

## Facebook como espacio de discursos locales y sociabilización

### Facebook as a space for local speeches and socialization

Rodrigo Franco Herrera<sup>1</sup>

**Resumen:** En este texto discutimos sobre los discursos que se gestan en Facebook mediante la existencia de contenidos (sobre todo de imágenes) vinculados con elementos identitarios y sociolingüísticos. Para ello, se toma como base nuestro proyecto de investigación que se encuentra en curso: "Identidades y consumos culturales: Una ciber-regionalización en Facebook", perteneciente al Doctorado en Estudios Regionales de la Universidad Autónoma de Chiapas, el cual busca determinar de qué forma el consumo cultural en páginas de Facebook demarca la identidad de los usuarios de páginas locales de Chiapas; que conforman una región de estudio por la característica de sus contenidos.

**Abstract:** In this text we discuss the discourses that are generated on Facebook through the existence of content (especially images) linked to identity and sociolinguistic elements. To do this, it is based on our research project that is ongoing: "Identities and cultural consumption: A cyber-regionalization on Facebook", belonging to the Doctorate in Regional Studies of the Autonomous University of Chiapas, which seeks to determine from what form the cultural consumption in Facebook pages demarcates the identity of the users of local pages of Chiapas; that form a study region due to the characteristic of its contents.

Palabras clave: Facebook; discursos; imágenes; identidad.

### Introducción

El uso de la tecnología y sus diferentes elementos con los que el ser humano se topa día con día, son situaciones que requieren la mirada de la investigación académica. No es posible concebir el mundo en la actualidad sin entender cómo lo virtual está presente en todo momento. Así, dentro de esta dimensión, destaca Facebook como un ciberespacio de sociabilización que está destinado a las relaciones sociales con base a la compartición de contenidos de diversa índole, donde cada usuario sigue cuentas personales y páginas acorde a sus propios intereses.

---

<sup>1</sup> Rodrigo Franco Herrera. Maestro en Estudios Culturales y estudiante del Doctorado en Estudios Regionales de la Universidad Autónoma de Chiapas. Especialidad "comunicación, cultura e historia". Líneas de investigación relacionadas a la comunicación, las nuevas tecnologías y sociedad. rockdrigo7@gmail.com.

Es por eso que en el presente trabajo se busca entender cómo la identidad se manifiesta en Facebook a través del consumo de dichos contenidos estructurados por el uso sociocultural y discursivo propio del estado de Chiapas.

Luego entonces, en este trabajo, se abordan 3 ejes importantes: 1. Discursos en Facebook, donde se explica cómo se dan los discursos en esta red social; 2. Discurso, entorno e identidad, para entender en vínculo entre la identidad y lo que significan las publicaciones en Facebook; y finalmente, 3. El discurso específico producido en la interacción en Facebook, donde se detalla cómo el lenguaje se entiende y se adapta en entornos virtuales acorde a las necesidades del mismo. Cada apartado con aportaciones teórico metodológicas importantes para la investigación, con ciertos análisis y reflexiones sobre el objeto de estudio. A su vez, se dan ejemplos de las aplicaciones metodológicas como un acercamiento real al objeto de estudio que permite entender el entramado de la investigación y determinar la pertinencia de cada dimensión.

### **Discursos en internet: Facebook como espacio de discursos locales**

Muchas transformaciones se han generado debido al uso de la tecnología y sus diversas herramientas, siendo el uso de internet ya no sólo un apoyo o facilitador de actividades, sino que se ha convertido en una necesidad de la población para diferentes situaciones.

La sociedad se encuentra en cambio constante. En consecuencia, es indudable la inclusión de múltiples recursos para su desarrollo y variadas interacciones. De esta manera, el ser humano va creando y adaptando su entorno para hacer uso de herramientas o recursos que le propicien confort y bienestar en su vida cotidiana lo que se refleja en mejores relaciones sociales, comunicación eficiente, educación más completa, diversión y más, tal como lo considera Trejo Delarbre (2001): “los nuevos recursos informáticos constituyen una oportunidad enorme para afianzar la presencia global de nuestros países al mismo tiempo que para enriquecernos con la cultura y la creación universales”. Esto ha llevado consigo el surgimiento de espacios virtuales donde las personas sociabilizan y comparten un sinfín de contenidos: las redes sociales virtuales.

Dentro de estas, encontramos la plataforma de Facebook como la más importante red social a nivel mundial, incluso en nuestro país, no es la excepción en el orden de preponderancia y usuarios. En ella, los usuarios consumen diversos contenidos que circulan, los cuales pueden ser o no de su autoría; pero sí de su interés por diversas razones. Facebook se vuelve un espacio

básico de sociabilización e intercambios entre los jóvenes, donde lo sociocultural se hace presente en la virtualidad que caracteriza a dicha red social, pero a su vez, rescata elementos de la vida real y cotidiana que demarca usos del mismo espacio virtual. Esta es una de las razones que nos han llevado a interesarnos en su estudio y comprensión.

Flores (2009, p. 76) entiende que Facebook es un tipo de red social generalista y considera que su principal misión es “poner en contacto a las personas y hacerlas visibles. Podríamos compararlas con los clubs o círculos de personas donde la gente difunde sus mensajes, sus opiniones, sus actividades, etc., aunque sea para mantener contacto con sus amistades o personas conocidas”, así, esta red social virtual implica no sólo la inclusión de una persona en otro mundo de contactos y de prácticas socioculturales muy importantes; sino también, la posibilidad de compartir diferentes representaciones; y la oportunidad de expresar sentimientos, emociones, opiniones e identidades.

Los jóvenes son uno de los grupos sociales que más se han involucrado en el uso de la tecnología para echar mano de ella en diversas tareas de su vida cotidiana. Esto resulta comprensible si entendemos que muchos son nativos digitales. De acuerdo con el 13° Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2017 hecho por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI, 2017), se demuestra que el tiempo promedio diario dedicado a conectarse a internet es de 8 horas y un minuto. Este mismo estudio, menciona que la actividad más común de los usuarios es el acceso a redes sociales, donde Facebook es el espacio de sociabilización que más se utiliza, porque representa el 95% de usuarios de redes sociales en el país.

Además, de acuerdo con la Encuesta Nacional sobre disponibilidad y uso de tecnologías de la información en los hogares 2015 (INEGI, 2016), los jóvenes son quienes más frecuentemente utilizan internet, lo que representa el 70.2% de la población de entre 6 y 17 años junto con el 76.5% de los que están entre 18 y 34 años. Esto refleja que la juventud está a expensas de todo tipo de cambios y es vulnerable a toda información, avance tecnológico y demás situaciones emergentes que surgen día con día. Por ello, se considera que los jóvenes:

Son objeto de una apropiación mediática, lo que los lleva a convertirse en receptores de los procesos de las industrias culturales, medios de comunicación y el consumo, pero al mismo tiempo reciclan esos discursos de acuerdo con sus propias estrategias culturales y

niegan así la supuesta uniformización con su movilidad y transitoriedad identitaria (Zebadúa, 2011, p. 43).

El joven en Facebook participa en varias interacciones socioculturales dentro de la red, lo que a su vez se requiere la manifestación de afiliaciones sociales e identitarias que le permiten relacionar y contrastar su formación cultural, social, educativa, ideológica y más, con diversos contenidos que encuentra en la red: confrontar un mundo real con el del ciberespacio, ya que como afirma Jesús Galindo Cáceres (2011, p. 207): “Las redes sociales tienen un doble aspecto, el de convención pre ciberespacial y de novedad ciberespacial”. Así, las identidades que un joven usuario pueda llevar consigo serán de suma importancia para entender cómo se desenvuelve en este tipo de espacios.

Facebook, por sus características particulares, está cargado de un arsenal de interacciones y flujos comunicativos que generan diversas representaciones y apropiaciones que permiten detectar elementos identitarios de los usuarios, tal como lo ven Moya y Vázquez (2010, p. 79) al afirmar que “es interesante en este sentido revisar cómo se generan alrededor de ciertos espacios tecnológicos como facebook una serie de disputas, negociaciones y apropiaciones que dan cuenta de diversas representaciones sobre internet”. Dentro de esas apropiaciones y elementos de identificación, existen ciertos contenidos que circulan constantemente y que son hechos por personas desde sus perfiles particulares o bien, como *fanpages* o páginas:

Las marcas, los negocios, las organizaciones y los personajes públicos pueden usar las páginas para tener presencia en facebook, en tanto que los perfiles representan a personas (...) Las personas que indican que les gusta una página podrán recibir actualizaciones en la sección de noticias (Facebook, 2017).

Como evidencia de esto, señalamos el problema que guía la investigación en ciernes, el cual tiene que ver con que algunas páginas de Facebook retoman contenidos con rasgos socioculturales de ciertos lugares que son llevados al espacio global –la red virtual– y son entendidos e interpretados gracias a la identificación de los usuarios con esos contenidos. Por eso, podemos decir que se gesta una identidad a través del lenguaje y los discursos en los consumos

culturales que los jóvenes realizan en Facebook.

Esto se debe a que las formas discursivas y el lenguaje de cualquier persona son modificados y entendidos gracias a la inclusión de internet en la vida cotidiana. Por su parte, García Canclini (2004) entiende que el sentido discursivo es transformado y condicionado por las nuevas formas de construcción y circulación simbólica, donde internet juega un papel importante en ello. Aunado a esto, Martín Barbero (2002, p. 11) considera que, con el auge tecnológico, más que hablar de máquinas y dispositivos, estamos ante “un nuevo modo de relación entre los procesos simbólicos -que constituyen lo cultural- y las formas de producción y distribución de los bienes y servicios: un nuevo modo de producir, inextricablemente asociado a un nuevo modo de comunicar”. Entonces, el discurso en los nuevos espacios virtuales es una gama de posibilidades que está estructurado bajo ciertos parámetros pero que, a su vez, requiere una contextualización sociocultural.

Es que es tanta la diversidad y la riqueza de los discursos actuales en los medios electrónicos, que esto implica nuevas formas de acercamiento e interacción con ellos, ya que “la noción de discurso parece aportar elementos conceptuales que permiten cuestionar las maneras dominantes de leer la realidad, y con ello, construir lecturas y prácticas sociales alternativas” (López Bonilla y Pérez Fragosó, 2009, p. 92).

Al hablar de discursos en espacios digitales, es necesario hacer énfasis en el lenguaje como elemento preponderante para la significación y entendimiento de los múltiples contenidos que circulan en Facebook. Porque el lenguaje adaptado a los entornos electrónicos va más allá de un simple texto, dado que incluye el uso de imágenes, símbolos, signos, emoticones y demás elementos que permiten a los usuarios expresarse. Al respecto, Castells, Fernández-Ardèvol, *et al* (2007, p. 279) indican que “al hablar de lenguaje en este contexto, no nos referimos sólo al lenguaje textual o a la comunicación verbal, sino a todos los códigos y formas de expresión que se utilizan en un sistema inalámbrico multimodal”. A través de ellos, se construyen discursos con elementos que permiten intercambios informativos, procesos de comunicación virtuales y, por consiguiente, significaciones e interpretaciones tanto individuales como colectivas.

Así, los significados otorgados son construidos con base a una identificación identitaria con dichos contenidos y sus respectivos discursos. Éstos se presentan en diferentes formas - imagen, video, fotografía, texto- y son guiados y/o enfocados con un fin en particular, donde cada

generador de contenidos (administradores de las páginas) determina dicha acción. Para la otra parte, la interpretación de los mismos es guiada y entendida gracias a referentes socioculturales del usuario seguidor de las páginas, quien relaciona su entorno cotidiano (familiar, amistoso, escolar, etc.) con los discursos presentados en las páginas que sigue.

Por ello, un discurso construido en Facebook conjunta diversos aspectos que, pese a parecer cotidianos en el uso de dicha red social, requieren un estudio más a fondo para lograr comprender la realidad en la que nos hallamos inmersos. Por ello, el vínculo de identidad mediante la construcción de discursos en Facebook, es una situación que se analiza más a fondo en el siguiente apartado.

### **Discurso, entorno e identidad**

Cada discurso dentro de los espacios virtuales requiere el acondicionamiento de dos partes tanto para la construcción como la presentación de los mismos: el alfabetismo virtual, para entender cómo se gestan los discursos dentro del ciberespacio; y por otro lado, el conocimiento y entendimiento de ciertos aspectos sociolingüísticos y culturales que forman parte del espacio social físico cotidiano y que son llevados a la dimensión de lo virtual.

De acuerdo con Barbero (1989) los discursos deben leerse más allá de la historia que llevan consigo; y no pueden quedarse en un plano netamente lingüístico. El discurso debe considerarse como un acontecimiento, porque implica aspectos de funcionalidad y significación que están constantemente presentes. Además, afirma que la gramática de los mismos se establece en tres diferentes formas:

1. El discurso como práctica. Enviar mensajes con sus ciertos significados y construcción de los mismos; lo que es, romper la barrera lingüística de los mismos discursos, porque lo que se dice va más allá del simple uso de lenguaje o formas textuales.
2. El discurso como práctica. Responde interrogantes relacionadas a la persona que utiliza este canal informativo, porque sus intereses dependen las formas de uso y mensajes emitidos.
3. El discurso como poder. Implica la utilización cargada de elementos de dominación y sometimiento. El discurso social es sinónimo de un estatus de jerarquías y

representaciones de poder en la sociedad (Barbero, 1989).

Tal como hemos señalado, Facebook es generador de discursos con contenidos de diferentes significados, con diversos alcances porque son recibidos e interpretados de acuerdo a las necesidades de consumo informativo de cada usuario. Además, también pueden depender de ideologías, modelos mentales y creencias, tal como lo considera Teun Van Dijk (2004, p. 19) cuando afirma que “el discurso puede depender tanto de contextos ideológicamente prejuiciados, como de la manera ideológica en que los participantes interpretan los eventos a partir de modelos mentales subjetivos o, más directamente, de creencias generales de grupo que son ideológicamente controladas”. Para la presente investigación, las ideologías son determinadas por el contenido de las páginas, donde se combinan elementos socioculturales y lingüísticos que permiten interpretaciones diversas; y no necesariamente compartidas, pero que sí, generan modos de identificación cuando se consume dicha información.

Así, el discurso forma parte de las interacciones sociales y cuando se trasladan al plano de lo virtual, continúan siendo primordiales para comprender cómo esas acciones e interacciones conforman un espacio sociovirtual específico, cuyos diferentes elementos permiten comprender, como sucede en Facebook, la articulación de contenidos diversos, donde la identidad juega un papel fundamental al ser constituida de elementos socioculturales y lingüísticos provenientes de los contextos espaciales, socio territoriales y culturales donde se generen dichos contenidos, para luego ser (re)construidos en las plataformas virtuales. Porque la identidad también integra elementos como: tradiciones, origen, personalidad, carácter, físico, profesión, género, estatus social, entre otros; que, si bien no la definen literalmente, sí se acercan a su forma de estructuración como un aspecto sociocultural de mucha importancia.

Por su parte, Castells (1997: 16) define a la identidad dentro de un plano cultural, entendiéndola como un proceso por el cual “un actor social se reconoce a sí mismo y construye significado en virtud, sobre todo, de un atributo o conjunto de atributos culturales determinados, con la exclusión de una referencia más amplia a otras estructuras sociales”. Wood y Smith (2005, en Giones Valls y Serrat Brustenga, 2010) comprenden la identidad como “una construcción compleja, personal y social, consistente en parte en quien creemos ser, como queremos que los demás nos perciban, y como de hecho, nos perciben”. Estos autores afirman que en los espacios

de comunicación electrónica se da prioridad a la imagen, a aquello que se quiere mostrar a terceros. Esto muestra un énfasis en la intencionalidad personal, donde ya no sólo importa el entorno donde una persona se desarrolla, sino también aquello que quiere o necesita proyectar y que sea legitimado por los otros.

Al respecto, Barbero (2002) menciona que la construcción de la identidad se da a través del diálogo y del intercambio, en la negociación del reconocimiento de los demás. Esto implicaría una forma de analizar la inclusión identitaria personal dentro de un espacio virtual como Facebook, en donde los intercambios, la interacción y los múltiples diálogos, los discursos que entrelazan y tejen el desarrollo y alcances de esta plataforma informativa; ubican a la identidad como un constructo constante en su progreso (Franco, 2013). El mismo Martín Barbero (2002, p. 16) la define como “la expresión de lo que da sentido y valor a la vida del individuo”, por lo que no solamente es una atribución otorgada por estar aglutinado en algún grupo. La identidad es colectiva e individual. Etienne Wenger (2001: 181) afirma que “construir una identidad consiste en negociar los significados de nuestra experiencia de afiliación a comunidades sociales”, además, añade que la identidad funge como una especie de pivote entre lo social y lo individual, por lo que se puede hablar de una en función de la otra.

De esta forma, entendemos a la identidad para esta reflexión teórico conceptual. Como el reconocimiento individual y colectivo que un individuo tiene, acorde a elementos y/o propiedades socioculturales particulares del entorno en donde se encuentra inmerso (prácticas, lenguaje, significaciones, territorio, imaginarios, etcétera), los cuales generan un sentido de pertenencia que es llevado a los diversos contextos donde se desarrolla y exhibe colectivamente.

Entonces, de acuerdo con el trabajo de investigación que aquí se propone, es importante cuestionarse ¿Qué sucede con la identidad en ciberespacios? En primera instancia, es necesario señalar que la identidad determina patrones de conducta y adaptación social, lo que genera que todo individuo tenga acciones sociales. Ese accionar social se ve influenciado por su participación tanto en entornos sociales físicos, como en diferentes espacios virtuales, Facebook en este caso. Esto implica, (re)construir y seguir contenidos y discursos diversos, que son acordes a intereses personales, a gustos, a ciertas necesidades o por ideologías:

Con la eclosión de Internet y sobre todo de la denominada web 2.0, la cantidad de datos personales existentes en la red es muy elevada y contribuye a crear nuevas identidades personales en el entorno digital que, pueden coincidir o no con la identidad analógica, es decir, con las características que se pueden atribuir a una determinada persona en su vida fuera de la red u offline (Giones Valls y Serrat Brustenga, 2010).

Igual que en la vida real, múltiples identidades o múltiples facetas de la identidad se ven reflejadas en ciberespacios como Facebook, donde la determinación de cada uno lleva consigo no solamente cargas socioculturales muy importantes; sino también, una forma de entender cómo los individuos están acercándose y vinculando su vida cotidiana y su entorno con las posibilidades que la tecnología lleva consigo, cómo participan ya que “El ciberespacio es pues una realidad social viva, las dimensiones de la cual sólo son accesibles desde la participación” (Ardèvol y Vareyda, 2002). Sin embargo, la participación requiere una adaptación al entorno virtual y esto, a su vez, es sinónimo de (re)configuraciones nuevas.

Aunado a la concepción de la identidad y la virtualidad, Martín Barbero (1989, p. 94) entiende que parte de los procesos sociales en los espacios virtuales tienen que ver con “una nueva configuración cultural, con una rearticulación de las identidades a partir de una racionalidad tecnológica que se constituye en motor de un proyecto de nueva sociedad”. Identidad, entornos sociales, discursos y virtualidad, confluyen como elementos que están presentes día a día en el uso de Facebook y que permiten entender las nuevas concepciones socioculturales que la tecnología lleva consigo.

Entonces, para nosotros en este trabajo, la identidad en línea se entiende como aquella forma de reconocimiento individual en los ciberespacios donde un usuario participa creando, reproduciendo y consumiendo discursos que adquieren sentido gracias a las significaciones que se otorgan (ellos mismos y con quienes se relacionan). Así, esta identidad es reconocida y evidenciada a través de la producción y el consumo de diferentes discursos en la interacción con otros usuarios.

Por ello, al hablar de contenidos locales chiapanecos, en páginas de Facebook, los discursos con cargas socioculturales del entorno real cotidiano y los elementos lingüísticos, es decir, del español de la variedad chiapaneca, van de la mano. Por ello, en las publicaciones que

aparecen en esas páginas, se abordan desde palabras, acontecimientos, símbolos, signos y demás elementos representativos y/o propios del estado de Chiapas. Estos también son constructores de identidad que se evidencian en las respuestas de los usuarios al momento de encontrarse en dichas páginas, contenidos propios de su entorno social, cultural y lingüístico más próximo. Así, la identidad se manifiesta en los entornos virtuales con características particulares; y que requieren la empatía lingüística en gran medida.

Las nuevas situaciones y exigencias comunicativas, sociales, culturas y discursivas, a través de lo virtual, requieren un acercamiento con elementos propios del contexto cotidiano social que se trasladan al espacio virtual. Dada esta dualidad, es necesario aproximarse a este fenómeno desde una perspectiva muy particular y esto nos ha llevado a seleccionar a la etnografía virtual como el método adecuado para ello. Antes de presentar el último apartado que anunciamos en nuestra introducción, vamos brevemente a describir el método que usamos, para que el lector pueda comprender mejor la parte de los discursos recuperados en las interacciones en Facebook.

### **Un acercamiento desde la etnografía virtual**

Para entender cómo se estructura este método, es necesario remarcar que toma sus bases en la etnografía tradicional, de donde se retoman ciertas características que son ubicadas y adaptadas a los espacios digitales que permitan conocer la presencia de usuarios en Facebook. La etnografía tradicional logra acercarse al objeto de investigación de una forma que permita la inclusión en el contexto donde se desenvuelven los sujetos de estudio: “La etnografía nos ofrece la promesa de poder acercarnos a la comprensión de cómo las personas interpretan el mundo que las rodea o cómo organizan sus vidas” (Hine, 2000, p. 56). A su vez, la etnografía da una mirada importante dentro de los marcos sociales, culturales y antropológicos que hay detrás de cada sujeto y las conexiones sociales que realiza, y lo hace haciendo referencia a marcos estructurales que logran explicar estos procesos (Domínguez, 2007).

De esta manera, adoptar este nuevo tipo de método acorde con los objetivos de la investigación es una tarea que puede lograrse entendiendo el contexto ciberespacial que implica Facebook. “En la Etnografía mediada o digital, los dispositivos no son sólo instrumentos, sino que son elementos mediadores que transforman las prácticas, entidades y sujetos y tienen efectos

en la práctica etnográfica (Ardèvol y Vayreda, 2002, en Mosquera Villegas, 2008: 539). De lo anterior, podemos entender entonces, el papel que juegan las herramientas tecnológicas para lograr un análisis completo y bien encaminado hacia los objetivos de nuestra investigación. El uso de Facebook da oportunidad a múltiples interacciones, constantes y variables. Estas interacciones pueden tener las características siguientes: informativas, instantaneidad, fugacidad, discursos e identidad y/o elementos culturales propios de los entornos digitales o relacionados a ellos.

Domínguez (2007) considera que la etnografía virtual va más allá de un solo trabajo virtual, implica también concepciones reales y que forman parte del usuario; ya que no trabaja sólo con comunidades virtuales; y no busca únicamente grupos más o menos homogéneos (con características comunes) que estén o no ubicados en contextos espaciales, su campo de estudio no es únicamente el ciberespacio, así como los temas que estudia no son sólo los temas de los que tratan las comunidades virtuales y su método de estudio no consiste sólo en analizar las comunicaciones en un espacio virtual. Al respecto, Christine Hine (2000, p. 57), considera que el estudio de espacios virtuales conlleva ciertos inconvenientes, entre los que destacan: la autenticidad de las interacciones mediadas como material para la comprensión etnográfica y la selección de sitios adecuados para estudiar Internet como cultura y como objeto cultural. Así, la autora propone entender el rol de la etnografía aplicada a las nuevas tecnologías mediante tres elementos fundamentales de análisis o áreas para conocer:

- El rol del viaje y de la interacción cara a cara con la etnografía.
- Texto, tecnología y reflexividad.
- La constitución del objeto etnográfico.

A partir de estos tres elementos, se generan los instrumentos necesarios para poder realizar el trabajo etnográfico virtual que nos ayude a entender el comportamiento de los rasgos identitarios y la construcción discursiva en Facebook como un grupo en interacciones constantes y con características importantes de representación cultural en sus consumos. A la par, es importante entender que la etnografía virtual verá su función que “puede ser parcialmente concebida como una respuesta adaptativa y plenamente comprometida con las relaciones y conexiones, y no tanto con la localización” (Mosquera Villegas, 2008: 543).

Así, este método será utilizado a través de técnicas, instrumentos y herramientas comunes

de la etnografía tradicional:

- La observación participante: Implica el seguimiento personal de las páginas a analizar. Se hace registro de capturas de pantalla de lo que se publica en la red y una descripción de las apreciaciones mediante cuadros analíticos en archivos de texto.
- Entrevistas: Utilizando un guion semiestructurado de preguntas enfocadas en los objetivos de la investigación las principales a utilizar en este proyecto. Se hace llegar utilizando el mensajero privado de Facebook para entrevistas individuales.
- *Grupos focales*: Se harán a través de la creación de un grupo cerrado en Facebook que permita hacer cuestionamientos grupales y opciones variadas de interacción entre los sujetos de estudio.

Imagen	Observaciones	
Página de dónde proviene:		
*Captura de pantalla con publicación: Incluye nombre de la página de facebook observada, fecha, descripción de la publicación, número de likes, comentarios.	<b>Aspectos que considera:</b>	<input type="checkbox"/> Discurso <input type="checkbox"/> Lenguaje <input type="checkbox"/> Identidad <input type="checkbox"/> Otro:
	<b>Elementos significativos en lo observado:</b>	
	<b>Descripción general de las observaciones</b>	
	Se describe lo que se observa	
	<b>Otros aspectos a considerar</b>	
	Algo más que sea importante mencionar	

**Cuadro 1.** Cuadro analítico de publicaciones en las páginas en Facebook. **Fuente:** Creación propia basado en las preguntas de investigación.

Como no es nuestro propósito describir aquí todo el aparato metodológico en detalle, consideramos que, con esta breve descripción, nuestro lector podrá hacer una mejor comprensión de nuestro siguiente apartado, en el cual compartimos datos que han emergido ya de nuestro terreno de campo.

## El discurso específico producido en la interacción en Facebook

Presentamos ahora una serie de ejemplos (Véase figuras 1-4) sobre cómo se desarrollan los elementos discursivos vinculados con uno de los cuestionamientos que guían nuestro trabajo de investigación. Dichos datos están relacionados con una de nuestras preguntas de investigación ¿De qué manera las significaciones de los usuarios condicionan la identidad? Además, se utiliza un cuadro analítico que permite hacer conexiones de análisis tanto de los elementos relacionados con la pregunta de investigación; como del entendimiento de los discursos con imágenes y uso de lenguaje y las manifestaciones identitarias.

Figura 1



Figura 2



Figuras 1 y 2. Imágenes tomadas de la página de Facebook “Arriba el Cotz”.

Figura 3

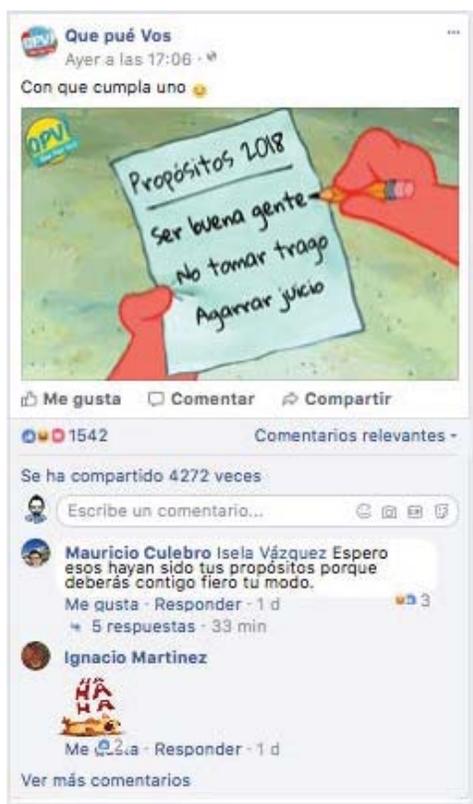


Figura 4



Figuras 3 y 4. Imágenes tomadas de la página de Facebook “Que Pué Vos”.

En estos ejemplos, podemos observar cómo se manifiestan diferentes elementos relacionados al lenguaje, a la cuestión territorial, a lo social y a lo cultural, todos con diferentes discursos que en primera instancia y a modo de análisis preliminar coinciden con un objetivo similar que tiene que ver con el entretenimiento. Para lograr un estudio más completo, se muestran los cuadros analíticos donde se detallan los resultados de la observación de las publicaciones (véase cuadros 2 y 3).

Imagen	Observaciones	
Página de dónde proviene: Memes del Chito		
	<b>Aspectos que considera:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Discurso <input type="checkbox"/> Lenguaje <input type="checkbox"/> Identidad <input checked="" type="checkbox"/> Otro: Pertenencia territorial
	<b>Elementos significativos en lo observado:</b>	-Personajes locales -Cultura y sociedad local -Más de 200 likes -Compartido 40 veces -Comentarios donde responden el cuestionamiento
	<b>Descripción general de las observaciones</b>	
	La publicación es una encuesta donde se busca saber qué personaje popular de Tuxtla es favorito. Muestra las fotos y nombres de 5 personas que por alguna razón son ampliamente conocidas en la ciudad. La idea es que las personas interactúen respondiendo la pregunta a través de las reacciones de Facebook. A su vez, los seguidores responden también en los comentarios, etiquetan a más personas y comparten la publicación tal como lo solicita la página. El reconocimiento de los personajes propiciará el entendimiento de la publicación, dado que si alguien los desconoce, no podrán entender completamente.	
<b>Otros aspectos a considerar</b>		

**Cuadro 2.** Cuadro analítico de publicaciones en las páginas en Facebook. **Fuente:** Creación propia basado en la observación de la página de Facebook Memes del Chito (2018).

Imagen	Observaciones	
Página de dónde proviene: El Chiapanecote		
	<b>Aspectos que considera:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Discurso <input type="checkbox"/> Lenguaje <input checked="" type="checkbox"/> Identidad <input checked="" type="checkbox"/> Otro: Política y sociedad
	<b>Elementos significativos en lo observado:</b>	-Personajes locales de política -Cultura, política y sociedad local -Casi 2000 likes -Compartido más de 600 veces -Comentarios que abundan con otros ejemplos del texto
	<b>Descripción general de las observaciones</b>	
	El discurso hace referencia al hijo del gobernador, donde se destaca de alguna forma su posición socioeconómica, resaltando que la idea de que no sufrirá situaciones sociales comunes como son los bloqueos carreteros en el estado. Aquí se vuelve importante conocer ese entorno, dado que quienes viven en el estado han padecido en determinadas veces este tipo de situaciones. A la par, el sarcasmo en el discurso hace divertida la publicación y permiten de alguna forma generar identificación con las afectaciones e identificar a los personajes y la posición social que representan.	
<b>Otros aspectos a considerar</b>		

**Cuadro 3.** Cuadro analítico de publicaciones en las páginas en Facebook. **Fuente:** Creación propia basado en la observación de la página de Facebook El Chiapanecote (2018).

Por otro lado, el aspecto lingüístico requiere ser abordado para entender cómo los discursos van de la mano con la identidad en Facebook. Si bien, ya se ha determinado de qué forma el discurso se constituye, se transmite y se recibe en Facebook, es importante resaltar cómo el lenguaje es parte fundamental del mismo, ya que, en la transmisión de discursos, el proceso de entendimiento y significación del mismo discurso, requiere una amplia empatía lingüística por parte de los seguidores de las páginas de Facebook que se están estudiando.

Teun Van Dijk (2002) resalta la importancia del lenguaje para la estructuración de discursos en el plano de las acciones y las interacciones sociales, siendo Facebook un ciberespacio propio de ambas situaciones:

Los usuarios del lenguaje que emplean el discurso realizan actos sociales y participan en la interacción social, típicamente en la conversación y en otras formas de diálogo. Una interacción de este tipo está, a su vez, enclavada en diversos contextos sociales y culturales (Van Dijk, 2000, p. 21).

Por ello, es necesario hacer énfasis en el hecho de que, en las páginas de Facebook que se incluyen en el estudio, implican de entrada una construcción discursiva donde el administrador, además de hacer uso de un lenguaje similar por parte de los seguidores, debe también basar gran parte del mismo discurso en elementos de su contexto sociocultural. De esta manera, lenguaje y contexto sociocultural se vuelven necesarios en la construcción, entendimiento y significación de discursos.

Berlanga y Martínez (2010, p. 51) destacan cómo existen dos tendencias respecto al uso de lenguaje a través de espacios digitales. Por un lado, están los apocalípticos, quienes “denuncian que tecnologías como el ‘chat’, el ‘sms’ o el Messenger, fomentan el uso de un lenguaje a primera vista incorrecto ortográficamente y de gran pobreza de vocabulario”; por el otro, autores que “descartan que las actitudes que ante el lenguaje presentan las nuevas generaciones supongan desconocimiento y reconocen en ellas un uso deliberadamente informal, a la vez que económico y creativo”, donde el objetivo es brindar a la comunicación una mayor (y mejor) expresividad, atractivo, flexibilidad y un carácter lúdico y con mayor elocuencia de ser posible.

Además, hay que destacar la importancia de que el lenguaje ayuda al proceso comunicativo no sólo a lograr un entendimiento, sino también el hecho de establecer relaciones apropiadas; y por ende, optimizar la socialización como elemento fundamental, elemento esencial de este tipo de ciberespacios: “la red no sólo plantea una comunicación para transmitir, sino que especialmente contempla una comunicación para relacionarse” (Sánchez y Aguaded, 2002 en Berlanga y Martínez, 2010, p. 53). Comunicar en Facebook es ver más allá de sólo emitir publicaciones, sino que se busca una respuesta, una reacción a lo hay en cada página de este espacio.

Por otro lado, el lenguaje en Facebook se presenta en tres formas específicas:

- La primera evoca al uso del lenguaje cotidiano por parte de los usuarios, donde los signos y símbolos de su realidad son llevados a la red de forma literal para lograr procesos comunicativos concretos con fines específicos.
- Las adaptaciones que sufre ese lenguaje cotidiano y que se manifiestan de diversas formas y acordes a las permisiones de la misma red. Dígase de abreviaturas, transformación y/o mezcla de palabras, signos o símbolos acordes a las necesidades y/o gustos de los usuarios, que ayudan a dar mensajes que puedan ser entendidos y mejor centralizados en el ciberespacio pero sin perder la esencia y raíz de los mismos.
- Las nuevas concepciones que se gestan propias de Facebook y que se vuelven fundamentales para el funcionamiento específico de la misma red; y además, son usadas constantemente para expresar y muchas sustituir al lenguaje común de los usuarios. Así, el uso de reacciones (“me gusta”, “me encanta”, “me divierte”, “me asombra”, “me divierte”, “me enoja”), son un lenguaje propio de Facebook y su uso es cotidiano e incluso forzado para la interacción con algunas publicaciones.

A continuación, se presentan algunos ejemplos donde el uso y adaptaciones y/o modificaciones del lenguaje en Facebook es incluso hasta necesario para poder entender completamente la publicación.

Imagen	Observaciones			
Página de dónde proviene: Arriba el Cotz	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="862 1308 1105 1455"><b>Aspectos que considera:</b></td> <td data-bbox="1105 1308 1435 1455"> <input type="checkbox"/> Discurso  <input checked="" type="checkbox"/> Lenguaje  <input checked="" type="checkbox"/> Identidad  <input type="checkbox"/> Otro: Política y sociedad                 </td> </tr> </table>		<b>Aspectos que considera:</b>	<input type="checkbox"/> Discurso <input checked="" type="checkbox"/> Lenguaje <input checked="" type="checkbox"/> Identidad <input type="checkbox"/> Otro: Política y sociedad
<b>Aspectos que considera:</b>	<input type="checkbox"/> Discurso <input checked="" type="checkbox"/> Lenguaje <input checked="" type="checkbox"/> Identidad <input type="checkbox"/> Otro: Política y sociedad			
	<b>Elementos significativos en lo observado:</b>	-Imagen referente a un coche que toma cierto camino -Cada vía a seguir tiene ciertas características a ser comparadas con la realidad -Uso de palabras y expresiones propias de Chiapas -Más de 200 reacciones, compartido más de 100 veces		
<b>Descripción general de las observaciones</b>				

	<p>La imagen hace referencia a un cambio de ruta entre seguir un camino específico (estudiar) y el irse por otro (vicios, malas acciones, etc.), donde se alude a identificarse y seguir la opción. Destaca el uso de elementos lingüísticos propios de Chiapas, así como los comentarios de los seguidores, quienes comparten la imagen con más gente, así como los mensajes que colocan muestra como una realidad cotidiana lo ocurrido.</p>
	<b>Otros aspectos a considerar</b>
	<p>-Además del uso de frases en la imagen, desde el texto de la publicación hay elementos lingüísticos donde el administrador destaca la importancia de su imagen.</p>

**Cuadro 4.** Cuadro analítico de publicaciones en las páginas en Facebook. **Fuente:** Creación propia basado en la observación de la página de Facebook Arriba el Cotz (2018).

<b>Imagen</b>	<b>Observaciones</b>	
<p><b>Página de dónde proviene:</b> Que pué vos</p>		
	<p><b>Aspectos que considera:</b></p>	<p>( ) Discurso (X) Lenguaje ( ) Identidad ( ) Otro: Política y sociedad</p>
	<p><b>Elementos significativos en lo observado:</b></p>	<p>-Conjunto de imágenes sobre el significado de ciertas palabras -Toman como base una pizarrón donde se da el significado -Uso de palabras y expresiones propias de Chiapas -Más de 1000 reacciones, compartido más de 1000 veces</p>
	<b>Descripción general de las observaciones</b>	
	<p>Las imágenes que se presentan usan una misma base, pero que cambia acorde al significado de diferentes palabras o expresiones propias de Chiapas. Cada imagen es definida y significada, además de que propicia reacciones y comentarios donde se invita a más personas a que las lean para que puedan entender cuando éstas son usadas.</p>	
	<b>Otros aspectos a considerar</b>	

**Cuadro 2.** Cuadro analítico de publicaciones en las páginas en Facebook. **Fuente:** Creación propia basado en la observación de la página de Facebook Que pué vos(2018).

De esta forma, la construcción lingüística es importante al momento de presentar discursos en Facebook que permitan enviar mensajes con características socioculturales específicas; que logren ser entendidos en la medida en que se identifican los seguidores con dichos contenidos presentados.

### **A manera de conclusión**

Es importante señalar que debido a que la investigación se encuentra aún en curso, existen todavía elementos que se van agregando, descartando o modificando como parte del mismo proceso de investigación; por lo que no se puede concluir de forma absoluta ninguna observación. Por ello se dejan ciertas anotaciones con respecto del rumbo hacia donde se dirige este trabajo, preponderando el trabajo metodológico y teórico como básicos para analizar los resultados que van surgiendo.

En particular, el proceso de observación nos ha permitido detectar elementos discursivos y lingüísticos, así como las interacciones sostenidas entre los seguidores de las páginas a través de las reacciones y socializaciones que cada publicación tiene. Las observaciones como primer paso de la aplicación metodológica, están en proceso y falta aún realizar entrevistas que permitan acercarse más de lleno al análisis de identidad.

A su vez, lo emergente de la metodología utilizada, propicia que ciertas situaciones vayan acomodándose durante la marcha, por lo que no es posible determinar de forma tan anticipada la efectividad de las técnicas, sin embargo, por ahora es factible indicar que han servido adecuadamente como primer acercamiento al objeto de investigación.

Es necesario considerar que el análisis de la identidad en Facebook requiere tener en cuenta que los perfiles pueden ser falsos o limitados, por lo que es tarea primordial dar seguimiento adecuado, tratando de evitar *bots* o *trolls* que no provean información fructífera al trabajo, así como descartar respuestas inadecuadas que los usuarios reales pudieran otorgar.

Cabe aclarar que el análisis de los discursos en Facebook es un campo bastante amplio, que requiere de mayor profundización en elementos semióticos, semánticos y retóricos, con estudios que se enfoquen desde un área lingüística especializada. "Por ello, en esta investigación tratamos de relacionar los discursos con la identidad desde una perspectiva sociocultural desde una perspectiva de los estudios regionales, por ello no se centra en análisis lingüísticos demasiado

detallistas.

Es tarea relevante continuar el proceso de aplicación metodológica y dejar que los resultados guíen los contenidos en las respuestas y grupos focales para poder hacer cuestionamientos acordes a lo que se observa en las páginas de Facebook estudiadas para lograr una compaginación entre los conceptos de identidad, discurso y lenguaje.

### **Referencias bibliográficas**

- Ardèvol, E. y Vayreda, A. (2002). Identidades en línea, prácticas reflexivas. Seminario sobre La identidad en la era digital, 10º Festival Internacional de video y multimedia de Canarias Canariasmediafest, Las Palmas de Gran Canarias. Disponible en <http://www.grancanariacultura.com/canariasmediafest/seminario.html>.
- Asociación Mexicana de Internet (2017). 13º Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2017. Disponible en: <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/estudios>. Consultado el 03 de enero de 2018.
- Berlanga I. y Martínez, E. (2010). Ciberlenguaje y principios de retórica clásica. Redes sociales: el caso Facebook. *Enl@ce Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 7 (2), 47-61
- Castells, M. (1997). La Era de la Información. Vol. I: La Sociedad Red. Economía, sociedad y cultura. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells M., Fernández-Ardèvol M., Linchuan Qiu Jack y Sey A. (2007). Comunicación móvil y sociedad, una perspectiva global. Edit. Ariel. Fundación Telefónica.
- Domínguez Figaredo, D; (2007). Sobre la intención de la etnografía virtual. *Revista Electrónica Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, pags. 42-63. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=201017309004>. Consultado el 14 de abril de 2017.
- Facebook, Servicio de Ayuda. (2017). Información, páginas. Disponible en: [http://www.facebook.com/help/282489752085908/?helpref=hc\\_fnav](http://www.facebook.com/help/282489752085908/?helpref=hc_fnav). Consultado el 01 de abril de 2017.
- Flores Vivar, Jesús Miguel (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Comunicar*, Vol. XVII, Núm. 33, 2009, pp. 73-81. Grupo Comunicar. España.

- Franco Herrera, Rodrigo (2013). El uso periodístico de Twitter: identidad, consumo cultural y discurso. Tesis para obtener el grado de Maestro en Estudios Culturales. UNACH.
- García Canclini, Néstor (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados*. Editorial Gedisa S.A. Barcelona, España.
- Giones Valls, Aina; Serrat i Brustenga, Marta (2010). "La gestión de la identidad digital: una nueva habilidad informacional y digital". En *textos universitarios de biblioteconomía i documentació*, núm. 24 (Junio). Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1344/105.000001545>. Consultado el 10 de noviembre de 2017.
- Hine, C. (2000). *Etnografía virtual*. California: Editorial UOC.
- Instituto Nacional de Geografía y Estadística (2017). Encuesta nacional sobre disponibilidad y uso de tecnologías de la información en los hogares 2016. Disponible en: [http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2017/especiales/especiales2017\\_03\\_02.pdf](http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2017/especiales/especiales2017_03_02.pdf). Consultado el 03 de enero de 2018.
- Martín Barbero, J. (2002). *Tecnicidades, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo*. *Diálogos de la comunicación*, 9-24.
- Martín Barbero, J. (1989). *Procesos de comunicación y matrices de cultura Itinerario para salir de una razón dualista*. Cd. de México: Gustavo Gilli.
- Mosquera Villegas, M. A. (2008). De la etnografía antropológica a la etnografía virtual. *Fermentum*, 532-549.
- Moya, Marian; Vázquez, Jimena (2010). De la cultura a la cibercultura: la mediatización tecnológica en la construcción de conocimiento y en las nuevas formas de sociabilidad. *Cuadernos de Antropología Social*, núm. 31, enero-julio, 2010, pp. 75-96. Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.
- Pérez Bonilla, G. y Pérez Frago, C. (2009). *Discurso*. En *Diccionario de Estudios Culturales Latinoamericanos*. Mónica Szurmuk y Robert Mckee, Coordinadores. Siglo XXI Editores.
- Trejo Delarbre, R. (2001). *Vivir en la sociedad de la información. orden global y dimensiones locales en el universo digital*. *Revista Iberoamericana de ciencia, tecnología, sociedad e innovación*.
- Van Dijk, T. A. (2000). *El discurso como interacción social*. Edit. Gedisa. Barcelona.
- Van Dijk, T. A. (2004). *Ideología y análisis del discurso*. En *Utopía y Praxis Latinoamericana*,

Universidad del Zulia. Maracaibo-Venezuela, 2005. Año 10, Num. 29. Pp. 9-36.

Wenger, E. (2001). *Comunidades de práctica. Aprendizaje, significado, identidad*. Paidós. Barcelona.

Zebadúa Carbonell, Juan P. (2011). Cultura, identidades y transculturalidad. Apuntes sobre la construcción identitaria de las juventudes indígenas. *Revista LiminaR. Estudios sociales y humanísticos*, año 9, vol. IX, núm. 1, junio de 2011.