

Ficción Audiovisual en Redes Sociales en Línea: Prácticas para la construcción de identidad y relaciones en Facebook¹

Ana María Castillo Hinojosa²
Universidad Autónoma de Barcelona
castillohinojosa@gmail.com

Resumen: *El presente trabajo analiza la ficción audiovisual como objeto de intercambio simbólico en las Redes Sociales en Línea para la construcción de identidad y la formación de relaciones entre los usuarios. A través de la revisión teórica se construyen categorías posteriormente abordadas desde las variables que constituyen la herramienta metodológica aplicada. La herramienta utilizada es un cuestionario mixto distribuido en línea y respondido por usuarios de Facebook, además de entrevistas grupales. Luego del análisis de los datos cuantitativos y cualitativos obtenidos, se expondrán las conclusiones más relevantes y las perspectivas de estudio.*

Palabras clave: *Prácticas, Ficción Audiovisual, Redes Sociales en línea, Identidad, Relaciones.*

Abstract: *This paper analyzes the audiovisual fiction as an object of symbolic exchange in Social Networks Sites for the construction of identity and relationship building between users. Through the literature review, we will construct categories and then the variables that constitute the methodological tool applied. The tool used is a mixed questionnaire distributed online and answered by Facebook users and grupal interviews. After the analysis of quantitative and qualitative data obtained, shall state the major conclusions and perspectives of study.*

Keywords: *Practice, Audiovisual Fiction, Social Networks Sites, Identity, Relations.*

¹ Este trabajo es parte de los resultados del proyecto de investigación “Instrumentos y mediaciones de análisis de la ficción en la convergencia televisiva” (CSO2009-12568-C03-01), financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación del Gobierno de España dentro del Plan Nacional de I+D+i.

² La autora es becaria del programa BecasChile de la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica de Chile.

1. Punto de partida y mapa de ruta

Este artículo es el resultado de la etapa de exploración para el diseño de la investigación doctoral en curso. La hipótesis que guía esta parte del trabajo es la siguiente: tanto las series de ficción producidas para ser emitidas por televisión como las webseries (de producción específica para difusión en la red), son utilizadas por usuarios de Facebook para dar cuenta de sí mismos y establecer nuevas formas de relación con sus contactos.

El trabajo se iniciará con el desarrollo de los conceptos claves para el diseño de categorías sobre la construcción de identidad y relaciones, a través de la ficción audiovisual en las redes sociales, para luego dar paso a la descripción de la experiencia de investigación de la cual se desprenderán las conclusiones en el cruce de la información mediante la guía de la hipótesis.

La investigación sobre ficción audiovisual como objeto de intercambio simbólico en la Red (Vilches, 2001; 2009; 2010) cobra especial relevancia en tiempos donde se ha iniciado tan fuertemente el intento de control del material que es compartido en Internet, acusando la vulneración de la propiedad intelectual y, más específicamente, el no pago de derechos de autor cuando las obras son parcial o totalmente distribuidas en sitios de descarga o visualización gratuita³.

Henry Jenkins (2010), explica que no sólo los medios están volviéndose cada vez más hacia la colaboración y al uso recíproco de contenidos, sino que la misma forma de generación por parte de los usuarios es intrínsecamente colaborativa (Castells, 2009), y es que el uso de la mezcla y de la creación sobre la creación no es nada nuevo, es una cualidad social que cambia con la tecnología y tiene que ver con la identidad y la construcción en del individuo en sociedad (Goffman, 1971; Gergen, 2006) a través de la Red.

Con la masificación del uso de los sitios de Redes Sociales y la capacidad de acceder a una conexión ininterrumpida a Internet, a través de los teléfonos móviles y otros dispositivos 3G, se ha producido una explosión en la ya extendida cultura de compartir contenidos. Debido a esto, es que se hace necesario situar el campo de investigación y delimitar los conceptos que estarán asociados a ella, para no perderse en la infinidad de caminos que puede tomar la discusión sobre la creación y el uso de material audiovisual de ficción en las redes sociales.

2. Las prácticas en la vida cotidiana y cuatro conceptos asociados

Mucho puede discutirse sobre cómo nos relacionamos con la tecnología, cómo debemos enfrentarnos a ella, si es que viene del exterior y nos violenta con su incorporación a la vida o la hacemos parte de los procesos naturales de interacción del ser humano (Baym, 2009).

³ Ver las distintas polémicas que durante 2011 se produjeron en la Red sobre la promulgación de la llamada Ley Sinde en España y de la discusión de SOPA y PIPA en Estados Unidos durante 2012.

En este trabajo nos centraremos en la tecnología como un desarrollo necesario dentro de la vida cotidiana de las sociedades. Las creaciones artificiales ayudan al ser humano a ser en sociedad, partiendo desde la comunicación, tal como lo afirmara Flusser:

La comunicación humana es un proceso artificial. Descansa sobre artificios, sobre invenciones, sobre instrumentos, esto es, sobre símbolos que han sido ordenados en códigos. Los hombres no se entienden los unos a los otros de un modo “natural” (Flusser, 2003: 9).

Teniendo en cuenta lo anterior y poniendo en perspectiva la gran cantidad de tecnologías desarrolladas para la comunicación y la información, toda invención posterior parece mantener las mismas características, al menos en su finalidad.

No se trata de la simple separación entre las tecnologías de comunicación y el ser humano o en su observación como un objeto ajeno a la construcción de la vida en sociedad, sino en el estudio de las prácticas en y con la tecnología en la vida cotidiana. No se busca entender la tecnología como un elemento aislado que impacta, sino a la sociedad misma como elemento propulsor de todo cambio tecnológico, también promotora de nuevos desarrollos a través del consumo.

Michel de Certeau (1997), plantea que la observación rigurosa de las prácticas en la vida cotidiana es fundamental para la comprensión del “hacer con” del sujeto relacional (Gergen, 2009). El presente artículo, desde esas perspectivas, se pregunta particularmente ¿qué hace el usuario en Facebook con la ficción audiovisual? De Certeau propone que todas las representaciones, puestas a disposición de los consumidores, son transformadas en función de sus requerimientos, dando paso a sus prácticas con aquellos objetos de representación.

Las Redes Sociales en línea han sido posicionadas en cierta medida como nuevas formas de interacción en sociedad. Sin embargo, a través de décadas de observación, se concluye que la comunicación en Internet es una extensión de las formas de relación offline (Wellman, 2001; 2002) en la que se incorporan nuevos elementos, pero que en esencia conserva la misma intención de ser con el Otro.

En la actualidad, y he aquí la diferencia que genera el conflicto, las relaciones con los demás no están supeditadas a lugares ni tiempos específicos, los aparatos de comunicación (más o menos nuevos), la masificación de los teléfonos móviles y la posibilidad de acceder a conexión permanente a Internet, modifican la extensión y las limitaciones del contacto con otras personas.

Los ritos y ritmos de comunicación cambian y con ello, la forma de percibirse a sí mismo y al entorno. Foucault (1989) recopiló una serie de formas de pensamiento del ser humano sobre sí y luego también en su relación con los demás. Kenneth Gergen (2006), en tanto, describe cómo las tecnologías promueven un cambio en estos mecanismos de autopercepción, argumentando que “los cambios tecnológicos a lo largo del siglo han producido una alteración radical en nuestra forma de revelarnos a los demás” (Gergen, 2006: 13).

El autor explica que con la avalancha de cambios tecnológicos vividos en las últimas décadas, se experimenta una época marcada por la incertidumbre, en la que cualquier

concepción del Yo se vuelve ligera, volátil, en cambio constante debido a la saturación.

“Lo que llamaré las tecnologías de la saturación social son centrales en la supresión contemporánea del yo individual [...] Hay una colonización del ser propio que refleja la fusión de las identidades parciales por obra de la saturación social” (Gergen, 2006: 80).

Estas identidades parciales, según el autor, se complementan y mezclan cada vez más, con las identidades de otros, todos esos otros con quienes nos relacionamos. Este argumento será más profundamente tratado en su texto *Relational being* (Gergen, 2009), donde argumenta que la superación de la modernidad, por lo tanto de la percepción del ser humano como un ente limitado, lleva a una concepción del hombre como fuente de relaciones puesta en contacto con el mundo.

“Cada uno de nosotros se vuelve otro, tan sólo un representante o sucedáneo. Dicho en términos más generales, a medida que pasan los años, el yo de cada cual se embebe cada vez más del carácter de todos los otros, se coloniza. Ya no somos uno, ni unos pocos, sino que, como Walt Whitman, ‘Contenemos multitudes’” (Gergen, 2006: 109).

Las Redes Sociales en línea pueden ser vistas como una aplicación práctica de lo que se argumenta en los párrafos anteriores. En este artículo nos referiremos específicamente a Facebook, la plataforma creada por Mark Zuckerberg en el año 2004 y que, a la fecha, cuenta con más de ochocientos millones de usuarios en todo el mundo.

Daniel Miller (2011), en su texto *Tales from Facebook*, un estudio sobre el uso de Facebook en la isla de Trinidad, hace una aclaración sobre Internet que sirve para ser extrapolada a la Red Social en sí. El autor explica que no hay tal cosa como una sola concepción de Internet, sino que esa concepción varía según lo que los usuarios hagan con la herramienta.

Lo mismo sucede entonces con Facebook, no existe sólo una forma de describirlo, sino que se modifica según dónde, por quiénes y por las razones que motiven su uso, replicando las formas de interacción offline, tal como se argumentaba previamente.

“En Facebook, la gente vive sus vidas en gran parte como siempre lo ha hecho, pero poniendo las imágenes y los elementos que son evidencia -en tiempo real- de la copresencia en el mundo” (Miller, 2011: 74)⁴. Es otra forma de representación de sí mismo para el fortalecimiento de relaciones sociales. Si se piensa netamente desde la investigación, es un laboratorio perfecto para la observación de la generación de redes personales.

En Facebook, el centro de la conversación no es un tema en particular, un hecho o una situación noticiosa. Lo más importante de Facebook es el Yo y la presentación de esa identidad a los demás: a través de las fotografías, de la actualización de los estados, de los enlaces y materiales que se comparten, en fin, de la construcción de sí mismo que impera como motivo de la red.

La Ficción Audiovisual es, sin duda, uno de esos elementos. No es más vista desde su importancia como representación de mundo o como reflejo de sociedad. Se

⁴ Traducción propia.

transforma en un objeto de intercambio al servicio de la construcción identitaria del usuario como centro de su red.

El siguiente paso de este artículo es la descripción de la familia de categorías sobre ficción audiovisual que dan sustento al trabajo de campo realizado.

Familia	Categorías
Ficción Audiovisual, identidad y relaciones	Ficción Audiovisual como elemento de memoria
	Ficción audiovisual como pretexto de búsqueda de empatía
	Ficción Audiovisual como forma de representación de sí mismo
	Ficción Audiovisual como emulación de formas ideales de relación con los demás

Fuente: Elaboración propia.

Cada una de estas categorías es una afirmación que se desprende de las inquietudes generadas por el nombre de la familia. Son puestas a prueba, a través del cuestionario y las entrevistas grupales de la investigación, necesarias para dar sustento y coherencia a las conclusiones.

3. Trabajo de Campo y algunos resultados

Luego del trabajo teórico básico sobre Prácticas en la vida cotidiana, Ficción Audiovisual, Identidad y Relaciones, cabe la descripción del trabajo de campo, parte de los métodos de investigación planteados en el punto de partida o mapa de ruta de este artículo.

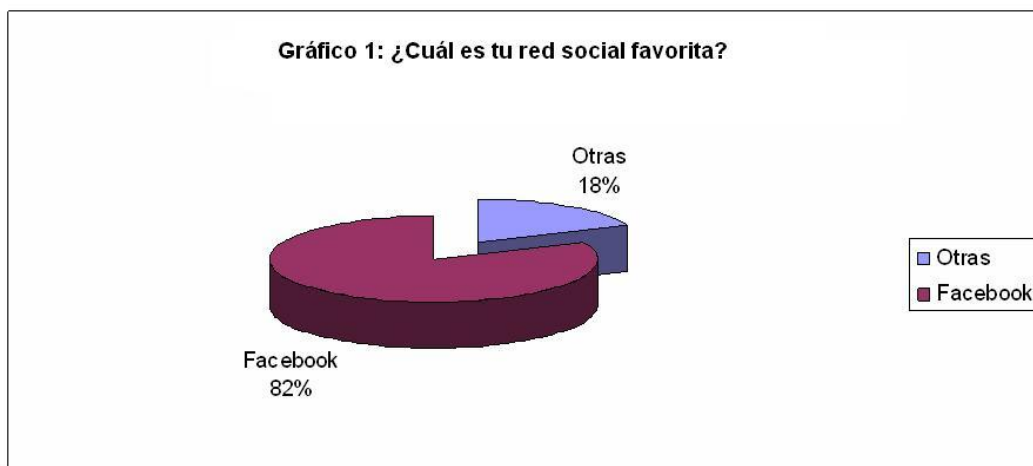
Desde el recorrido teórico y la construcción de categorías, se seleccionó la herramienta del cuestionario para su aplicación a través de variables en una muestra de 672 usuarios de Facebook (el 66% de ellos hombres y el 34% mujeres). La herramienta fue aplicada a través de Facebook a los contactos de once grupos de estudiantes del curso de Metodologías de la Investigación en Comunicación, de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona.

El cuestionario fue construido mediante Spreadsheet de Google Documents, un mecanismo gratuito y con gran capacidad de almacenamiento de datos, el que ofrece la posibilidad de acceder a las respuestas en una plantilla de Excel que facilita su procesamiento posterior.

Las variables se centraron en el tiempo de uso y preferencias de Redes Sociales en Línea relacionadas con el visionado de ficción audiovisual a través de Internet y su utilización en las Redes.

Ante la pregunta ¿Cuál es tu Red Social favorita? (ver Gráfico 1) La seleccionada fue Facebook por amplia mayoría. Entre las demás redes mencionadas dentro de las alternativas estaba Twitter y Tuenti, las que no obtuvieron porcentajes significativos individualmente. Esto se debió a que la edad de los participantes estaba sobre los 20 años, un segmento donde Tuenti deja de ser popular entre los jóvenes españoles, quienes lo usan ampliamente durante su adolescencia.

Twitter en cambio vivió una explosión en el aumento de usuarios durante el año 2011, declarando tener fines más informativos que de ocio.



Fuente: Elaboración propia.

El 100% de los participantes dijeron tener cuentas activas en más de una Red Social a la vez, pero el 82% pasa más tiempo y prefiere Facebook para relacionarse con sus contactos. De hecho, un 58% dedica aproximadamente 3 horas diarias a la navegación en esta red social en específico. Algunos participantes argumentaron, en las observaciones al cuestionario, que este tiempo aumentaría a medida que fuera creciendo el porcentaje de usuarios con smartphones.

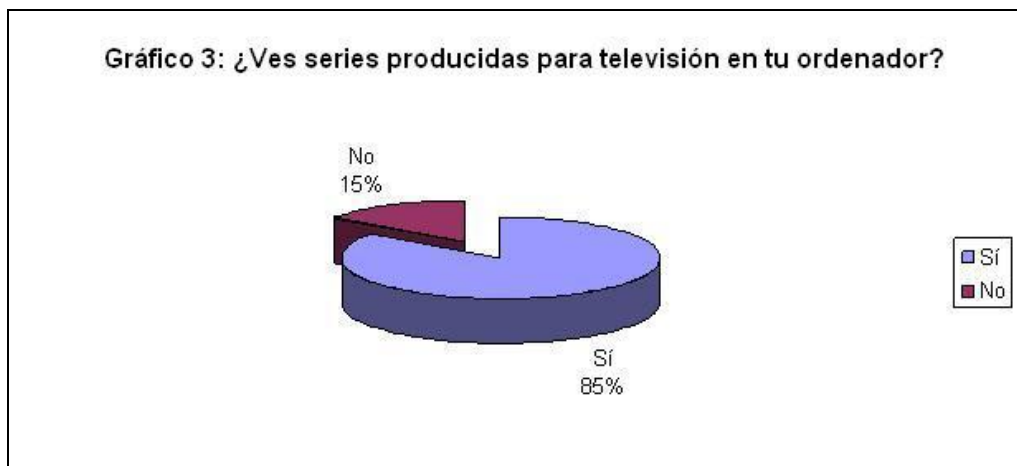
Asimismo, entre los resultados obtenidos destaca la cantidad de actividades que los usuarios realizan mientras navegan en redes sociales: estudiar, trabajar, jugar y el visionado de productos audiovisuales suelen ser actividades paralelas a la navegación en Facebook.



Fuente: Elaboración propia.

Las cifras del Gráfico 2 dicen relación con lo anteriormente expuesto. El visionado de producción audiovisual de ficción parece estar incorporado al quehacer en el ordenador personal como una actividad de las varias que se realizan simultáneamente.

El Gráfico 3 coincide en resultados con el Gráfico 2, por cuanto la mayor cantidad de ficción visionada en el ordenador corresponde a producción para televisión. Las webseries eran, en el tiempo de aplicación del cuestionario, aún poco conocidas como material disponible en la Red.



Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a los resultados de la aplicación del cuestionario, no se abandona la televisión, sino que se mezcla con el uso simultáneo del ordenador o definitivamente se usan los sitios de visionado online o de descarga de la ficción que se desee ver. En este aspecto YouTube es una plataforma imprescindible, pues mucho de lo que se comparte en Facebook proviene de allí, es decir, no son capítulos completos de series ni son links a proveedores como el desaparecido Megaupload o Cuevana, sino videos cortos disponibles en este tipo de sitios (todavía) legales.

4. Análisis y conclusiones

La ficción Audiovisual como elemento de interacción dentro de las redes sociales tiene una serie de características relacionadas con los conceptos vinculados a la formación de identidad y de redes de contactos. Los usuarios de Facebook en particular, perciben las series de ficción y webseries como elementos básicos para la generación de relaciones con sus pares en la red.

Dichas relaciones no eliminan el contacto offline, sino que forman parte de la incorporación de las Redes Sociales en Línea a las prácticas de la vida cotidiana de los usuarios de Facebook.

Las series de ficción y webseries dejan de ser el objeto central de investigación como representación y se transforman en el pretexto, en el objeto de intercambio de los usuarios para gestar relaciones y para definirse. Son los mismos usuarios quienes

dentro de las redes pueden utilizar el análisis de la ficción audiovisual como representación, pero la presencia de esos productos será el motivo del intercambio, de la interacción. Debe recordarse que la ficción y el medio ya no son el centro de la relación, sino la persona misma quien a través de la actualización de su muro, mantiene la atención de los contactos y atrae su participación en la red personal.

3.1. Ficción Audiovisual como elemento de memoria

Una serie de televisión de la infancia nunca pareció tan significativa como hasta ahora. La aparición de YouTube y de otras plataformas para compartir videos, modificó la forma de ver televisión y también la manera de relacionarse de los usuarios con los archivos de la pantalla chica.

Gran parte de las series compartidas en Facebook dicen relación con capítulos o trozos de capítulos de antiguas series de televisión que son revisitadas por los usuarios con el fin de recordar el tiempo que vivieron mientras eran asiduos a la serie en cuestión, o para hacer mención de una situación en particular.

Por otro lado, las producciones audiovisuales de ficción en la actualidad, tienen un fuerte componente histórico, en cierta medida debido al interés que genera el contacto con el pasado reciente a través de lo audiovisual.

3.2. Ficción audiovisual como pretexto de búsqueda de empatía

Todo objeto publicado en Facebook se transforma en elemento de atracción de comentarios de los contactos. Mientras más interesante sea la fotografía, el enlace o el cambio de estado, más comentarios y “me gusta” motivará.

La ficción audiovisual en este sentido está asociada a los cambios de ánimo del usuario y a la necesidad de sentir que hay otros que pueden ofrecer consuelo, que acompañan en una alegría o que se encuentran en la misma situación (Miller, 2011).

3.3. Ficción Audiovisual como forma de representación de sí mismo

Hay que puntualizar en este sentido, que a nivel macro, hay dos tipos de relaciones con la ficción audiovisual entre los usuarios. La primera –y más ampliamente estudiada- es la de los fanáticos, quienes crean sus redes en torno al visionado de series, películas y webseries. Ellos forman parte de grupos específicos y su actividad está también asociada a una amplia producción fuera de las Redes Sociales en línea. Por otro lado están las personas que son del interés de esta investigación, quienes no necesariamente se declaran fanáticos de la ficción audiovisual, pero que la utilizan como elemento de ocio.

En concomitancia con la categoría anterior, el uso de ficción audiovisual en las Redes Sociales en Línea está directamente relacionado con la representación del estado anímico o la situación de vida (sea personal o profesional) del usuario, quien acude a la utilización de la ficción audiovisual como objeto para reflejar una parte de sí.

Así mismo, se espera que los comentarios en el enlace tengan que ver tanto con la ficción propiamente tal, como con el mismo usuario que la publica y la relación de la serie con él o ella.

3.4. Ficción Audiovisual como emulación de formas ideales de relación con los demás

Además de la búsqueda de empatía y de la representación de sí mismo, también se produce la identificación con las formas ideales de relación con el otro y su expresión a través de la ficción compartida en Facebook.

A través de este mecanismo, además de dicha representación de relaciones ideales, se busca la conexión con otros que manifiesten interés en el mismo tipo de relaciones.

3.5. Otras conclusiones

La presentación de los datos de campo, confirma que la elección de la Red Social para la elaboración de la investigación es pertinente. El 82% de los usuarios prefiere Facebook, lo cual está estrechamente relacionado con los datos de la empresa, que afirma contar con más de ochocientos millones de usuarios, convirtiéndose en la Red Social online más utilizada en el mundo.

La migración entre pantallas está en proceso de desarrollo. Tal como se describiera el paso de lo análogo a lo digital (Vilches, 2001), esta migración tampoco será definitiva ni absoluta, se trata de una vinculación muy estrecha a nivel de aparatos y tanto más imbricada en cuanto a los contenidos. La ficción audiovisual es materia prima para el intercambio en Facebook y las demás Redes Sociales en Línea, por lo tanto queda observar cómo y cuánto se modificarán los procesos de producción y difusión.

Luego, la potencia de la ficción audiovisual como objeto de intercambio simbólico es innegable. Más de un cuarenta por ciento de los usuarios de Facebook participantes de este estudio, comparten constantemente contenido de ficción audiovisual en sus páginas, como parte de su construcción identitaria y de los procesos de motivación a sus pares para el inicio o consolidación de relaciones sociales; con lo cual, se prueba la hipótesis mencionada al inicio de este artículo.

Las Redes Sociales en Línea se incorporaron a las prácticas de la vida cotidiana de un alto porcentaje de los participantes en esta investigación, quienes dan cuenta del uso de la ficción audiovisual como elemento dinamizador de sus relaciones sociales. En los gráficos fue posible observar a grandes rasgos, los hábitos de uso de Facebook y del consumo de ficción en el ordenador, además de completar el análisis de acuerdo a las categorías generadas desde la teoría y contrastadas con la aplicación del cuestionario.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAYM, Nancy (2009): *Personal Connections in the Digital Age*. Cambridge, Polity Press.

CASTELLS, Manuel (2009): *Comunicación y poder*. Madrid, Alianza Editorial.

- DE CERTEAU, Michel (1997): *The Practice of Everyday Life*. Londres, University of California Press LTD.
- FLUSSER, Vilem (2003): *Kommunikologie*. Frankfurt, Main. (Traducción inédita: Breno Onetto Muñoz).
- FOUCAULT, Michel (1989): *Tecnologías del yo*. Barcelona, Paidós.
- GERGEN, Kenneth (2006): *El Yo saturado: dilemas de identidad en el mundo contemporáneo*. Barcelona, Paidós.
- GERGEN, Kenneth (2009): *Relational being: beyond self and community*. Oxford; Nueva York, Oxford University Press.
- GOFFMAN, Erwing (1971): *La representación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires, Amorrortu.
- JENKINS, Henry (2010): *Convergence Culture*. Barcelona, Paidós.
- MILLER, Daniel (2011): *Tales from Facebook*. Oxford, Polity Press.
- VILCHES, Lorenzo (2001): *La migración digital*. Barcelona, Gedisa.
- VILCHES, Lorenzo (2009): "Televisión digital, entre la esperanza y el excepticismo", en SQUIRRA S. y FECHINE Y. (Orgs.): *Televisao Digital, desafios para a comunicacao*. S. Paulo, Editora Sulina.
- VILCHES, Lorenzo (2010): "¿Es posible una estética de las tecnologías digitales?", en MORAES, D., MIEGE, B., BECERRA, M., MARTÍN BARBERO, J. (Comp). *Mutaciones de lo visible*. Barcelona, Paidós.
- WELLMAN, Barry (2001). "Physical Place and CyberPlace: The Rise of Personalized Networking" en BLOKLAND, Talja y SAVAGE, Mike (Eds.): *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 25, nº 2 (Jun., 2001),pp. 227-252.
- WELLMAN, Barry, QUAN-HAASE, Anabel, BOASE, Jeffrey y CHEN, Wenhong (2002): "Examining the Internet in Everyday Life", en *Keynote address to the Euricom Conference on e-Democracy*, Nimega, Países Bajos, Octubre de 2002.