáneos. La investigación no pretende entrar en análisis lingüísticos ni semánticos sobre el lenguaje y su configuración, sino

abordar sus características específicas en el contexto de Facebook, desde una perspectiva comunicacional y como producto de la apropiación de la red social por parte de los usuarios.

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

## **Metodología**

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

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

Este segundo instrumento fue una entrevista individual de 15 preguntas aplicada a cinco estudiantes y cinco docentes a través de videollamada por Zoom Meetings. Se denominó “Entrevista semiestructurada para identificar el nivel

de apropiación de Facebook de docentes y estudiantes de la Universidad de Antioquia”, y su objetivo fue conocer las dinámicas específicas de apropiación de Facebook y las experiencias producto del habitar la red. La entrevista desarrolla tres puntos principales: 1) la penetración de la red social en la vida cotidiana de los sujetos de la muestra y los cambios que esto supone (compuesto por seis preguntas); 2) las dinámicas y características de la apropiación de Facebook en el contexto universitario (compuesto por cuatro preguntas); y 3) las potencialidades y particularidades de la comunicación en la red (compuesto por cinco preguntas).

Para este grupo reducido, fueron seleccionadas personas que demostraron altos niveles de apropiación de la red social a través de sus respuestas en la encuesta mencionada anteriormente. Para efectos de la investigación y la selección de la submuestra en esta etapa se tuvieron en cuenta los conceptos de uso y apropiación acordes con los planteamientos de Covi (2007), Portillo y Cornejo (2012) y Breton y Proulx (2002).

## **Resultados y análisis**

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

### **Hábitos e intensidad de uso de Facebook**

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

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

en Internet más realizadas en el contexto universitario, planteándolo incluso como un escenario comunicativo complementario a la experiencia de usuario en otros sitios web.

### **Propósitos de uso de Facebook**

A partir de la información recolectada sobre los propósitos de uso de Facebook se concluye que el 43% de los docentes de la Universidad de Antioquia lo utiliza como un canal de adquisición de información. En contraste, el 42% de los estudiantes emplea la red social como un medio de entretenimiento y esparcimiento y el 37% como una oportunidad para la adquisición de información.

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

### **Preferencias de Interacción en Facebook**

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

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

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

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

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

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

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

### **Dinámicas de creación de contenido para Facebook**

La encuesta reveló que un 20% de los estamentos estudiados emprende ocasionalmente procesos de creación de contenido propio, y solo el 10% de los docentes y el 6% de los estudiantes son creadores frecuentes de contenido. En este sentido, el 19% de los docentes dedica tiempo frecuentemente a la redacción de mensajes textuales, en contraste con el 12% de los estudiantes que realiza esta misma actividad.

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

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

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

Después de analizar los datos arrojados en la encuesta, se presentan los resultados de la aplicación de la entrevista, según sus categorías como marco de análisis:

### **Penetración de Facebook en la vida cotidiana**

Al indagar sobre las experiencias de uso cotidiano de Facebook, se encontró una coincidencia entre estudiantes y docentes frente a las condiciones físicas y espaciales de acceso a la red: no hay un espacio físico idóneo o específico para utilizar Facebook, y tanto docentes como estudiantes suelen ingresar desde cualquier lugar. Así mismo, no existe una franja horaria específica para utilizar Facebook, y los entrevistados se refieren a su uso como una actividad que puede ejercerse en cualquier momento del día.

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

Todos los docentes y estudiantes entrevistados siguen la página de la Universidad de Antioquia en Facebook y la clasifican como un canal de información sobre la

actualidad universitaria. Lo advierte Morales (2018): el 98% de los seguidores del perfil de la Universidad lo utiliza para informarse y solo el 23% de ellos lo identifica como un canal para interactuar con la institución.

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

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

### **Apropiación de Facebook en el contexto universitario**

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

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

científica de sus unidades académicas, de sus respectivas dependencias, grupos de investigación o emprendimientos comerciales propios.

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

Abordar la apropiación de Facebook en contextos educativos como un componente importante para fortalecer los procesos formativos es un lugar común. Autores como Alemañy (2009) y Castañeda y Gutiérrez (2010) se enfocan en las potencialidades que tienen las redes sociales, Facebook en específico, para acompañar o soportar procesos formativos de carácter formal. Parten de la premisa de que el proceso formativo es, en primera instancia, un acto comunicativo, y que las redes permiten el acercamiento entre estudiantes, docentes y otros estamentos para construir comunidades de aprendizaje. Si bien el uso de Facebook identificado en la Universidad de Antioquia no posee un carácter realmente académico, sí existen algunos “momentos de aprendizaje” que responden a los intereses particulares y comunidades de las que hace parte cada usuario, más allá de su currículo o su área de conocimiento específica.

### **Niveles de apropiación de Facebook en la Universidad de Antioquia**

No existe una regla para evaluar o medir niveles de apropiación tecnológica, pues estos procesos tienen un componente experiencial e intransferible de una comunidad a otra, incluso de un individuo a otro. Breton y Proulx (2002) proponen algunas condiciones que facilitan la apropiación y que en conjunto con los postulados de Crovi (2007) y Portillo y Cornejo (2012) fueron claves para la creación de la escala con la que se identificó la tendencia de apropiación de Facebook en estudiantes y docentes de la Universidad de Antioquia. Se tuvieron en cuenta dos condiciones: primero, este instrumento sirve como una aproximación general a la experiencia de uso y apropiación de Facebook en la población, mas no es una medida determinante en tanto cada experiencia de usuario es única; segundo, los límites entre los niveles propuestos no son exactos ni excluyentes, pues un único caso puede presentar características inherentes a varios niveles.

La investigación trabajó una escala de seis niveles, que parte de la noción de que existe un orden lógico en el proceso de apropiación de una red social. Los

primeros tres niveles corresponden a la dimensión del uso y los otros tres niveles a la categoría de apropiación.

**Tabla 1.** Niveles de uso y apropiación de Facebook

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

*Fuente:* Tabla elaborada por el autor del presente artículo.

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

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

En el caso de los estudiantes, se identificó que alrededor del 24% alcanza puntajes para el nivel de apropiación básica y el 6% restante pertenece al nivel de apropiación intermedia. Ningún estudiante entre los participantes de la investigación registró un nivel avanzado de apropiación de Facebook. En resumen, la mayor parte de la comunidad de la Universidad de Antioquia se encuentra en un nivel de uso avanzado de Facebook, pero solo una tercera parte de ella alcanza niveles reales de apropiación de la red.

## **Potencialidades y particularidades de la comunicación en Facebook**

Al presentarse un proceso de apropiación, surgen también algunos movimientos de orden social en el que la interiorización de la tecnología transforma y resignifica sus usos a partir de las prácticas creativas. Esa es la puerta de entrada para considerar las dinámicas de lenguaje en Facebook, producto de las prácticas comunicativas y cotidianas de estudiantes y docentes que tienen lugar en la red. La apropiación es un fenómeno de carácter social y cultural que resulta en el desarrollo o expansión de aptitudes humanas, y esto incluye la capacidad para entender, procesar y utilizar el lenguaje (Croví, 2007).

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

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

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

El habla hace referencia al uso que cada usuario le da a la lengua de Facebook: cómo utiliza las funcionalidades e incluso cuáles funcionalidades utiliza (pues no

es requisito utilizarlas todas o en la misma medida, para el desarrollo del lenguaje de la red). Como la experiencia de cada usuario es diferente, la construcción que hace cada uno es propia e intransferible, teniendo en cuenta los postulados De Saussure (1916) sobre el habla como el componente individual del lenguaje. Tanto estudiantes como docentes de la Universidad de Antioquia parecen inclinarse hacia un habla con un fuerte componente textual y visual por encima de los demás elementos comunicativos de la plataforma.

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

## **Conclusiones**

Los docentes de la Universidad de Antioquia son más propensos o tienen mayores iniciativas de creación para Facebook que los estudiantes; no obstante, estas prácticas están estrechamente ligadas al ejercicio profesional, lo que refuerza la importancia de las necesidades personales en el proceso de apropiación. Es muy posible que la destreza de estos docentes en Facebook sea producto de las funciones específicas de los cargos que ocupan o de emprendimientos propios, más que de un interés personal o social en la red.

Como producto derivado de esta investigación se creó un “Manual de supervivencia digital en Facebook” que busca fomentar los procesos de apropiación de la red desde y por fuera de la academia para que los usuarios puedan interactuar y aprovechar sus potencialidades en cualquier contexto.

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

Las universidades deben comprender que las dinámicas de las redes sociales facilitan el aprendizaje, pero como se trata de entornos principalmente de corte

comunicativo y social no pueden soportar por completo un currículo. Plantear estrategias formativas para Facebook es válido en tanto la red permite la comunicación horizontal y permanente entre los actores del proceso y facilita la gestión de diferentes interacciones y contenidos multimediales, pero se sugiere que las primeras apuestas de trabajo en el ámbito universitario sean de corte cultural y social para fortalecer los procesos de apropiación de la red que permitirán el desarrollo de nuevas competencias, dinámicas y experiencias.

Queda pendiente, de cara a futuras investigaciones, identificar la disposición de docentes y estudiantes para hacer parte de procesos formativos en Facebook y bajo qué condiciones podrían darse este tipo de iniciativas. Solo entonces podrá crearse un proyecto educativo sólido con soporte o con apoyo parcial de redes sociales, que contemple sus particularidades, potencialidades y debilidades como instrumento pedagógico.

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

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

Este fenómeno del lenguaje es líquido y cambiante, pues los nuevos desarrollos tecnológicos y las interacciones que permite Internet están transformando constantemente la forma de comunicarse a través de las redes sociales, los usos que se les dan y las dinámicas de lenguaje que desde allí se construyen. Como posible horizonte de investigación, valdría la pena preguntarse por las mutaciones en las dinámicas comunicacionales que se darán en el futuro, a partir de los cambios técnicos y sociales que tengan lugar en la web, en Facebook y en la misma Universidad de Antioquia.

## Referencias bibliográficas

- Alemañy, Cristina. (2009). *Redes Sociales: una nueva vía para el aprendizaje* [en línea]. Disponible en: <https://bit.ly/3w7oITn> [Consultado 20 de octubre, 2020].
- Barnes, John Arundel. (1954). Class and committees in a Norwegian Island Parish. *Human Relations*, 7, (1), pp. 39-58.
- Berlanga, Inmaculada y Martínez, Estrella. (2010). Ciberlenguaje y principios de retórica clásica. Redes sociales: el caso Facebook. *Enl@ce Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 7, (2), pp. 47-61.
- Boyd, Danah y Ellison, Nicole. (2007). *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication* [en línea]. Disponible en: <https://bit.ly/3deX7XT> [Consultado 15 de julio, 2020].
- Breton, Philippe y Proulx, Serge. (2002). *L'explosion de la communication à l'aube du XXIe siècle*. Paris: La Découverte.
- Castañeda, Linda y Gutiérrez, Isabel. (2010). *Redes Sociales y otros tejidos online para conectar personas* [en línea]. Disponible en: <https://bit.ly/2PEJZ66> [Consultado 21 de octubre, 2020].
- Crovi, Delia. (2007). *Dimensión social del acceso, uso y apropiación de las TIC*. Universidad Autónoma de México, México [en línea]. Disponible en: <https://bit.ly/3m07YJd> [Consultado 16 de septiembre, 2020].
- Crystal, David. (2014). Internet y los cambios del lenguaje. *19 ensayos fundamentales sobre cómo Internet está cambiando nuestras vidas*. *Revista C@mbio*, BBVA, pp. 331-357.
- De Haro, Juan José. (2009). Las redes sociales aplicadas a la práctica docente. *DIM: Didáctica, Innovación y Multimedia*, (13), pp. 1-8.
- De Saussure, Ferdinand. (1945). *Curso de lingüística general* (A. Alonso, Trans.). Editorial Losada. (Trabajo original publicado en 1916).

- El Tiempo. (2020). Colombianos en redes sociales: más móviles y más video [en línea]. Disponible en: <https://bit.ly/2ZJ3dKz> [Consultado 11 de noviembre, 2020].
- Elejalde, Lizbeth. (2012). *Mapeo de aspectos teóricos que se entrecruzan al analizar la relación Facebook – Usuarios: Comunicación, discurso, virtualidad y prácticas audiovisuales*. Universidad de Morelos, México.
- Morales, D. L. (2018). Usos y prácticas comunicativas de la comunidad universitaria en la página oficial de Facebook de la Universidad de Antioquia (Tesis de maestría). Manuscrito no publicado, Universidad de Antioquia, Colombia.
- Pérez, A. F. (2016). Formulación de un manual sobre usabilidad web para organizaciones con plataformas virtuales de comunicación, a partir de la evaluación de este componente (Tesis maestría). Universidad de Antioquia, Colombia.
- Pérez-Chirinos, Vega. (2012). Identidad y redes sociales. Construcción narrativa del yo hipertextual. *Austral Comunicación* [en línea], 1, (1), pp. 9-25. Disponible en: <https://bit.ly/2P8oxXr> [Consultado 10 de julio, 2020].
- Ponce, Isabel. (2012). *Monográfico redes sociales* [en línea]. Disponible en: <https://bit.ly/3dwJ14n> [Consultado 4 de mayo, 2020].
- Portillo, Maricela y Cornejo, Inés. (2012). *¿Comunicación posmasiva? Revisando los entramados comunicacionales y los paradigmas teóricos para comprenderlos*. Universidad Iberoamericana.
- Thornton, Morgan; Kalibala, Zamzam; Ewemie, Edward y Alim, Hakan. (2013). *What is Facebook?* [en línea]. Disponible en: <https://bit.ly/3sRzv2c> [Consultado 24 septiembre, 2020].
- We are social (2020). *Digital 2020: 3.8 billion people use social media* [en línea]. Disponible en: <https://bit.ly/3oxHWNd> [Consultado 11 noviembre, 2020].
- Zapata, A. E. (2015). *Guía para el aprovechamiento de Facebook como herramienta de interacción comunicacional entre empresas de servicios públicos domiciliarios y sus usuarios. EPM como estudio de caso* (Tesis de maestría). Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.