

**JORNADAS DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN 2015**

Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales

VI° Encuentro de Investigación en Periodismo y

III° Foro de Investigadores en Diseño, Publicidad, Comunicación Social y Relaciones  
Públicas

**“Desarrollo de las competencias y saberes para la investigación en Comunicación”**

Del 2 al 6 de noviembre de 2015

**Título del trabajo**

RESEÑA SOBRE EXPERIENCIAS DE FORMACIÓN EN INVESTIGACIÓN Y REDES  
SOCIALES EN LA UNIVERSIDAD DE LA COLIMA, MÉXICO.

**Nombre y apellido del/los autor/es,**

Ma Alejandra Rocha Silva

**DNI**

No Aplica

**Pertenencia institucional:**

Universidad de Colima

**Correo electrónico:**

arocha@ucol.mx

## **RESEÑA SOBRE EXPERIENCIAS DE FORMACIÓN EN INVESTIGACIÓN Y REDES SOCIALES EN LA UNIVERSIDAD DE LA COLIMA, MÉXICO.**

*Rocha Silva, Ma. Alejandra*

### **RESUMEN**

Las carreras de comunicación se han diseñado con diferentes perfiles, generalmente asociados a los tradicionales medios de comunicación. Hoy con Internet está cambiando la lógica comunicativa y con ella la de la formación del comunicador. En el contexto de esta enorme transformación, la presente ponencia describe algunos de los recursos pedagógicos que utilizamos en la cátedra de *Teorías clásicas de comunicación* para contribuir a desarrollar en nuestros estudiantes competencias en la elaboración de marcos conceptuales. Lo hicimos a propósito de una investigación sobre redes sociales.

### **PALABRAS CLAVE**

Redes Sociales, Internet, Investigación, Comunicación.

**Rocha Silva, Ma. Alejandra.** Doctora en tecnología educativa por la Universidad de Salamanca, España. Profesora e investigadora de tiempo completo, Titular B. Adscrita a la Facultad de Letras y Comunicación de la Universidad de Colima.

En sus inicios la licenciatura en Comunicación ha estado ligada a los medios: el cine, la radio, la televisión y el mundo periodístico. Pero avanzando el siglo XX los diferentes perfiles de los comunicadores se fueron multiplicando en especialidades tan dispares como la producción audiovisual o la imagen institucional. Hoy, esas especialidades están siendo replanteadas por el uso masivo de internet, a la vez que están dando lugar al surgimiento de nuevos campos académicos y profesionales. Todo ello en conjunto impacta en el perfil del comunicador, que cada vez más debe comprometerse con la investigación.

En las próximas líneas nos referiremos al enfoque que hemos privilegiado para desarrollar competencias en la construcción de marcos conceptuales.

En la asignatura *Paradigmas clásicos de la comunicación*, que cursan los alumnos de segundo semestre de la Licenciatura en Comunicación de la Universidad de Colima, hemos abordado la construcción de los marcos conceptuales de cada equipo de investigadores trabajando en dos momentos. Primero, el conjunto del curso tuvo por objetivo definir el concepto de *red social digital*. Luego de búsquedas, análisis y discusión adoptamos la definición de Acquisti y Gross quien la caracteriza como “*una comunidad en internet donde los individuos interactúan, comúnmente a través de perfiles que (re)presentan su persona pública (y su red de conexiones) a otros*” (Acquisti y Gross, 2006: 2). Agregamos a esta definición una síntesis de los atributos que se identificaron en el marco de las discusiones del curso. De este modo los estudiantes pudieron poner en práctica la capacidad de analizar distintas definiciones, adoptando una y complementándola con el fruto de su propia reflexión. Agregamos así a la definición adoptada la que sigue: “*las redes sociales posibilitan la búsqueda y relación entre personas que se conocen en la vida real en primera instancia, y luego se tejen relaciones con los amigos de esos amigos de forma progresiva y, muchas veces, sin conocimiento previo.*”

A partir de esta definición el objetivo fue desarrollar competencias en la construcción de marcos conceptuales basados en distintas teorías. Para ello se revisaron tres corrientes teóricas: funcionalismo, estructuralismo y marxismo.

Como de manera coyuntural, en calidad de titular de la asignatura “Metodología de la investigación” he investigado sobre Facebook desde el año 2010, recurrí como estrategia pedagógica a que los alumnos tomaran alguna de las teorías y, con base en ella, estudiaran el fenómeno de las redes. Ello sentó las bases de la investigación que finalmente se publicó en la Revista Interpretos (Rocha Silva, 2014, pp 115-132).

Vimos cómo las teorías clásicas nos permitieron parcialmente abordar el fenómeno de las redes sociales, pero no encontramos alguna con la cual visualizar todo el panorama, de modo que optamos por hacer adaptaciones y uniones que epistemológicamente fueran congruentes y de esa manera pudimos construir nuestros propios “lentes”.

Tomamos primero a Lasswell quien en 1930, conjuntamente con Lazarsfeld y Hovland, esquematizaron el proceso de comunicación. Mediante un diagrama ellos analizaron qué se enfatiza en el momento de la comunicación, quién dice qué, por qué canal, a quién, con qué efectos. El proceso se vincula indefectiblemente al medio o canal que permite al emisor dirigirse simultáneamente a un gran número de destinatarios, surgiendo lo que se conoce como *corriente funcionalista de la investigación de la comunicación: Mass Communication Research* (Urribarrí, 1999) representada también por autores como Merton y Schramm (Katz, Blumer y Gurevitch, 1982). La esencia del funcionalismo es que cada una de las instituciones tiene un rol social a desempeñar y el objetivo es lograr un equilibrio; por lo tanto, en nuestro curso comenzamos por dar cuenta de cada una de las partes que componen Facebook e intentaremos verlas desde la perspectiva funcionalista.

Nos abocamos entonces a buscar los roles institucionales y sus objetivos. Por ejemplo, advertimos que los líderes de opinión están en Facebook, en el sentido más amplio del término. Es decir, un presidente es usuario de esta red y de Twitter, y por primera vez los propios actores dan noticias directamente a sus seguidores, a través de estos sitios. Ya no necesitan citar a rueda de prensa o emitir un comunicado, están ahí y agregan todo lo que quieren decir. También hay líderes de opinión dentro del propio Facebook, ya que hay parámetros de medición para determinar el liderazgo en el ciberespacio. En este derrotero los estudiantes pudieron “trabajar” las redes a la luz de las categorías del funcionalismo.

Lo propio se hizo con el estructuralismo. El estructuralismo es una corriente filosófica que se da entre el funcionalismo y el marxismo y está basada en el curso de lingüística general de Saussure. Se considera que Claude Lévi-Strauss es el máximo exponente de la corriente, y propone que los fenómenos sociales ofrecen el carácter de signos y que cualquier sociedad puede ser estudiada como un sistema de signos. El método implica descubrir la estructura o sistema. Lévi-Strauss aplica y propone el método fonológico de la lingüística estructural de Jakobson a la etnología, y se aleja del concepto funcionalista de estructura, dándole un nuevo giro sobre una base lingüística. Propone además observar cómo está estructurada la sociedad. Para conocerla hay que ver las organizaciones mentales de los individuos de dicha sociedad (lo que Durkheim llamaba el

*pensamiento colectivo*). Partiendo de lo anterior es que intentamos descubrir cómo se encuentra estructurado *Facebook* como parte de la sociedad informatizada.

Advertimos que las TIC son una parte importante para el tejido de la sociedad actual, están incorporadas a la vida, especialmente a la de los jóvenes: *Facebook* es parte de su cotidianidad. Según los estructuralistas, los medios de comunicación son sólo modalidades de transmisión mediante las cuales se reestructuran determinadas formas que enriquecen su fuerza de expresión. En internet están todas las posibilidades de comunicación, todos los medios y las nuevas formas o medios para comunicarnos, puestos en una sola plataforma. Partiendo de la premisa anterior, *Facebook* sería una modalidad más de transmisión que asume las reglas de la sociedad actual, de la estructura que la soporta y que, como tal, las reproduce en el sitio. La sociedad no es la suma de los individuos que la integran, sino el todo. Los individuos no son independientes sino partes complementarias. La sociedad se constituye en la medida en que tiene determinadas reglas o estructuras que producen el sentido de los acontecimientos. Las mismas son producto de las normas que los hombres han asimilado en sociedad y les permite evocar significados en común. *Facebook* no escapa a esta lógica.

Por último, tomamos la Teoría Crítica, la cual tiene su base en el marxismo y surge como una postura en contra del Positivismo. Sus exponentes provienen de diferentes disciplinas, entre ellos podemos mencionar a Adorno, Walter Benjamin, Max Horkheimer, Marcuse, Jürgen Habermas (1982), entre otros. El nombre deriva de que en 1923 se fundó un instituto asociado a la Universidad de Frankfurt, pero con la llegada del nazismo sus miembros se vieron obligados a huir de Alemania y a establecerse en Nueva York. Para este enfoque, los medios de comunicación son vistos como industrias culturales.

En este sentido, internet es una plataforma en la cual se encuentra el cine, la radio, la televisión, la prensa, las revistas electrónicas y que también ha posibilitado otras formas de comunicación colectiva, como las redes sociales; generando con todo ello la denominada *cibercultura*. Una posible interpretación en este marco es que quienes tienen acceso a internet pertenecen a una clase social privilegiada, ya que la tasa de penetración nacional de internet en México es de 29.7% (AMIPCI, 2009). El poder económico se manifiesta aquí, puesto que los países más desarrollados tienen mayor acceso, frente a los pobres que tienen porcentajes muy bajos. ¿Cuál es el idioma en internet? El inglés por excelencia. Ello podría considerarse otra manifestación del poder cultural, porque son países como Estados Unidos e Inglaterra quienes hablan este idioma y porque además en los otros países desarrollados las personas, por el tipo de sistema educativo que

tienen, suelen dominar una segunda lengua, generalmente el inglés. La sociedad actual puede caracterizarse como una sociedad que necesita mostrarse, las personas salen de la esfera privada para hacerse parte de la pública. ¿Qué es lo que se muestra? Todo, absolutamente todo. Existe una necesidad de ir plasmando el día a día, el momento a momento con imágenes y sonidos, principalmente. Y las redes sociales fueron hechas para eso, para mostrarse a los demás y para conocer al otro a través de lo que se muestre. En suma, una enorme industria cultural.

Los tres intentos precedentes de mirar el fenómeno de las redes desde tres teorías distintas generaron discusiones entre los estudiantes ante la percepción de que ninguna satisfacía por completo los interrogantes planteados. Ello puso de manifiesto la posibilidad –incluso la necesidad– de tejer una nueva teoría adaptando o integrando fragmentos de las existentes o bien desarrollando otra completamente nueva. Se pudo trabajar de este modo, adentrándonos también en la problemática de la necesidad –no siempre fácil– de articular las teorías o fragmentos de las mismas cuidando la coherencia epistemológica.

Articulando epistemología, teoría y metodología los grupos de investigación del curso estuvieron en condiciones de reformular sus objetivos iniciales. La riqueza de la experiencia fue, básicamente la de acompañar a los estudiantes en la construcción de un marco conceptual recorriendo y articulando la teoría clásica de su disciplina.

## **Conclusión**

En el contexto de la enorme transformación que supone Internet para el campo de la comunicación, la presente ponencia tuvo por objetivo relatar el modo en el que nos hemos propuesto en la Universidad de Colima, México, fortalecer algunas competencias para la construcción de marcos conceptuales dentro del curso de Teorías Clásicas de la Comunicación. Entendemos que las competencias para investigar son cada vez más importantes en la formación de comunicadores, teniendo en cuenta el potencial de la web para manejar datos e información.

## **Bibliografía**

Rocha, M.A. (2004). El lenguaje de los jóvenes en el chat en *Revista Estudios Sobre las Culturas Contemporáneas*, junio 2004. Año/vol. X, número 019 Universidad de Colima, México, disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31601907>

Rocha, M. A. (2009) El imaginario del comunicador en la era de las tecnologías de la información y la comunicación en *Interpretextos* Año 3, núm. 4, p.65-73. Universidad de Colima. Colima, México. Disponible en <http://www.ucol.mx/interpretextos/resultados.php?idarti=175>

Rocha, M. A. (2014). La comunicación ante una nueva disyuntiva teórica: Facebook en *Interpretextos*, Vol. 7, Núm. 12. P 115-132. Universidad de Colima, Colima, México. Disponible en <http://www.ucol.mx/interpretextos/resultados.php?idarti=115>

Rocha, M.A. Acosta R. Contreras-Castillo, J.J. (2014). *Experiencias con tecnología educativa*. México: Universidad de Colima.

Rocha, M. A. Álvarez, I.M. y Amador, G. (2015). Las redes sociales: el acompañamiento emocional de los estudiantes durante la movilidad estudiantil universitaria en *Revista Edutec-e*. España disponible en <http://www.edutec.es/revista/index.php/edutec-e/article/view/608>

Acquisti, A. y Gross, R. (2006). *Imagined communities: Awareness, information sharing, and privacy on the Facebook*. Paper presented at the Privacy Enhancing Technologies

Katz, E.; Blumer, J.G. y Gurevitych, M. (1982). Usos y gratificaciones de la comunicación de masas. En: M. De Moragas (Ed.), *Sociología de la comunicación de masas*. España: Gustavo Gili.

