

MOTIVACIÓN Y CONTINUIDAD EN FACEBOOK. EXPERIENCIAS DE ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CIENCIAS INFORMÁTICAS

Naisvel González Herrera

Órgano de Integración para el Bienestar Social (OIBS).

La Habana, Cuba.

Resumen

Facebook es una de las redes sociales más importantes a nivel mundial. Los jóvenes, en especial los universitarios, son los que históricamente se conectan a ella con mayor frecuencia. En Cuba también se manifiestan estas tendencias, por lo que se propone el estudio de las motivaciones para la apropiación y el uso de Facebook y la continuidad de sentido *offline-online*. El estudio se diseña según la metodología mixta y es exploratorio y descriptivo. La muestra está integrada por 228 personas, entre estudiantes y profesores de tercer año de la Universidad de Ciencias Informáticas del curso regular diurno 2013-2014. Se emplean como métodos de estudio: Entrevista a informantes claves, Encuesta, Diferencial semántico y dos Grupos de discusión. Los resultados obtenidos explican la importancia de Facebook para este segmento poblacional, al constituir la red social preferida y el motivo ideal para mantener la comunicación e interacción *online* con familiares, amigos y conocidos. Esto refuerza el traslado a este espacio virtual de relaciones en el mundo físico y la impronta emocional asignada a las mismas.

Palabras clave: Redes sociales, necesidades, significado y cotidianidad.

Abstracts

Facebook is one of the most important worldwide social networks. Young people, especially university students, are historically connected to it more often. In Cuba these trends are also evident, so the study of the motivations for comprehension and the use of Facebook and the offline-offline continuity. The study is designed according to the mixed methodology, and it is exploratory and descriptive. Interview to Key Informant, Survey, Semantic Differential and two Discussion Groups. The sample consists of 228 people third year, students and professor, who belong to the Information Science University regular day course 2013-2014. The results show the importance of Facebook for this section of the population, which are considered the favorite social network and the ideal online reason to keep the communication and interaction with family members, friends and acquaintances. This reinforces the move to this virtual space relationships in the physical world and the meaning and emotional imprint assigned to them.

Keywords: Social Networks, Needs, Meaning and Everyday life.

En la actualidad pensar en redes sociales conduce rápidamente a Internet, Facebook, Youtube, Twitter, Google+, Badoo, entre otras. Sin embargo este concepto ha sido de interés para las ciencias sociales antes del surgimiento de este servicio en Internet. En sus orígenes destacan los aportes de los psicólogos Lewin, Moreno y Fritz Heider, al demostrar a través de análisis matemáticos (grafos y sociometría) la influencia ejercida por la estructura de los grupos pequeños en las percepciones y comportamientos de los individuos que los integran. Resaltan también las investigaciones de Warner y Mayo sobre la estructura de grupos y subgrupos a partir del empleo de sociogramas; así como Max Gluckman con el interés por el conflicto como factor del mantenimiento y transformación del grupo (Lozares, 1996).

El surgimiento del ciberespacio condicionó el uso de un apellido para precisar la referencia a redes social *offline* (en el entorno físico) u *online* (en el espacio virtual). En opinión de Palenzuela (2013) ambos contextos son interactivos y facilitan el establecimiento de relaciones y contactos bidireccionales con los otros para la satisfacción de necesidades básicas de afiliación, seguridad y comunicación; en tanto predomina la inclinación por las emociones y la construcción de grupalidades con intereses compartidos en comunidad. Se comparten prácticas, sentidos, gustos, estilos de vida, códigos y valores que pueden llegar a consolidar determinadas culturas en el escenario físico o virtual.

En cuanto a las diferencias entre las redes *offline* y *online*, se destaca en las segundas la capacidad ilimitada para generar nuevos vínculos, acumularlos en el tiempo e incrementar la cantidad de información compartida. El término “amigo” empleado para designar a los contactos, extiende su significado al agrupar a los familiares, allegados, conocidos y desconocidos. Las relaciones se dirigen más hacia el reencuentro que a la consolidación de amistades.

La incorporación de las redes sociales *online* a la vida cotidiana es un hecho. Son una institución referente y constructora de la realidad humana, con toda la implicación social, política y cultural que conlleva (Amado, Colussi & Solana, 2011). Constituyen uno de los servicios más importantes en la generación de tráfico, al ser una de las principales fuentes de publicidad, información y entretenimiento. Los millones de usuarios que se suman a ellas expresan su popularidad, en especial entre los jóvenes, quienes con mayor frecuencia se conectan, utilizan y aprovechan las facilidades que brinda la tecnología (Mejía, 2010).

Coherente con las ideas antes expuestas, un estudio sobre redes sociales *online* realizado por el *Interactive Advertising Bureau* [IAB Spain] (2009), reveló que este servicio es considerado el más divertido, utilizado y preferido por sobre los convencionales; así como el medio más actual para jóvenes entre 18 y 24 años de edad. Además, refieren que el 84% de los encuestados se conecta a las redes sociales más de una vez a la semana y el 61% de manera diaria. Las motivaciones de uso se vinculan a la canalización de intereses personales y en menor medida al entretenimiento, la profesión y la búsqueda de pareja. Se destaca el fortalecimiento de lazos afectivos establecidos en la interacción *offline* al predominar los vínculos con amigos actuales y antiguos, sobre los familiares, compañeros de estudio y de trabajo y desconocidos.

Las redes sociales *online* tienen una dinámica propia que trasciende el hecho de estar conectados o no mediante la tecnología que lo posibilita. Entre los acontecimientos *online* y *offline* se produce una multiplicidad de referencias materiales y simbólicas de la cotidianidad. De manera que la sociabilidad *online* no representa un desplazamiento de otras formas de pertenencia, sino que permite ampliar los circuitos tradicionales de encuentro y socialización. Al respecto Winocur (2006) señala: “No es la tecnología la que marca los límites y quiebres entre un mundo y otro, sino el alcance y el sentido que da la experiencia con la tecnología dentro de los confines de su universo práctico y simbólico” (p. 565).

Sin dudas Facebook marca pauta entre las disímiles plataformas de redes sociales. Desde su surgimiento tuvo el propósito de trasladar comunidades preexistentes en el mundo físico al virtual, basado en la construcción de perfiles reales por sus usuarios. Ciuffoli y López (2010) subrayan que el crecimiento de Facebook implicó un progresivo cambio en el mapa de la distribución etaria y periodizan su devenir en cuatro etapas: 1. Red de universitarios (2004-2006); 2. Constitución en red social pública (2006-2007); 3. Red masiva y abierta (2008-2010) y 4. Web social y personalizada después de 2010.

Un estudio comparativo de las prácticas digitales de jóvenes españoles y mexicanos (Guaderrama & Ignacio, 2012), plantea que ambos grupos poseen una amplia experiencia en el uso de Internet, alto nivel de conectividad y continuidad de sentido entre sus prácticas virtuales y sus actividades reales. Facebook resultó la red social más empleada y su principal uso se orientó a mantener y fortalecer relaciones de amistad (92%); seguido por el entretenimiento (43%), los vínculos profesionales (27%) y, en menor medida, la búsqueda de pareja (3%). Resultados que coinciden con la valoración de

Néstor García Canclini (2012) sobre jóvenes y usos de redes sociales: “Lo que les fascina es comunicarse y hacer comunidades, transmitir información en amplia escala y saber rápido lo que acaba de suceder y lo que comentan muchos otros” (p. 17).

Palenzuela (2013) en su estudio *Imaginario social de jóvenes universitarios sobre su participación ciudadana en redes sociales virtuales*, explora el significado de Facebook para los jóvenes y su impacto en la vida cotidiana, sobre lo que plantea:

- Los usos y apropiaciones de la red se expresan en prácticas culturales diversas, en las que prevalece la manifestación de destrezas en el empleo de las herramientas de la plataforma; así como acciones de integración y expresión de contenidos que privilegia más lo público que lo privado.
- A partir de los usos y apropiaciones que los jóvenes hacen de Facebook, algunos fueron catalogados como *nativos digitales* por el significativo nivel de incorporación de la red social a su vida cotidiana; mientras que otros como *inmigrantes digitales* al emplear la red básicamente para la comunicación interpersonal y el ocio.
- Los estudiantes miembros de colectivos políticos y organizaciones sociales de la facultad tienen más activismo en la red social. Estos difunden con frecuencia contenidos vinculados con la iniciación, convocatoria y divulgación que potencian la participación ciudadana.
- Las comunicaciones circulan de un lado a otro, cruzando espacios físicos y virtuales. Comienzan en una instancia y continúan en otra, a veces con consecuencias en posteriores relaciones. Los momentos *offline* y *online* no se encuentran divididos, contrapuestos o desvinculados.
- Esta red social en sí mismo no constituye un fin donde se realice participación ciudadana. Solo puede socializar, difundir y sumar miembros rápidamente a causas sociales y movimientos de protesta a nivel internacional; que pueden contribuir a desencadenar en espacios presenciales, potenciales experiencias de participación.

Esto da cuenta del surgimiento de nuevas formas de participar, derivadas de la publicación como resultado del uso de las aplicaciones, que en muchas ocasiones retroalimentan la participación de otros usuarios e inciden en la evolución de la red. En este sentido, Seud (2010) señala que en Facebook el consumo, la producción y la participación están fuertemente empastados: “Los consumidores que forman parte de la cultura participativa desempeñan un papel cada vez más decisivo en la construcción, distribución y recepción de los contenidos mediáticos, pasando a ser prosumidores ... consumir es comentar, opinar, participar” (p. 67).

En el 2013 participé en el estudio exploratorio *Caracterización de las prácticas de consumo en la red social Facebook de estudiantes universitarios de La Habana* (Sagué & González, 2013), donde se obtuvo como resultados más significativos que para el 93% de los estudiantes la red es un espacio de reencuentro con amistades del pasado (con los que se había perdido contacto) y familiares que emigraron al extranjero. Se manifestó como tendencia una continuidad de sentido *offline* y *online*, en tanto los “amigos” virtuales eran conocidos. Destacó el uso de las aplicaciones que generan la sensación de realizar actividades y participar, lo que contribuye a la formación de un fuerte sentido de pertenencia a la red social. En este sentido se plantea en la investigación:

Los jóvenes sienten la necesidad de conectarse con más frecuencia y por más tiempo para comunicarse, interactuar e intercambiar con su lista de amigos. Sean estos familiares, amigos, conocidos; estén aquí o allá; accedan en el mismo momento o en horarios diferentes, todos existen en el ciberespacio. (p. 1705)

Diversos estudios apuntan la homogeneidad que Facebook genera, no solo en los modos de relación de los usuarios con ella; sino también en las maneras de configurar los sentidos y significados de las

experiencias. Sobre este aspecto Renato Ortiz (1994, citado por Guaderrama & Ignacio, 2012), en su libro *Mundialización y cultura* señala:

La globalización económica y técnica está asociada a procesos de mundialización cultural que darían cuenta de prácticas desterritorializadas en segmentos específicos de población. La juventud –definida como un público objetivo de las industrias culturales globalizadas– constituiría uno de estos segmentos, en los que grupos de jóvenes (no todos) tendrían en común formas de consumo, referentes identitarios, prácticas culturales, etcétera, más allá de las adscripciones territoriales nacionales o locales. (p. 276)

A partir de lo antedicho, se considera necesario el abordaje de Facebook desde la perspectiva de jóvenes cubanos, en especial de la Universidad de Ciencias Informáticas (UCI) por la facilidad de acceso que ofrece esta institución y las especificidades profesionales de estos estudiantes. Con tal propósito, se determinaron las motivaciones para la conexión a Facebook; así como la continuidad *offline* y *online* de los contenidos y actividades declarados en la interacción, en estudiantes de tercer año de la UCI del curso regular diurno 2013-2014.

Metodología

Las motivaciones que movilizan a universitarios cubanos a conectarse a Facebook, se entienden como la orientación permanente hacia la pertenencia y participación en esta red social para mantener el perfil actualizado, el contacto estable y sistemático con sus vínculos y el empleo de aplicaciones. Ello se exploró a través de los indicadores: Necesidades que se satisfacen; Significación racional-emocional; Impacto personal-social y Grado de dependencia.

La continuidad *online* y *offline* se refiere al conjunto de relaciones y actividades que se imbrican y conforman las particularidades de la vida cotidiana, las que vinculan de manera coherente la naturaleza diferente de los procesos de socialidad que acontecen en el espacio real (relaciones cara a cara-*offline*) y virtual (red social-*online*). Esto se estudió a partir de los siguientes indicadores: Relaciones interpersonales que coinciden en el espacio *offline* y *online*; Actividades que se planifican a través de la red para realizar de conjunto; Extensión de la comunicación a los espacios *offline* sobre las interacciones en Facebook y Correspondencia entre los contenidos de las actividades *offline* (lectura, películas, series, programas, juegos, recreación, moda) y la información que se publica en Facebook.

La investigación se diseña a partir de los postulados de la metodología mixta, lo que facilita el proceso de recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos. El estudio es exploratorio y descriptivo. Se emplearon métodos y técnicas diferenciadas en cada uno de los tres grupos muestrales: entrevista semi-estructurada a dos informantes claves; dos grupos de discusión (uno con ocho estudiantes y otro con cuatro profesores) y se aplicó una encuesta y un diferencial semántico a 218 alumnos de una población de 570 ($\pm 5,4$ de margen de error, un nivel de significancia de 0,05 y 95% de confiabilidad). En total la muestra estuvo integrada por 228 personas. El procesamiento estadístico se ejecutó a través del software EPI-5 y del paquete estadístico para Ciencias Sociales SPSS versión 18.0.

Los criterios de inclusión a la investigación implican: Ser estudiantes de pregrado del curso regular diurno de tercer año de la UCI; Tener una cuenta en Facebook; Ser usuario de la red social por un tiempo superior a los seis meses y Acceder a esta con una frecuencia mínima de una vez a la semana.

Principales Resultados

En cuanto a motivaciones...

Los significados de Facebook, el sentido que se le otorga y la necesidad de conexión a esta red que se aprecia en sus usuarios, son algunas de las cuestiones exploradas en este estudio. En este sentido, una de las preguntas abiertas de la encuesta interroga: ¿Qué significa para ti Facebook? Los argumentos expuestos por los 218 estudiantes a los que se les aplicó esta técnica, se agruparon en

siete categorías. De ellas cinco enfatizan que el acceso a Facebook trasciende el hecho de ser usuario, tener muchos contactos, poseer un perfil y actualizarlo; al satisfacer necesidades de comunicación, interacción y expresión social; conocimiento; entretenimiento; conectividad y reconocimiento social. A continuación se argumenta cada una de ellas:

Comunicación, interacción y expresión social

Mantener lazos preexistentes con familiares y amigos significativos para los usuarios, es lo que distingue realmente a Facebook del resto de las redes sociales. Estas personas constituyen un grupo reducido, selecto e importante emocionalmente para el estudiante. Conocer nuevas personas también enriquece este proceso, en particular si son atractivas, agradables y comparten intereses comunes. De manera que el uso tiene un sentido práctico y utilitario, como instrumento que media en la interacción con otros.

Los contenidos publicados por los estudiantes giran en torno a la cotidianidad: se exponen sucesos creativos y efímeros al decir de De Certeau (2000) que acontecen en la vida de cada persona. Los límites entre lo público y lo privado se desdibujan, en tanto prevalece el goce entre los estudiantes de construir una imagen personal y compartir la vida masivamente.

Las dificultades de conexión que caracterizan al país, dadas las restricciones que impone el bloqueo económico, comercial y financiero del gobierno de los Estados Unidos; también matizan el uso de Facebook. Ante la limitante de permanecer *online* el tiempo deseado, los estudiantes distribuyen su cuota y emplean como estrategia la conexión por intervalos: acceder con más frecuencia y por menos tiempo, para estar actualizados e intercambiar con sus contactos.

Impresiona que la comunicación cara a cara en el contexto *offline* se compense con la interacción en tiempo real en el espacio *online*. Al estar limitada la conexión a Facebook por las dificultades de acceso a Internet en la UCI, el vínculo se refuerza con la publicación de fotos, de “caritas felices” u otras aplicaciones gráficas, donde los pequeños textos complementan la información de las instantáneas. El no verse físicamente, se sustituye por el sentirse.

Otra modalidad de comunicación, interacción y expresión social es a través de la participación en grupos. Aunque este tipo de intercambio no caracteriza a Facebook por la propia disposición de la plataforma, se advierte en los estudiantes necesidades latentes de pertenencia y referencia a espacios colectivos de socialización y de significación personal. Esto se satisface en la inclusión a grupos existentes en la red social que agrupan a personas del barrio, la provincia, escuelas precedentes, entre otras. En correspondencia con lo antedicho dos encuestados exponen:

- *Facebook te permite acortar la distancia entre personas que se quieren y no se pueden ver.*
- *La oportunidad de hablar con amigos y familiares que no veo o hablo con ellos hace tiempo y como para todos es una vía para conocer personas, sentirte parte del mundo.*

En los grupos de discusión se expresa:

- *Entro a Facebook solamente para chatear con mi familia que está en Estados Unidos y con algunas amistades. Eso es lo único que me interesa de Facebook. Ah! y las fotos cómicas que ponen los que son amigos míos (estudiante 4).*
- *Básicamente ellos lo toman como algo de ocio. Creo que esa es la palabra que resume más el quehacer de los estudiantes con Facebook. También les brinda la posibilidad a ellos de encontrarse con otras personas que obviamente no las tienen cerca, muchas amistades que no se encuentran ni en el país. De cierta manera Facebook les ha facilitado eso (profesor 4).*

Son pocos los estudiantes que emplean Facebook para el debate y el activismo social, lo que está dado en gran medida por las dificultades de conexión a la red social.

Soy activista de LGTB. Manejo actualmente cuatro perfiles en Facebook. El mío personal y los tres del proyecto socio-cultural que dirijo, vinculados al

CENESEX. Evidentemente la mayoría de las personas emplean Facebook con un fin de ocio, pero en mi experiencia lo uso para colocar determinadas temáticas en las que nos interesa generar polémica (estudiante 2).

Conocimiento y agilidad de la información

La inmediatez con que circula la información en Facebook constituye otro elemento que atrapa a sus usuarios. Los encuestados develan necesidades de dominar cuestiones referentes a la moda, artistas, deportistas... En este espacio se ponderan los saberes asociados a la industria cultural, sobre los temas vinculados al mundo académico y la profesión. En este sentido algunos encuestados plantean:

- *Facebook permite conocer diferentes puntos de vista de personas que están viviendo en otras regiones del mundo.*
- *Un medio para conocer las tendencias que existen sobre diferentes áreas (deporte, música, cine, etc.).*
- *Para mí Facebook es la posibilidad de conocer otros lugares y costumbres desde la silla en mi cuarto.*

Entretenimiento

Facebook es evaluado en su generalidad como un espacio de distracción y ocio. Los usos dados a esta red social, basados en la comunicación, interacción y expresión social con los contactos, forman parte de las acciones efectuadas para “desconectar” de la carga docente; actividad psicosocial que rectora la cotidianidad de los estudiantes. Esta valoración está condicionada por las apropiaciones y usos particulares que hace cada usuario; en tanto es otra fuente de trabajo para los pocos que ejercen activismo social. Al respecto dos encuestados argumentan que Facebook es:

- Espacio para despejar un poco y salir de la rutina.
- Una forma de relajar y pasarla bien durante un rato.

En el grupo de discusión con estudiantes se plantea: *“Facebook para mí no es más que otra forma de entretenimiento. Una vía de ocio, de recreación y de vez en cuando para mantener contacto con amistades que hace rato que no veo del preuniversitario”* (estudiante 7).

Conectividad

La necesidad de conectividad emerge en el siglo XXI y rápidamente se posiciona en un peldaño elevado de la jerarquía motivacional. Es el resultado del empleo masivo de las tecnologías y el espacio ganado por el ciberespacio. Al decir de Winocur (2006): “Es una alternativa que permite ampliar las posibilidades de estar siempre en contacto, visibles y disponibles” (p. 574).

Entre los jóvenes encuestados es latente la necesidad de estar disponibles para la comunicación *online*, condición que desencadena la posibilidad de satisfacer el resto de las necesidades hasta aquí abordadas. Sin acceso a Internet no hay Facebook, ni amigos, ni actualización sistemática y en tiempo real del acontecer que dicta la Industria Cultural. Uno de los encuestados expresa: *Siempre me quedo con ganas de estar un tiempito más en línea.*

Reconocimiento social de Facebook

Al margen del conjunto de necesidades que los encuestados satisfacen a través del empleo de Facebook, también son atractivas: las cualidades de su interfaz y la popularidad que posee a nivel mundial. A través de su participación en Facebook los jóvenes experimentan la gratificación de pertenecer a la “macro comunidad más importante del mundo”. Al respecto los encuestados manifiestan:

- Es simplemente la red social más popular.

- Lo mejor que se ha inventado.
- La mayor de las redes sociales para conocer e intercambiar con personas.

Resultados similares sobre la significación de esta red para la juventud expone la investigación *Motivación, consumo y apreciaciones de Facebook por parte de jóvenes universitarios: El caso de la red UCSC Chile* (Crespo, Elgueta & Riffo, 2009), al identificar como motivos para unirse a ella:

1. Su popularidad genera la necesidad de formar parte de esta nueva moda.
2. El reencuentro con personas conocidas en el pasado facilita la re-vinculación y reafirmación de lazos afectivos.
3. Las ventajas y múltiples aplicaciones que entrega esta plataforma.

La preferencia de Facebook por la mayoría de los encuestados, que indica su fuerte posicionamiento en estos jóvenes, tiene un comportamiento similar al descrito en Cuba por Palacios (2012) y Sagué y González (2013); en España por Guaderrama e Ignacio (2012) y en Chile por Crespo *et al* (2009) y Palenzuela (2013); así como a nivel mundial según los sitios web especializados Global Web Index (2013) e Infobae (2014).

Las restantes dos categorías –de las siete anunciadas– enfatizan el sentido desfavorable que tiene el uso de Facebook. Son minoría los encuestados que refieren que esta red social no constituye prioridad en su jerarquía motivacional, sea por percibirla como pérdida de tiempo (9%) o asumir con seriedad los riesgos que se derivan de un empleo descuidado (2%). En este sentido un encuestado plantea: *Es una red social donde puedes hacer amigos, donde compartes tus ideas, experiencias, gustos, fotos, videos; pero todo esto puede ser nocivo para la seguridad personal de cada usuario, por eso es necesario hacer un uso lo más correcto posible.*

Por otra parte, a pesar de la significación de Facebook para los estudiantes, estos advierten como desventajas derivadas de un inadecuado uso, el grado de dependencia a la conexión que se aprecia en algunos usuarios. Impresiona que sean minoría los que establecen un vínculo de este tipo hacia la red social; lo que además trasciende su uso específico hacia el empleo de la tecnología en general, como Internet. Al margen de las necesidades que se satisfacen a través de Facebook y de las restricciones objetivas que condicionan el acceso limitado a este espacio; se advierte en estos jóvenes una predisposición favorable hacia la comunicación cara a cara, en el que se disfruta la interacción en colectivo. Al respecto en ambos grupos de discusión se plantea:

- *Conozco gente que está en la misma universidad y se está conectando con gente de aquí mismo. Está perdiendo la cuenta de Internet y el gusto de conversar cara a cara que es tan divertido... Conozco gente que no sale de su cuarto. Incluso he vivido con ellos en el mismo apartamento, y te han mandado un recado por Internet. Hasta ahí llegan... Facebook tiene desventajas para el que no lo sabe usar y al final termina dependiendo de la red. Pero para el que la usa bien es una ventaja. Conozco gente que se le cae la red y se mueren, que lo ves que corren para el nodo a reportar el tema ese, porque si no, no viven. Para esa gente es una desventaja porque le está obstruyendo su desarrollo social (estudiante 4).*
- *Creo que es otra manera de comunicarse. Antes de que surgiera el teléfono la gente tenía que comunicarse cara a cara y mandaba cartas. Se inventó el teléfono y la gente comenzó a comunicarse por teléfono y no dejó de comunicarse cara a cara. No creo que haya que colocarse en los extremos y pensar que vamos a dejar de comunicarnos con palabras. El nivel de dependencia va más en lo personal, si la persona lo convierte en su única vía de comunicación (estudiante 2).*
- *De ellos algunos son más incisivos, que si viven más Facebook, pero no la mayoría (profesor 3).*

En cuanto a continuidad...

La propuesta de Facebook de trasladar al ciberespacio comunidades preexistentes en el espacio físico, refuerza que la dinámica que emerge a lo interno a partir de las interacciones entre los usuarios no pierda referencia de la realidad concreta. En el presente estudio la continuidad *offline-online* se manifiesta en los contactos que añaden los estudiantes. Como tendencia son familiares y amigos allegados –algunos residen en el extranjero–, que constituyen un núcleo reducido, selecto e importante emocionalmente.

La continuidad *offline-online* también se advierte en los contenidos de la información publicada, que en general, hacen referencia a la cotidianidad del usuario, al activismo social, y a gustos personales sobre frases, artistas o autores. En el grupo de discusión los estudiantes plantean:

- *Los temas son diversos. Los míos están relacionados con la sexualidad* (estudiante 2).
- *El grupo mío se creó a partir de la jodedera, a lo mejor otro se creó por los Cinco Héroes. El tema va con el grupo* (estudiante 4).
- *Veo postales que ponen de Coelho, porque me gusta leer sus libros* (estudiante 7).
- *Yo en algunos casos publico imágenes, fotos, cosas que tienen que ver con la diversión, o poesía, o una foto de Chaplin, un escrito de El Principito...* (estudiante 3).

El acontecer en Facebook se mueve en ambas direcciones, aunque impresiona un predominio mayor desde el espacio *offline* al *online*, en tanto tiene una función compensadora la comunicación, interacción y expresión social que se produce entre usuarios cercanos en los afectos y lejanos en la distancia. La cotidianidad se extiende a esta red social con espontaneidad, pero a la inversa depende de la importancia concedida puntualmente por cada usuario. En ambos grupos de discusión y en entrevista con un informante clave se comenta:

- *Hay más relación desde el espacio físico a Facebook que en el otro sentido... Comunicas lo que no puedes comunicar en el espacio real... de la vida real a Facebook es el sentido que con más frecuencia ocurre...y no viceversa* (estudiante 3).
- *Para que lo que pase en Facebook se comente en los pasillos tiene que ser algo muy extraordinario* (profesor 4).

Los espacios *offline* y *online* se imbrican de manera natural. Entre ambos fluyen contenidos que trascienden al estudiante frente a la PC y llegan a terceras personas sin oportunidad de acceso a Internet, que también se preocupan por sus familiares y allegados, e inducen a la búsqueda de información de interés. De manera que el quehacer en Facebook no se circunscribe a sus miembros. En el grupo de discusión con estudiantes se manifiesta:

- *Generalmente la familia sí te pide que busques a un tío lejano, escríbele* (estudiante 6).
- *Mi mamá me dice: Mira se fue fulana, que es tía abuela mía, mira a ver si tú la ves en Facebook, pregúntale por la gente* (estudiante 7).

El uso de Facebook para la planificación de actividades está condicionado por las limitantes de acceso y conectividad a Internet de los estudiantes. No se observa su empleo para la organización de grandes eventos más allá del anuncio que haga algún usuario en específico; aunque se advierten indicios de coordinaciones y promociones de encuentro, en general, entre vínculos preexistentes de los anteriores niveles de enseñanza. En ambos grupos de discusión y en entrevista a un informante clave se expone:

- *Esa es la vía donde todas las amistades nos ponemos de acuerdo para hacer alguna actividad... Lo uso más bien para la comunicación personal. Nos vemos tal día o saluda a la gente del barrio* (estudiante 7).
- *Facebook es difusor de mensajes. Por ejemplo: Buena Fe va a tocar, vamos* (informante clave).

Estos resultados indican que reducir el término realidad a los acontecimientos *offline* pierde objetividad. Los sucesos en ambos contextos son vivenciados con igual credibilidad e intensidad. Lo supuesto real en alusión al medio físico y lo virtual en relación al ciberespacio; se integran con espontaneidad y naturalidad, formando parte de las experiencias y recuerdos vividos. En este sentido Winocur (2006) plantea: *"Entre lo real y lo virtual existe una multiplicidad de referencias materiales y simbólicas en la vida cotidiana y en los medios de comunicación que los imbrican, más allá de que la computadora esté encendida o apagada, estemos desconectados o conectados"* (p. 555).

En cuanto al aporte de la técnica Diferencial semántico...

A través de esta técnica se explora la actitud manifiesta de los encuestados hacia Facebook. Los resultados obtenidos en ella complementan la lógica de los análisis hasta aquí expuestos. Para una mejor comprensión del instrumento se agrupan los 15 objetivos bipolares en cinco categorías de análisis, los que se abordan a continuación:

Capacidad movilizativa: La tendencia indica la significación y el atractivo de Facebook para la mayoría de los encuestados al ser calificada la red social como: dinámica (62%), fuerte (59%), activa (58%), movilizadora (52%) e importante (42%).

Percepción de riesgo: Como regularidad se advierte ambivalencia en las respuestas ofrecidas por los encuestados en cada uno de los cuatro pares de adjetivos bipolares que integran la categoría. Predomina más o menos al señalar dañino-saludable (42%), profundo-superficial (39%), peligroso-seguro (37%), sincero-falso (36%); aunque la balanza se inclina ligeramente hacia dañino (24%) y peligroso (31%), en tanto ambos pares opuestos puntúan 17%.

La incertidumbre apreciada en estas respuestas apunta a cierta incompatibilidad entre los conocimientos que poseen sobre los riesgos de publicar en esta red social (difundidos por los medios de comunicación cubanos) y su predisposición favorable a utilizarla, en una mayoría como vía favorita; en tanto constituye el motivo ideal para satisfacer un conjunto de necesidades.

Objetividad: Este espacio es definido como virtual, tal cual es. Sin embargo, la mayoría de los encuestados al referirse a concreto o abstracto se posicionan en el intermedio más o menos (43%), aunque se advierte cierta tendencia en definirlo como concreto (29%). Esto tiene cierta relación con lo antedicho sobre la continuidad online-offline: Lo supuesto real en alusión al medio físico y lo virtual en relación al ciberespacio; se integran con espontaneidad y naturalidad, formando parte de las experiencias y recuerdos vividos.

Funcionalidad: En cuanto al sentido práctico, Facebook es definido por la mayoría como útil (65%) y placentero (46%), ambos en estrecha relación con su función como medio de comunicación y generador de vivencias agradables al satisfacer un conjunto de necesidades de primer orden para los encuestados.

Costo: La mayoría de los encuestados percibe a Facebook como costoso (36%), y no precisan entre lejano o cercano, aunque se advierte cierta predisposición a evaluarlo como lejano. Impresiona que la accesibilidad de manera sistemática se valore como distante en el tiempo dado las dificultades con la conexión en la UCI.

Consideraciones finales

Es un hecho que para los universitarios de la presente investigación, la red social Facebook ha reconfigurado las maneras de interacción social y los modos de construir su cotidianidad, lo que trasciende el uso elemental de poseer un perfil y muchos contactos. La información fluye del espacio

offline al *online* con espontaneidad y naturalidad, la que se integra de manera armónica a las vivencias de los estudiantes.

El diapasón de motivaciones que satisface el alumnado a través de la interacción en Facebook, sustenta que su uso se potencie una vez se amplíen las posibilidades de conexión a Internet del país en general y de la UCI en particular. En este contexto, donde se demuestra la importancia de Facebook para universitarios cubanos, se hace necesario desplegar estrategias curriculares en la UCI orientadas a la formación de valores en el estudiantado para el empleo de esta red social, dada su significación, el sentido práctico de su uso y la existencia de vulnerabilidades.

Es un reto para políticos, ideólogos, claustro de profesores, administradores de redes y los propios alumnos, que el empleo de la tecnología sea una herramienta para la formación profesional y personal, para el debate y la participación, la unión y la divulgación. El camino puede ser angosto, pero no infranqueable.

Bibliografía

Amado, O.; Colussi, M. & Solana, R. (2011). *Los medios alternativos y las redes sociales*. Extraído el 15 agosto, 2013 de <http://www.cubadebate.cu/opinion/2011/12/20/los-medios-alternativos-y-las-redes-sociales/>

Barbero, J. (2007). Paradigmas de comunicación: un mapa con memoria latinoamericana. *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, 1, 235-260.

Ciuffoli, C. & López, G. (2010). Facebook como paradigma de la alfabetización digital en tiempos de barbarie cultural. En A. Piscitelli, I. Adame & I. Binder (Comp.), *El Proyecto Facebook y la posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje* (pp. 111-129). Barcelona: Ariel. Extraído el 30 octubre, 2012 de www.raco.cat/index.php/RUSC/article/viewFile/254147/340991

Crespo, K.; Elgueta, A. & Riffo, A. (2009). Motivación, consumo y apreciaciones de Facebook por parte de jóvenes universitarios: El caso de la red UCSC Chile. *Última Década*, 31, 129-145. Centro de Estudios sobre la juventud, La Habana y Centro de Estudios Sociales (CIDPA), Chile.

De Certeau, M. (1980/2000). *L'Invention du quotidien. I. Arts de faire* [La invención de lo cotidiano. I. Antes de hacer] (1era reimpresión). México: Cultura Libre.

García Canclini (2012). Introducción. De la cultura postindustrial a las estrategias de los jóvenes. En N. García, F. Cruces & M. Urteaga (Comp.), *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales* (pp. 4-24). Barcelona: Ariel.

Global Web Index (2013). Extraído el 24 mayo, 2013 del sitio Web de Global Web Index: <http://www.google.com/cu/url?sa=i&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&docid=smNGbUV>

Guaderrama, M. & Ignacio, J. (2012). Prácticas digitales en España y México: un cuestionario *online*. En N. García, F. Cruces & M. Urteaga (Comp.), *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales* (pp. 273-297). Barcelona: Ariel.

Interactive Advertising Bureau. (2009). España. Extraído el 6 abril, 2013 de www.iabspain.net

Infobae (2014). *Las sorprendentes cifras de Facebook*. Extraído el 23 mayo, 2014 del sitio Web de Infobae: <http://www.infobae.com/2014/02/04/1541512-las-sorprendentes-cifras-facebook>

Lozares, C. (1996). La teoría de redes sociales. *Papers*, 48, 103-126.

Mejía, C. (2010). *Análisis de redes sociales a gran escala*. Tesis para optar por el Título de Maestro en Ciencias en Computación, Centro de investigación y de estudios avanzados del Instituto Politécnico Nacional, México. Extraído el 25 septiembre, 2012 de www.cs.cinvestav.mx/TesisGraduados/2010/tesisCristianMejia.pdf

Palacio, A. (2012). Jóvenes y consumo de Internet. Explorando sus prácticas. Memoria para optar al Título de Sociólogo, Facultad de Filosofía e Historia, Departamento de Sociología, Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.

Palenzuela, Y. (2013). Imaginarios sociales de jóvenes universitarios sobre su participación ciudadana en redes sociales virtuales. Tesis de Maestría para la obtención del título de Máster en Análisis Sistémico Aplicado a la Sociedad, Facultad de Ciencias Sociales, Departamento de Antropología, Universidad de Chile, Chile.

Sagué, A. & González, N. (2013). *Caracterización de las prácticas de consumo en la red social Facebook de estudiantes universitarios de La Habana*. Ponencia presentada en la VI Convención Intercontinental de Psicología "HOMINIS 2013", Sociedad Cubana de Psicología, La Habana, Cuba.

Seud, G. (2010). Pensando a Facebook, una aproximación colectiva por dimensiones. En A. Piscitelli, I. Adame & I. Binder (Comp), *El Proyecto Facebook y la posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje* (pp. 59-70). Barcelona: Ariel. Extraído el 30 octubre, 2012 de www.raco.cat/index.php/RUSC/article/viewFile/254147/340991

Winocur, R. (2006). Internet en la vida cotidiana de los jóvenes. *Revista mexicana de Sociología*, 68 (3), 551-580.